



Universidad Técnica de Cotopaxi

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera Administración de Empresas

“Plan de Negocios para la creación de una empresa productora de spaghetti a base de zapallo”

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del
Título de Licenciadas en Administración de Empresas

AUTORES:

Chato Yanchatuña Sylvana Marivel
Guanotasig Singaicho Miriam Paulina

TUTOR:

Ing. Palma Corrales Eliana Nathalie

LATACUNGA-ECUADOR

FEBRERO – 2025

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Chato Yanchatuña Sylvana Marivel, con cédula de ciudadanía No. 1804737441 y

Guanotasig Singaicho Miriam Paulina, con cédula de ciudadanía No. 0550504922

declaramos ser las autoras del presente **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO:**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

PRODUCTORA DE SPAGHETTI A BASE DE ZAPALLO”, siendo la Ing. Eliana

Nathalie Palma Corrales, Tutora del presente trabajo; y, eximo expresamente a la

Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o

acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 20 de febrero del 2025



Sylvana Marivel Chato Yanchatuña

C.C: 1804737441



Miriam Paulina Guanotasig Singaicho

C.C: 0550504922

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE TITULACIÓN

En calidad del Tutor del Proyecto de Emprendimiento sobre el título:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SPAGHETTI A BASE DE ZAPALLO” de Chato Yanchatuña Sylvana Marivel, y Guanotasig Singaicho Miriam Paulina, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 18 de febrero del 2025



Ing. Eliana Nathalie Palma Corrales
C.C. 0503032351
TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de miembros del Tribunal de Lectores, aprueban la presente Investigación del Proyecto de Emprendimiento de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas: por cuanto las postulantes: Chato Yanchatuña Sylvana Marivel ; Guanotasig Singaicho Miriam Paulina, con el título del Proyecto de Emprendimiento **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SPAGHETTI A BASE DE ZAPALLO ”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometidos al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, febrero 20 del 2025

Para constancia firman:



Dr. Walter Humberto Navas Olmedo, PHD.

C.C: 0501475057

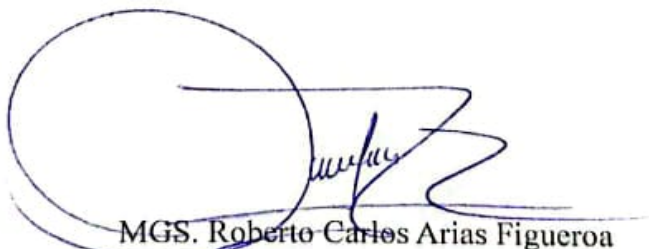
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ing. Angelita Azucena Falconi Tapia

C.C: 0502037674

LECTOR 2(MIEMBRO)



MGS. Roberto Carlos Arias Figueroa

C.C: 0502123730

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento en primer lugar a Dios por su infinito amor y por brindarme la fuerza necesaria para recorrer este camino.

A mis amados padres, por ser la fuente de mis alegrías, mi inspiración y mi mayor apoyo incondicional. A mis hermanos por motivarme y recordarme que los sueños se logran con dedicación. A mis abuelitos, tíos, primos y a toda mi familia, por estar siempre atentos a cada uno de mis pasos.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, por permitirme crecer académicamente, y a los ingenieros, por su enseñanza invaluable. A mis amigos, por su amistad y alegría, que hicieron de este recorrido una gran experiencia.

A mi tutora, Ing. Eliana Palma, por su apoyo constante, y al Ing. Roberto Arias, por su orientación y paciencia, los cuales fueron fundamentales para la culminación exitosa de este proyecto. A mi compañera de tesis, Miriam Guanotasig, por su dedicación, compromiso y apoyo, compartiendo juntas la satisfacción de alcanzar nuestra meta.

"Gracias de corazón a todos por su apoyo y por ser parte fundamental de este logro."

Sylvana Marivel ChatoYanchatuña

AGRADECIMIENTO

Con infinita gratitud a Dios por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino, permitiéndome alcanzar este importante logro en mi vida.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, por brindarme el conocimiento, las herramientas necesarias y el espacio para crecer tanto personal como profesionalmente, a mis docentes por los conocimientos compartidos y por haber sido parte de mi formación.

A mi tutora de tesis, Ing. Eliana Palma, por su apoyo constante, paciencia que fueron esenciales para la culminación de este proyecto y al Ing. Roberto Arias, por su disposición y conocimientos y guía en este proceso las cuales fueron fundamentales para la culminación exitosa de este proyecto.

A mi compañera de tesis, Sylvana Chato, por su esfuerzo, dedicación y trabajo en equipo, con quien compartí cada desafío y aprendizaje a lo largo de este camino.

A mi familia por ser mi mayor pilar de apoyo, por su amor incondicional, sus palabras de aliento y por darme la fuerza de continuar. A mis amigos y a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron a que este sueño se hiciera realidad.

“A todos ustedes, mi más profundo agradecimiento”

Miriam Paulina Guanotasig Singaucha

DEDICATORIA

Con el corazón lleno de gratitud y amor, dedico este proyecto a Dios, el autor de mis días, quien me ha brindado fortaleza, sabiduría e inteligencia, iluminando mi camino y guiando cada uno de mis pasos.

A mis amadas abuelitas y a mis queridos tíos, que desde el cielo me han bendecido y que alguna vez soñaron con verme alcanzar esta meta. Sus recuerdos y enseñanzas han sido una luz en mi vida.

A mis queridos padres, José Chato y María Yanchatuña, por su amor incondicional y por inculcarme valores que han forjado mi camino. Su apoyo y confianza han sido mi mayor fortaleza.

A mi hermano Fernando, por su compañía y cuidado incondicional en cada etapa de este camino, desde el inicio de nuestros estudios hasta su culminación. A mi hermana Jessica, mi cuñado Ricardo y a mis queridos sobrinos Emily, Naomi y Dominic quienes, a pesar de la distancia, han sido una fuente de motivación y aliento, impulsándome a seguir adelante.

“Gracias a todos ustedes por su amor, apoyo incondicional y por ser mi fuente de inspiración en este viaje.”

Sylvana Marivel Chato Yanchatuña

DEDICATORIA

Dedico este logro a Dios, quien ha sido mi guía y fortaleza llenándome de sabiduría, fe y perseverancia para superar desafíos, a mis padres Orlando Guanotasig y Martha Singaicho por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por su amor incondicional, por inculcarme grandes valores que me han acompañado en todo los aspectos de mi vida, por su apoyo constante por los innumerables sacrificios que han hecho para que pudiera alcanzar mis metas, este trabajo es el reflejo de su amor y dedicación, sin ustedes nada de esto hubiera sido posible.

A mis hermanos Jessica, Klever y Adrian y de igual manera a mi sobrina Alisson por su apoyo motivacional, gracias por acompañarme en este desafío, por creer en mi capacidad incluso en los momentos de duda y por estar a mi lado en cada paso de este camino, impulsándome a seguir adelante con determinación. Este logro también es suyo.

A mi querida familia, por ser mi apoyo incondicional en este camino. A mis tíos y abuelitos, por su amor, sus consejos y por creer en mí siempre.

"Su amor y apoyo han sido la luz que ha guiado mi camino. Este logro es tan mío como el de ustedes, porque sin ustedes, nada sería igual."

De todo corazón, les dedico este triunfo.

Miriam Paulina Guanotasig Singaicho

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TÍTULO: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SPAGHETTI A BASE DE ZAPALLO”

Autores

Chato Yanchatuña Sylvana Marivel

Guanotasig Singaicho Miriam Paulina

RESUMEN

El presente plan de negocio surge de la necesidad de ofrecer opciones alimenticias más saludables en la ciudad de Latacunga, proponiendo la creación de una empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo, el plan de negocios definió como objetivos: realizar un estudio de mercado para identificar las preferencias del consumidor en el sector de productos alimenticios saludables, desarrollar un estudio técnico que determine el establecimiento de la viabilidad operativa de la producción del spaghetti a base de harina de zapallo, establecer un estudio financiero que detalle la viabilidad de la propuesta de la empresa, evaluando su factibilidad, sostenibilidad y los riesgos asociados al emprendimiento. La investigación presenta un enfoque cuantitativo debido a que analiza elementos que pueden ser medibles o cuantificables para definir el tamaño del mercado, y el número de clientes potenciales, las características del mercado objetivo, la cantidad exacta para la producción de spaghetti a base de harina de zapallo, la población que se consideró de la ciudad de Latacunga fue de 170.489 en su totalidad tanto en el sector urbano y el sector rural, lo cual se aplicó el instrumento como es la encuesta dándonos un valor de 383 personas a encuestar con el objetivo de identificar y determinar la factibilidad de la creación de la nueva empresa, mediante el análisis del estudio de mercado se pudo identificar la aceptación del spaghetti con una demanda potencial del 98% de aceptabilidad en el mercado del total de la población, lo cual demuestran un interés en consumir el spaghetti a base de harina de zapallo. La inversión inicial para la creación de la empresa es de \$ 14.508,36 lo cual será financiada completamente con recursos propios de los accionistas, el análisis económico y financiero mostro que el proyecto es viable con un valor actual neto (VAN) de \$ 11.421,04, una tasa interna de retorno (TIR) de 38%, un periodo de recuperación del (PRI) para la inversión es de 2 años 11 meses y 1 día, con un costo de beneficio de 1,79 lo que afirma una viabilidad financiera del negocio y la capacidad para generar beneficios a un largo plazo.

Palabras clave: Alimentación Saludable, Factibilidad, Mercado, Viabilidad Financiera, Zapallo.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC
SCIENCES

THEME: “Business Plan for the Creation of a Company that Produces Pumpkin-Based Spaghetti.”

Authors:

Chato Yanchatuña Sylvana Marivel
Guanotasig Singaicho Miriam Paulina

ABSTRACT

This business plan arises from the need to offer healthier food options in the city of Latacunga, proposing the creation of a company that produces spaghetti based on pumpkin flour; the business plan is defined as objectives: To conduct a market study to identify consumer preferences in the sector of healthy food products, to develop a technical study to determine the establishment of the operational feasibility of the production of spaghetti based on pumpkin flour, to establish a financial study that details the feasibility of the proposed company, evaluating its feasibility, sustainability and the risks associated with the venture. The research presents a quantitative approach because it analyses elements that can be measurable or quantifiable to define the size of the market, the number of potential customers, the characteristics of the target market, the exact quantity for the production of spaghetti based on pumpkin flour, the population considered in the city of Latacunga was 170,489. in its totality both in the urban and rural sectors, which was applied the instrument as is the survey, giving us a value of 383 people to survey in order to identify and determine the feasibility of the creation of the new company through the analysis of the market study can identify the acceptance of spaghetti with a potential demand of 98% of acceptability in the market of the total population, which demonstrate an interest in consuming the spaghetti based on pumpkin flour. The initial investment for the creation of the company is \$ 14,508.36, which will be financed entirely with the shareholders' resources. The economic and financial analysis showed that the project is viable with a net present value (NPV) of \$ 11,421.04, an internal rate of return (IRR) of 38%, a payback period (PRI) for the investment of 2 years 11 months and 1 day, with a cost-benefit of 1.79 which affirms the financial viability of the business and the ability to generate profits in the long term.

Keywords: Healthy Food, Feasibility, Market, Financial Viability, Pumpkin.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE SPAGHETTI A BASE DE ZAPALLO”** presentado por: **Chato Yanchatuña Sylvana Marivel y Guanotasig Singaicho Miriam Paulina**, egresadas de la Carrera de: **Administración de Empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, febrero del 2025

Atentamente,



Mg. Bolívar Maximiliano Cevallos Galarza
DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0910821669



CERTIFICACIÓN DE INFORME DE SIMILITUD

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación con el tema: **“Plan de negocios para la creación de una empresa productora de spaghetti a base de zapallo”** presentado por: **Chato Yanchatuña Sylvana Marivel y Guanotasig Singaicho Miriam Paulina**, de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, remito la captura de pantalla del reporte del sistema de reconocimiento de texto Turnitin con un porcentaje de coincidencias del 6% y, expreso una vez más, mi conformidad en cuanto a la dirección del trabajo de titulación.



Página 2 of 151 - Descripción general de integridad

6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

*% detectado como IA

La detección de IA incluye la posibilidad de palabras. Aunque cierto texto en esta entrega se generó probablemente con IA, los puntajes inferiores al umbral de 20 % no aparecen porque tienen una mayor probabilidad de falsos positivos.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Latacunga, 20 de febrero de 2025

Ing. Eliana Nathalie Palma Corrales

C.C. 0503032351

TUTORA

Índice

Declaración de auditoria	ii
Aval del tutor de proyecto de titulación.....	iii
Aval de aprobación del tribunal de titulación	iv
AGRADECIMIENTO	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
Aval de traducción	xi
Certificado de informe de similitud	xii
INTRODUCCIÓN.....	27
Idea del Negocio	27
Planteamiento del problema.....	28
Formulación del problema	32
Objetivos del proyecto	32
Objetivo General	32
Objetivos Específicos.....	32
Justificación	33
CAPÍTULO I	35

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TEÓRICA	35
Antecedentes	35
CAPÍTULO II	39
Marco Teórico.....	39
Plan De Negocios	39
Importancia del plan de negocios	39
Etapas del plan de negocio.....	41
Estudio de Mercado	41
Importancia del Estudio de Mercado.	41
Las características usadas en la investigación que con más frecuencia se busca conocer son:	42
Definición de Producto	42
Definición de precio.....	43
Definición de promoción	43
Oferta	43
Demanda	44
Demanda Insatisfecha	44
Estudio Técnico	45
Importancia del estudio técnico.....	45
Tamaño	46
Factores que determinan el tamaño de un proyecto.....	46
Localización	47

Ingeniería del proyecto	48
Técnicas de análisis del proceso de producción	48
Flujograma	48
Simbología Flujograma.....	49
Maquinaria y equipo	50
Distribución de la planta	50
Estudio Financiero	51
Inversión Inicial.....	51
Inversión Inicial Fija	52
Inversión Diferida	52
Capital de trabajo	53
Financiamiento	53
Fuentes de financiamiento.....	53
Estados financieros	54
Estado de pérdidas y ganancias.	54
Balance General.....	55
Flujo de caja.....	55
Evaluación financiera	55
Importancia de la evaluación financiera.....	56
Elementos financieros	56
Valor Actual Neto (VAN).....	58

Tasa interna de retorno (TIR).....	58
Costo Beneficio.....	58
Plazo de recuperación de la inversión.....	59
Métodos de evaluación de proyectos	59
CAPÍTULO III	60
ESTUDIO DE MERCADO	60
Enfoque de investigación.....	60
Investigación descriptiva	61
Población	61
Muestra	63
Plan Muestral	65
Instrumento de recolección de datos.....	65
Instrumento de investigación	66
Cuestionario	66
Técnica de Investigación.....	66
Encuesta	66
Tabulación de resultados	67
Análisis e interpretación de datos	67
Descripción del producto	86
Características del producto.....	87
Propiedades Físicas.....	88

Especificaciones del nuevo producto.....	89
Envase	90
Etiqueta	92
Color	93
Usos y Especificaciones.....	93
Gastronómicas	93
Composición Química	94
Productos sustitutos	95
Identificación del Mercado Meta	96
Segmentación Geográfica	97
Población de la provincia de Cotopaxi	97
Población por cantón Latacunga	98
Segmentación Demográfico	99
Segmentación psicográfica.....	101
Análisis de la demanda	102
Demanda Insatisfecha	102
Proyección de la demanda Potencial Insatisfecha	103
Demanda Insatisfecha	105
Demanda Proyectada Insatisfecha	106
Análisis de la oferta	107
Número de oferentes en el Mercado	107

Análisis de la competencia	109
Análisis de precios	110
Precios Actuales.....	110
Precios proyectados	111
Análisis de comercialización	112
Conclusiones	115
CAPITULO IV.....	116
ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO	116
Tamaño	116
Tamaño y Mercado	117
En función de la materia prima.....	119
En función de la mano de obra	120
Estructura orgánica	121
En función de la Tecnología.	121
En función del financiamiento	123
Tamaño Propuesto	124
Plan de producción.....	125
Localización.....	126
Macro localización.....	127
Micro localización	128
Propuesta Administrativa.....	131

Valores corporativos	132
Ingeniería	134
Proceso productivo	134
Descripción del Proceso Productivo	135
Distribución de la planta	138
Requerimientos del proyecto	140
Conclusiones	146
ESTUDIO FINANCIERO	147
Inversión inicial	147
Inversión fija	148
Activos fijos	148
Capital de trabajo	149
Financiamiento.....	152
Financiamiento con aporte Propio.....	152
Presupuesto de costos	152
Costo unitario de producción.....	154
Presupuestos de ingresos	155
Ingresos anuales proyectados	155
Estado de pérdidas y ganancias	157
Flujo efectivo	159
Evaluación financiera	160

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)	161
Valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR).....	162
Periodo de la recuperación de inversión	164
Punto de Equilibrio	165
Costo- Beneficio	166
Conclusiones	168
Conclusiones en general del proyecto de emprendimiento.	168
Recomendaciones	169
Referencias.....	171

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actividades y sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos.....	33
Tabla 2. Símbolos del diagrama de flujo.....	49
Tabla 3. Población urbana y rural del Cantón Latacunga.....	62
Tabla 4 Fórmula del cálculo que vamos aplicar.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5. Proceso del cálculo de la muestra.....	64
Tabla 6. Distribución de la muestra.....	65
Tabla 7. ¿Usted consume spaghetti?.....	67
Tabla 8. ¿Con que frecuencia usted consume spaghetti?	68
Tabla 9. ¿Qué tipo de spaghetti consume usted con mayor frecuencia?	69
Tabla 10. ¿Dónde suele comprar usted el spaghetti?.....	70
Tabla 11. ¿Es importante para usted el valor nutricional dieta especial (ej. sin gluten, bajo en carbohidratos) al comprar el spaghetti?.....	71
Tabla 12. ¿Es importante para usted el contenido bajo en grasa al elegir spaghetti?.....	72
Tabla 13. ¿Es importante para usted el tamaño del empaque al comprar spaghetti?	73
Tabla 14. ¿Es importante para usted considerar promociones o descuentos al comprar spaghetti?.....	74
Tabla 15. ¿Está usted de acuerdo en consumir spaghetti como parte de su alimentación?.....	75
Tabla 16. ¿Consume usted productos saludables?.....	76
Tabla 17. ¿Usted consume productos a base de harina de zapallo?	77
Tabla 18. ¿Usted conoce que existe en el mercado el producto Spaghetti a base de harina de zapallo?.....	78
Tabla 19. ¿A usted le gustaría probar un Spaghetti a base de harina de zapallo que no contenga gluten?.....	79
Tabla 20. ¿Cuál sería la cantidad ideal para usted comprar el spaghetti a base de harina de zapallo?.....	80
Tabla 21. ¿Qué tan importante es para usted que el producto sea orgánico?	81
Tabla 22. ¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 100 gramos base de harina de zapallo?	82
Tabla 23. ¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 400 gramos a base de harina de zapallo?	83
Tabla 24. ¿Qué envase usted prefiere para productos como el Spaghetti a base de harina de zapallo?.....	84
Tabla 25. ¿Cómo usted prefiere informarse sobre la disponibilidad y promociones de Spaghetti a base de harina de zapallo?	85
Tabla 26. Composición química.....	94
Tabla 27. Población por cantones de la provincia de Cotopaxi.....	98
Tabla 28. Población cantón Latacunga.....	99
Tabla 29. Segmentación por edad.....	100
Tabla 30. Mercado meta	101
Tabla 31. Demanda Insatisfecha.....	103
Tabla 32. Proyección de la demanda Insatisfecha	104
Tabla 33. Años/ gramos.....	105
Tabla 34. Demanda proyectada	106

Tabla 35. Número de oferentes.....	108
Tabla 36. Cuadro comparativo de las empresas	109
Tabla 37. Precio actual del spaghetti.	110
Tabla 38. Precios proyectados (spaghetti)	112
Tabla 39. Demanda insatisfecha proyectada	118
Tabla 40. Material de máquinas industriales.	123
Tabla 41. Tamaño propuesto para el spaghetti	125
Tabla 42. Plan de producción	126
Tabla 43. Ponderación parroquias cantón Latacunga	129
Tabla 44. Infraestructura.....	140
Tabla 45. Requerimiento de equipos	141
Tabla 46. Muebles y enseres.....	142
Tabla 47. Lencería	142
Tabla 48. Suministros y materiales de limpieza	143
Tabla 49. Menaje	143
Tabla 50. Mano de obra directa	144
Tabla 51. Mano de obra indirecta	144
Tabla 52. Materia prima directa.....	144
Tabla 53. Gastos administrativos.....	145
Tabla 54. Gastos de ventas	145
Tabla 55. Servicios básicos.....	145
Tabla 56. Gastos diferidos (Constitución)	146
Tabla 57. Inversión inicial	150
Tabla 58. Cronograma	151
Tabla 59. Costos de producción	153
Tabla 60. Costo unitario de producción.....	154
Tabla 61. Ingresos proyectados	156
Tabla 62. Estado de pérdidas y ganancias.	157
Tabla 63. Estados de Situación financiera.....	158
Tabla 64. Flujo de efectivo	160
Tabla 65. TMAR.....	162
Tabla 66. Cálculo del VAN Y TIR.....	163
Tabla 67. Cálculo PRI	164
Tabla 68. Punto de equilibrio	166
Tabla 69. Costo-Beneficio	167

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Usted consume spaghetti?	68
Figura 2. ¿Con que frecuencia usted consume spaghetti?	68
Figura 3. ¿Qué tipo de spaghetti consume usted con mayor frecuencia?	70
Figura 4. ¿Dónde suele comprar usted el spaghetti?	71
Figura 5. ¿Es importante para usted el valor nutricional dieta especial (ej. sin gluten, bajo en carbohidratos) al comprar el spaghetti?	72
Figura 6. ¿Es importante para usted el contenido bajo en grasa al elegir spaghetti?	73
Figura 7. ¿Es importante para usted el tamaño del empaque al comprar spaghetti?	74
Figura 8. ¿Es importante para usted considerar promociones o descuentos al comprar spaghetti?	75
Figura 9. ¿Está usted de acuerdo en consumir spaghetti como parte de su alimentación?	76
Figura 10. ¿Consume usted productos saludables?	77
Figura 11. ¿Usted consume productos a base de harina de zapallo?	78
Figura 12. ¿Usted conoce que existe en el mercado el producto Spaghetti a base de harina de zapallo?	79
Figura 13. ¿A usted le gustaría probar un Spaghetti a base de harina de zapallo que no contenga gluten?	80
Figura 14. ¿Cuál sería la cantidad ideal para usted comprar el spaghetti a base de harina de zapallo?	81
Figura 15. ¿Qué tan importante es para usted que el producto sea orgánico?	82
Figura 16. ¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 100 gramos base de harina de zapallo?	83
Figura 17. ¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 400 gramos a base de harina de zapallo?	84

Figura 18. ¿Qué envase usted prefiere para productos como el Spaghetti a base de harina de zapallo?	85
Figura 19. ¿Cómo usted prefiere informarse sobre la disponibilidad y promociones de Spaghetti a base de harina de zapallo?	86
Figura 20. Envase del spaghetti de zapallo (400g).....	91
Figura 21. Etiqueta para el nuevo envase	92
Figura 22. Spaghetti a base de harina de zapallo / Uso gastronómico	94
Figura 23. Productos sustitutos/ Spaghetti de harina de Quinoa	96
Figura 24. Productos sustitutos/ Spaghetti de harina de Garbanzo	96
Figura 25. Segmentación por edad	100
Figura 26. Proyección de la demanda insatisfecha.....	104
Figura 27. Demanda proyectada.....	107
Figura 28. Organigrama estructural.....	121
Figura 29. Maquinaria y equipo	122
Figura 30. Mapa de macro localización	128
Figura 31. Mapa de Micro localización.....	131
Figura 32. Logo empresarial	132
Figura 33. Flujograma producción	137
Figura 34. Distribución de área administrativa	139
Figura 35. Distribución de área de producción	140

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta.....	178
Anexo 2. Ficha observación de precios.....	182
Anexo 3. Rol de pagos	183
Anexo 4. Depreciaciones.....	185
Anexo 5. Ingresos proyectados	187

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

“Plan de negocio para creación de una empresa productora de spaghetti a base de zapallo”

Fecha de inicio: 17 de octubre del 2024

Fecha de finalización: 30 de enero del 2025

Lugar de ejecución:

Ciudad de Latacunga

Facultad que auspicia

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Carrera que auspicia:

Administración de Empresas

Proyecto vinculado (si corresponde):

N/A

Equipo de Trabajo:

Ing. Eliana Nathalie Palma Corrales

C.I: 0503032351

Sylvana Marivel Chato Yanchatuña

C.I: 1804737441

Miriam Paulina Guanotasig Singaicho

C.I: 0550504922

Área de Conocimiento: Emprendimiento y Plan de negocios

Línea de investigación: Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.

Sub líneas de investigación de la Carrera (si corresponde):

Gestión e Innovación Empresarial.

INTRODUCCIÓN

Idea del Negocio

La idea de negocio surgió de la necesidad de ofrecer productos alimenticios saludables y nutritivos en la ciudad de Latacunga donde cada vez los habitantes buscan opciones que promuevan una alimentación más sana, para ello se propone la creación de una empresa dedicada a la producción de spaghetti a base de harina de zapallo siendo un producto innovador que combina el valor nutricional del zapallo con las pastas tradicionales.

El objetivo principal, es la innovación del spaghetti a base de harina de zapallo, orientado a la población del cantón Latacunga, ofreciendo una alternativa saludable y nutritiva al spaghetti tradicional, rica en nutrientes esenciales como fibra, vitaminas y minerales, elaborada a partir de zapallo fresco, este producto es 100% natural, libre de gluten, sin conservantes ni aditivos, y es ideal para personas que buscan opciones alimenticias saludables, bajas en carbohidratos y aptas para dietas especiales sin gluten, la idea de este producto es para mejorar la salud que favorecerá en el fortalecimiento de la salud y de la calidad de vida de este importante sector de la población.

(Sánchez, 2022) Menciona que el manejo de harinas preparadas ha sido elemental en la elaboración de productos con mayores propiedades nutrimentales, en este sentido, fuera de la harina tradicional, el zapallo (Cucúrbita máxima) tiene su aporte nutricional en fibra, celulosa, vitamina A, magnesio, también contribuye a la neutralización de ácidos gástricos, enriquece la sangre, regula el sistema digestivo y disminuye el riesgo de padecer enfermedades cardíacas gracias a la presencia de B-carotenos.

En este proyecto se presentarán aspectos claves incluyendo en análisis de mercado, así como las proyecciones financieras y los impactos sociales y económicos que esta iniciativa pretende generar.

Cabe mencionar la importancia de la creación de una empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo, ya que constituye un método de crecimiento y desarrollo tanto a nivel personal, como a nivel social y familiar, lo cual permite cambiar escenarios económicos, estilo de vida y de formación, además se pretende demostrar la viabilidad económica y comercial de una empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo, destacando la importancia de ofrecer productos que contribuyan a una alimentación más saludable, al tiempo que se promueve el desarrollo sostenible y la innovación en la industria alimentaria.

Planteamiento del problema

El mercado de pastas en Ecuador evidencia de manera favorecida por la creciente demanda de productos listos para cocinar, el ajetreado estilo de vida de los consumidores, el aumento en los ingresos disponibles y el aumento de interés de la gente que llevan dietas veganas.

Según la revista (Alimentos, 2022), uno de los efectos significativos de la pandemia de Covid-19 fue uno de los cambios en los hábitos alimenticios de las familias ecuatorianas, impulsando la búsqueda de alimentos que fortalezcan la salud y el bienestar de las familias a nivel global.

La pandemia abrió nuevas oportunidades para el sector de las pastas este cambio en los patrones de consumo ha reforzado el posicionamiento de las pastas como un alimento clave en la dieta diaria de los hogares destacando su versatilidad y beneficios para las familias que buscan prevenir enfermedades y sostener un estilo de vida equilibrado.

Se ha identificado que en el mercado actual carece de opciones saludables y nutritivas en el segmento de pastas, encontrándonos siempre con los mismos productos cotidianos que tienen alto contenido de gluten y calorías, lo cual no aporta ninguna vitamina, ni beneficios para la salud y no satisfacen las necesidades de las personas que les gusta adquirir productos saludables.

El consumo de pastas tradicionales que contienen gluten y calorías pueden considerarse problemático por varias razones especialmente en el contexto de dietas modernas y preocupaciones sobre la salud.

Según (ENSANUT, 2023). la encuesta nacional de Salud y nutrición 2018, la obesidad es causada por la acumulación excesiva de grasa en el cuerpo llegando a ser perjudicial para la salud, además es considerada por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) como uno de los principales factores de riesgo para adquirir Enfermedades no Transmisibles (ENT) como: diabetes, enfermedades cardiovasculares, hipertensión, accidentes, cerebrovasculares, así como varios tipos de cáncer.

Según (Filloy, 2024), da a conocer que la celiaquía es una enfermedad caracterizada por la intolerancia crónica al gluten, esta proteína se presenta en las harinas de trigo, avena, cebada y centeno. Según datos del ministerio de salud aproximadamente 1 de cada 167 adultos padece esta condición, mientras que la niñez es aún mayor afectando a 1 de cada 79 niños, esta enfermedad puede manifestarse en cualquier etapa de la vida y presentar síntomas diferentes o variados.

Además, se plantea que no solo la gliadina, sino que también otros componentes de los cereales podrían estar involucrados. Esta concepción no posee una base genética ni se considera autoinmune, se calcula que hasta un 6% de la población podría padecerla, siendo sus causas a un poco claras y observándose con mayor frecuencia

A nivel nacional, las ventas locales de fideos y pastas alcanzaron los \$142,5 millones de dólares en 2021, lo que representa un aumento del 18% en comparación con el 2020. Estas ventas se concentraron principalmente en las provincias de Pichincha (78,4%), Tungurahua (8,5%), Azuay (7,8%) y Guayas (5,3%). (ENSANUT, 2023).

Según (Gallo, 2021), da a conocer que el valor energético de la harina de trigo es de 352 calorías por cada 100 gramos a pesar de mucha gente piensa lo contrario, estas cifras no varían mucho si escogemos la variedad de harina de trigo integral que es de 339 calorías por cada 100 gramos.

Según la revista (Vegaffinity, 2023), proporciona información sobre nutrición, recetas y productos para interesadas en su salud menciona que la harina de zapallo contiene aproximadamente entre 30 a 40 calorías por cada 100 gramos, la harina de zapallo se considera una opción de baja densidad calórica en comparación con otras harinas como la harina de trigo o la de maíz que suelen contener de 300 a 400 calorías por cada 100 gramos, este bajo aporte calórico se debe a la falta proporción de agua y fibra del zapallo junto con su contenido reducido de grasa y carbohidratos simples, lo que la convierte en una alternativa saludable que buscan controlar su consumo energético o seguir una dieta bajo en carbohidratos.

La harina de zapallo además de ser baja en calorías es una fuente importante de micronutrientes particularmente de betacaroteno (pigmento natural) que se convierte en vitamina A, en el cuerpo y antioxidantes que favorecen la salud celular, su perfil nutricional también incluye la fibra y minerales esenciales como el potasio y el calcio, factores que aportan su valor en dietas balanceadas y funcionales.

ODS Relacionado con la Producción y la Sostenibilidad.

ODS 2 Hambre cero: Contribuye la seguridad alimentaria al ofrecer una alternativa nutritiva y saludable.

ODS 3 Salud y Bienestar: Promueve una alimentación saludable al proporcionar un producto natural y rico en nutrientes.

ODS 9 Industria, innovación e infraestructura: Impulsa la industrialización sostenible mediante la transformación del zapallo en un producto innovador.

ODS 12 Producción y Consumo Responsable: Fomenta el uso eficiente de recursos y la reducción de desperdicios en la producción.

ODS Relacionados con el impacto Social y Económico.

ODS 8 Trabajo Decente y Crecimiento Económico: Genere empleo y fortalece la economía local, especialmente para pequeños agricultores de zapallo.

ODS 10 Reducción de las Desigualdades: Puede promover la inclusión de productores rurales y pequeños emprendedores en la cadena de valor.

ODS 17: Alianzas para lograr los Objetivos: Posibilita la colaboración con proveedores, distribuidores y consumidores comprometidos con la sostenibilidad.

Para la creación de la empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo no solo representa una oportunidad de negocio, sino que también contribuye el desarrollo sostenible alineándose con varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Desde la perspectiva alimentaria, la idea de negocio promueve la seguridad alimentaria (ODS 2) y una alimentación saludable (ODS 3) al ofrecer un producto nutritivo y natural, a nivel industrial impulsa la innovación y la transformación sostenible de materias primas (ODS 9) fomentando una producción más eficiente y responsable con el ambiente (ODS 12).

En el ámbito social y económico la creación de la empresa generará empleo digno y fortalecerá la economía local (ODS 8), promoviendo la inclusión de pequeños productores y emprendedores (ODS 10) para ello finalmente este proyecto fomenta la colaboración con

diversos actores clave desde los proveedores hasta distribuidores y consumidores, creando alianzas estratégicas para alcanzar estos objetivos comunes (ODS 17).

De tal manera que la creación de esta idea de negocio no solo busca posicionarse en el mercado con un producto innovador, sino también genera un impacto positivo en la salud, la economía y el medio ambiente. Para ello la producción de spaghetti a base de harina de zapallo libre de gluten no solo es una oportunidad de negocio, sino que también responde a una necesidad real de la población, la implementación de estrictos controles de calidad garantizará un producto seguro, innovador y saludable contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los consumidores.

Formulación del problema

¿Qué factores determinan la factibilidad de la creación de la empresa productora de spaghetti a base de zapallo en la ciudad de Latacunga?

Objetivos del proyecto

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa productora de Spaghetti a base de zapallo en la ciudad de Latacunga.

Objetivos Específicos

Realizar un estudio de mercado para identificar las preferencias del consumidor en el sector de productos alimenticios saludables.

Desarrollar un estudio técnico que determine el establecimiento de la viabilidad operativa de la producción de spaghetti a base de harina de zapallo.

Establecer un estudio financiero que detalle la viabilidad de la propuesta de la empresa, evaluando su factibilidad, sostenibilidad y los riesgos asociados al emprendimiento.

Tabla 1.*Actividades y sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos.*

Objetivos	Actividad	Resultado de la actividad
Realizar un estudio de mercado para identificar las preferencias del consumidor en el sector de productos alimenticios saludables.	Diseño del instrumento	
	de recolección de	
	datos.	Oferta.
	Validación del	Demanda.
	instrumento de	Demanda insatisfecha.
	recolección de datos.	Análisis de los precios.
	Análisis de la	
	información.	
Desarrollar un estudio técnico que determine el establecimiento de la viabilidad operativa de la producción de spaghetti a base de harina de zapallo.	Diseñar el proceso	
	productivo.	Diagrama de flujo del
	Evaluar la capacidad	proceso de producción.
	instalada y los recursos	Informe técnico de los
	necesarios (equipos,	requerimientos operativos.
Establecer un estudio financiero que detalle la viabilidad de la propuesta, evaluando su factibilidad, sostenibilidad y los riesgos asociados al emprendimiento.	infraestructura).	
	Preparar estados	
	financieros	
	proyectados.	
	Evaluar indicadores	
	financieros como el	Viabilidad económica.
	VAN, TIR y punto de	
	equilibrio.	
	Identificar riesgos	
	financieros	

Nota. Datos de actividades del proyecto**Justificación**

El presente plan de negocios es elaborado como un estudio previo o modelo de negocio para la creación de una empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo que se justifica por la creciente demanda de productos alimenticios en el mercado actual, este

plan de negocios propone el desarrollo de un producto que responde a tendencias globales de consumo, como la búsqueda de alternativas bajas en carbohidratos, sin gluten y con un alto valor nutricional, que se alinea con las necesidades de consumidores preocupados por su bienestar y salud.

(Oviedo, 2016), menciona que la justificación en un plan de negocios es esencial porque proporciona una base sólida para demostrar la viabilidad y relevancia de un proyecto, describiendo los beneficios económicos y sociales que el proyecto aportara, así como los objetivos que se pretenden alcanzar, es importante contextualizar el proyecto, identificar la necesidad o problema que aborda, y explicar por qué es relevante en ese momento y lugar específico por que establece la necesidad y la importancia del proyecto, proporciona una base sólida para evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera. Además, ayuda a identificar beneficios esperados, analizar riesgos y desarrollar estrategias realistas para alcanzar los objetivos, asegurando así el éxito y la sostenibilidad del plan.

Según (Montero, et al 2022), señalan que el zapallo es una fuente importante de compuestos bioactivos, como carotenoide, polifenoles y antioxidantes. Estos nutrientes son fundamentales para la salud humana, ya que contribuyen a la prevención de enfermedades crónicas como la diabetes y las afecciones cardiovasculares. Además, resaltan el valor del zapallo como un alimento funcional que puede integrarse en dietas saludables.

El zapallo como materia prima principal de este producto, se destaca por sus beneficios nutricionales al ser rico en fibra antioxidantes y con un bajo índice calórico en comparación con las pastas tradicionales, su incorporación en la producción de un tipo de pasta funcional ofrece un valor diferencial frente a la competencia y constituye una innovación en el sector alimentario.

Por esta razón se considera la necesidad de desarrollar el presente proyecto de investigación para poder brindar una valoración general del desarrollo del negocio, con el objetivo de brindar la información necesaria para la toma de decisiones oportunas, que conlleve al crecimiento del emprendimiento.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TEÓRICA

Antecedentes

Para el desarrollo del proyecto de investigación se indagó los antecedentes en los siguientes estudios, los cuales brindaron información:

(Yáñez, 2022), Llevaron a cabo el proyecto plan de negocios para la producción y comercialización de pastas frescas y productos italianos importados en la ciudad de Quito teniendo en cuenta que el resultado principal de este plan de negocios es la viabilidad de establecer una empresa de producción y comercialización de pastas frescas artesanales y los productos italianos importados de la ciudad de Quito, se realizó un análisis del mercado muestra una demanda creciente por productos auténticos de calidad, lo que justifica la creación del negocio, la investigación cuantitativa y cualitativa ha permitido definir el perfil del cliente objetivo, identificando un nicho interesado en alimentos frescos, artesanales y de origen italiano, las estrategias propuestas en marketing, operaciones y logística aseguran un enfoque sólido para la gestión eficiente del negocio, mientras que el análisis financiero confirma la rentabilidad mediante una estructura organizacional bien definida y un plan de acción claro, el proyecto tiene un alto potencial de éxito en el mercado local, como conclusión del plan de negocio demuestra que la viabilidad de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de pastas artesanales y productos italianos importados de Quito, la investigación del mercado revela la demanda insatisfecha por productos de calidad y autenticidad, lo que respalda la oportunidad del negocio, con una estrategia bien definida en

marketing, operaciones, finanzas y un análisis favorable del entorno, el proyecto tiene un alto potencial de éxito y rentabilidad en el mercado local.

Según, (PACHECO, 2021), da a conocer el estudio de factibilidad para implementar el proyecto de producción y comercialización de fideos usando el excedente de banano verde de exportación como principal resultado del estudio de factibilidad plantea una alternativa saludable y sin gluten a base de banano verde y yuca, dirigida a consumidores con enfermedades como diabetes y celiaquía. Esta propuesta responde a la demanda de productos aptos para personas con intolerancia al gluten, utilizando recursos locales abundantes en Ecuador, lo podría permitir su futura expansión internacional, con una inversión inicial de 1.371, 100, con una recuperación proyectada para el cuarto año y con un valor actual de 2. 986,37, mostrando una buena rentabilidad y un impacto positivo al reducir el desperdicio de banano excedente de exportación, como conclusión del proyecto da a conocer que ofrece una alternativa nutritiva y sin gluten, aprovechando recursos locales como el banano verde y la yuca para satisfacer la demanda de productos aptos para personas con diabetes y celiaquía, con una inversión proyectada y potencial reduciendo desperdicios, esta propuesta es viable y promete un impacto positivo en la salud y el medio ambiente.

Según (Raquel, 2019), llevó a cabo la elaboración de fideos enriquecida con harina de frijol de palo (cajanus, cajan, Linneo) pigmentado con harina de zapallo menciona el desarrollo de una formulación innovadora de fideos enriquecidos, utilizando una mezcla de sémola de trigo, harina de frijol de palo y harina de zapallo, esa alternativa busca aumentar el valor proteico y nutricional de los fideos, a la vez promueve el uso de materia primas nacionales, de esa manera reduciendo la dependencia de importaciones de trigo y fomentando el cultivo de frijol de palo en el país, realizando a través de un procesos de caracterización y pruebas sensoriales, logrando obtener un producto que no solo mejora la calidad nutricional de los alimentos, sino que también representa una solución viable para la industria alimentaria

peruana, contribuyendo al desarrollo económico y nutricional del país, en conclusión, del plan de negocios propone una solución innovadora para mejorar la calidad nutricional de los fideos mediante la sustitución parcial de sémola de trigo por harina de frijol de palo y zapallo, promoviendo el uso de insumos nacionales, el proyecto no solo incrementa el valor proteico y nutritivo del producto, sino que también contribuye a la reducción de la dependencia de importaciones de trigo, apoyando en el desarrollo agrícola local y ofreciendo una alternativa saludable y accesible para la población.

(Villanueva A. , 2019) realizó el proyecto de factibilidad para la implementación de una planta industrial en Fideeria para la elaboración de pastas a base de harinas sucedáneas no convencionales en la ciudad de Arequipa 2018, el resultado principal de este proyecto es la viabilidad de establecer una planta industrial de Fideeria para la producción de pastas utilizando insumos no tradicionales, en respuestas a las tendencias actuales del mercado hacia la alimentación más saludable. A través de la utilización de recursos locales y no tradicionales, como ingredientes nutraceuticos, se pretenden capitalizar la creciente demanda de productos alimenticios saludable en el Perú, un mercado con un alto consumo de pastas, que ocupa el segundo lugar a nivel latinoamericano, esta iniciativa no solo busca satisfacer las expectativas de los consumidores peruanos, que demanda productos innovadores y saludables, sino también aprovechar la diversidad de recursos naturales del país que aún no están siendo plenamente valorados. El proyecto tiene el potencial de contribuir al desarrollo del sector alimentario peruano, diversificando la oferta de pastas y posicionando la marca de un nicho de mercado saludable y sostenible, como conclusión de este proyecto se busca aprovechar la creciente demanda de alimentos saludables en Perú, mediante la implementación de una planta industrial para la producción de pastas con insumos no tradicionales, esta iniciativa no solo responde a las tendencias del mercado, sino que también promueve el uso de recursos

nacionales, contribuyendo al desarrollo del sector alimentario y ofreciendo opciones nutritivas para los consumidores.

(Narvaéz, 2018) presentó el plan de negocios para la producción y exportación de pastas de quinoa desde Ecuador a España da a conocer que el resultado principal de esta investigación es la viabilidad y rentabilidad del proyecto de introducir una nueva pasta de fideos a base de quinoa en los mercados, dirigida a los sectores socioeconómicos B y C. A través de un análisis detallado del entorno se identificó una oportunidad para ofrecer un producto innovador, saludable y competitivo, alineado con la creciente preocupación por una alimentación más saludable entre los contras. Se evidencia que, a pesar de la alta competencia en el mercado de fideos tradicionales, existe un nicho potencial para fideos elaborados con quinoa, dada la tendencia de los consumidores hacia productos más nutritivos. Además, el análisis de mercado indicó de la demanda de este tipo de productos puede crecer significativamente en los próximos cinco años, lo que justifica la inversión en la producción y la comercialización. Este proyecto de sustentación en una estrategia de diferenciación, centrada en la calidad y los beneficios nutricionales del producto, en el análisis financiero mostro que se lograra un retorno de inversión en menos de tres años con una rentabilidad atractiva, como conclusión la introducción de los fideos de quinoa representa las oportunidades viable y rentable, respaldada por la creciente demanda de productos saludables y nutritivos, el análisis de mercado financiero se demuestra, a través de una estrategia de diferenciación centrada de calidad, los beneficios centrados en la calidad y los beneficios de la quinoa.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

Plan De Negocios

(Baque, 2020). La estructuración de un plan de empresa incluye todo tipo de detalles que se debe tener al iniciar una empresa, como una planificación pormenorizada de las políticas, estrategias, investigación previa, planes de acción y financiamientos.

El plan de negocios es un estudio detallado y minucioso del negocio que el emprendedor piensa acoplar, de igual forma es una ruta para poder construir la empresa y a su vez para evaluarla en términos de viabilidad operacional, el resultado principal de este estudio es la creación de un documento escrito donde se hallan especificados todos los aspectos de factibilidad de la empresa, así como sus objetivos entre otros aspectos claves.

Un plan de negocios es un documento esencial que detalla los objetivos de una empresa, su mercado, productos o servicios, estrategias de marketing y ventas, estructura organizativa, proyecciones financieras y análisis de riesgos, proporcionando una hoja de ruta clara para guiar el desarrollo, atraer inversionistas y obtener financiamiento.

Importancia del plan de negocios

Para (Luana, 2011), el plan de negocios es una clave muy importante del porqué es necesario contar con un plan de negocio bien preparado, es que ayuda a la obtención de recursos financieros porque dependiendo de qué tan viable es el proyecto es más fácil la obtención de los recursos para la inversión ya sea con socios interesados en el proyecto o mediante instituciones financieras.

Según (Vargas & Uttermann , 2020), mencionan para una empresa nueva en un mercado saturado es imprescindible saber o identificar cuáles son los pasos para reducir el fracaso en sus primeros años de vida y mejorar su inserción en los mercados a los que dirige

sus esfuerzos de venta, pero ¿Qué tan importantes desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa? ¿Seguramente la mayoría de las empresas no abren sus puertas con una estrategia ya que estudiaba, sino que se dan a la improvisación sobre la marcha, entonces vale la pena hacer una comparación y deducir que tan importante es desarrollar un plan de negocios y que diferencia existe entre estas dos formas de ejercer en el medio de las empresas?

De igual forma, destaca la importancia de un plan de negocios para reducir riesgos y mejorar la implantación en mercados saturados, contrastándolo con la improvisación, aunque algunas empresas avanzan sin planificación, un plan estructurado aumenta las posibilidades de éxito al ofrecer claridad y dirección estratégica.

Emprender es un término que, si tiene múltiples acepciones, en el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro, con características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos (Alcaraz , 2012).

Mediante la cita se puede mencionar que el plan de negocios para el emprendedor tiene relación ya que el plan de negocios ayuda a tener una visión más clara, asegurando que cada paso esté basado un análisis y planificación convirtiéndose en una extensión de habilidades y competencias de la idea a crear para que los proyectos sean de manera concreta y sostenible.

Etapas del plan de negocio.

Estudio de Mercado

Según (Alderete & Rodríguez, 2016), dan a conocer que un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

(Navarro, 2021), Describe de forma detallada la información de aspectos importantes que determinan el plan de negocios, como la competencia, la segmentación del mercado, perfiles de los consumidores, la combinación de los elementos de marketing, así como la oferta y la demanda actuales como proyectadas, ya que su profundo análisis previo establece el trayecto para desarrollar de mejor forma el plan de negocio de la empresa, dejando por sentado las bases para el desarrollo de las siguientes etapas.

Según los autores mencionan que estudio de mercado es un instrumento del mercado que tiene como fin estimar la cuantía de los bienes y servicios provenientes de una unidad de producción que los clientes están dispuestos a adquirir a unos determinados precios durante un periodo específico, permitiendo resaltar de los detalles relevantes que visualizan y detectan si el producto o servicio derivado de un proyecto se puede comercializar, el análisis de un estudio de mercado es una herramienta esencial dentro de un mercado y la planificación de negocio ya que ayuda a recopilar y analizar información clave sobre el mercadeo como la competencia la demanda y los perfiles del consumidor facilitando decisiones estratégicas

Importancia del Estudio de Mercado.

Según (Kotler, 2017) da a conocer que el estudio de mercado es importante porque permite identificar las necesidades y deseos del consumidor lo que facilita la creación de productos y servicios que satisfagan dichas demandas, también ayuda a entender el entorno competitivo y a anticipar tendencias.

El estudio de mercado es esencial, porque permite conocer y comprender las necesidades y deseos del consumidor lo que resulta fundamental para desarrollar productos y servicios que respondan de manera efectiva a dichas demandas además este proceso proporciona una visión clara del entorno competitivo ayudando a las empresas a identificar oportunidades y anticipar tendencias del mercado.

Las características usadas en la investigación que con más frecuencia se busca conocer son:

- Medición de los mercados potenciales.
- Análisis de nichos específicos de mercado.
- Determinación de las características del nicho del mercado, etc.

Destaca algunos aspectos fundamentales para el éxito de cualquier proyecto o empresa en un mercado competitivo, la investigación de mercados no solo es una herramienta técnica, sino una estrategia importante para tomar decisiones informadas y minimizar riesgos al emprender o desarrollar un producto o servicio.

Definición de Producto

Según (Barría, 2024), afirma que el producto se refiere a cualquier bien, servicio o idea que una empresa ofrece y pone a disposición del mercado con el objetivo de satisfacer las necesidades y deseos de nuestros consumidores es decir el producto forma parte de las variables de lo que se denomina mezcla de marketing o marketing mix.

El producto se define como cualquier bien, servicio o idea que una empresa pone a disposición del mercado con el propósito de satisfacer las necesidades y deseos de nuestros posibles consumidores cabe destacar que el producto es una de las variables fundamentales dentro de la mezcla de marketing o el marketing mix ya que su diseño, calidad, características y los beneficios son elementos estratégicos que determinan la percepción del consumidor.

Definición de precio

Según (Lozada, 2017) menciona que el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio por lo tanto supone una relación entre el consumidor y el vendedor

El precio representa mucho más que una simple cantidad monetaria, es la expresión del valor que los consumidores están dispuestos a intercambiar por los beneficios que perciben al adquirir o utilizar un producto o servicio, el concepto del autor Lozada no solo implica una cifra, sino que también establece una conexión esencial entre el consumidor y el vendedor.

Definición de promoción

Según (NAVARRO, 2021), afirma que la promoción es como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente sus productos y marcas al gran público.

Mediante la afirmación, la promoción es un componente esencial en las estrategias de comunicación empresarial ya que aborda todos los esfuerzos tanto personales como impersonales realizados por un vendedor o su representante para captar la atención de una audiencia objetiva con el propósito de informar, persuadir o recordar al público acerca de los productos y marcas de la empresa.

Oferta

Según (Mora, 2015), mencionan que la oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer un precio y condiciones dadas en un determinado tiempo, asimismo se define como la cantidad de productos o servicios favorables para ser consumidos.

La definición de los autores, sobre la oferta como la disposición de los productores al ofrecer bienes o servicios bajo ciertas condiciones fundamentales para comprender los comportamientos de los mercados, se puede decir que para realizar un análisis de la oferta es esencial seguir con todos los procedimientos de la investigación debido a que es un elemento clave que representa y refleja cómo los costos de producción, la capacidad y disposición de una empresa para producir y vender un bien o servicio en el mercado a diferentes precios.

Demanda

Según, (Coca Carasila, 2015), da a conocer que la demanda es definida como la cantidad que están dispuestos a comprar de un producto o un conjunto de determinado grupo de consumidores en el periodo de tiempo determinado y en una situación del entorno mediante el esfuerzo comercial de la empresa y de los competidores dado.

Mediante las citas expuestas se puede decir que la demanda se representa mediante una relación entre cantidad y los precios, además es la conexión funcional entre la cantidad de un bien o un servicio que los consumidores están dispuestos y son capaces de adquirir

Demanda Insatisfecha

Según (Valencia, 2015), menciona que la demanda insatisfecha abarca tanto a la demanda no atendida como la demanda atendida, que no cumple completamente con las necesidades, para evaluar de una manera operativa, es necesario comparar lo que se requiere (demanda) con lo que realmente se ofrece (oferta), y ambas se deben medir en las mismas unidades el proyecto debe utilizar sus respectivos recursos para satisfacer esta demanda insatisfecha.

DEMANDA (¿Cuánto se necesita?) - OFERTA (¿Cuánto se ofrece?)

= DEMANDA INSATISFECHA

Para Valencia un criterio es fundamental ya que permite evaluar la viabilidad de un proyecto analizando la demanda insatisfecha como base para determinar las oportunidades de mercado, considerando tanto la demanda no atendida como la parcialmente atendida, que no cubre completamente las necesidades del público objetivo. Además, es esencial proyectar la demanda futura diferenciando entre la demanda normal, este análisis integrado permite identificar brechas del mercado y observar en como el proyecto puede satisfacerlas, maximizando su relevancia y sostenibilidad.

Estudio Técnico

Según (Moreno M. , 2008), menciona que un estudio técnico busca responder a interrogantes como: ¿cuánto, ¿cómo y con que producirá la empresa?, así como diseñar la función de producción optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado.

Dentro del plan de negocios el estudio técnico es una sección que evalúa la viabilidad operativa del proyecto, abarcando aspectos como la infraestructura, tecnología, procesos de producción, localización, capacidad instalada y requerimientos de recursos, para asegurar que el proyecto pueda ser implementado de manera eficiente y efectiva.

Importancia del estudio técnico

(Romero, 2019), menciona la importancia del estudio técnico antes de realizar una inversión, siendo este su objetivo principal y el tema a investigar, la metodología empleada puede ser cuantitativa o cualitativa, mediante una investigación bibliográfica y de campo.

La importancia de estudio técnico según Romero, da a conocer una referencia valiosa que resalta la relevancia del estudio técnico previo a realizar una inversión, este tipo de análisis no solo permitirá evaluar la viabilidad técnica y financiera de un proyecto, sino que también contribuye a reducir los riesgos asociados con la falta de planificación estructurada.

Tamaño

Según (Moreno M. , 2008), menciona que el tamaño de proyecto y su financiamiento es necesario recomendar a que la empresa evalúe cuidadosamente el equilibrio entre el monto requerido para llevar a cabo el proyecto y el nivel de riesgo que está dispuesta a asumir para el financiamiento disponibles y analizar el rendimiento esperado del proyecto. Esto permitirá determinar si su implementación generara un beneficio económico.

Factores que determinan el tamaño de un proyecto

(Moreno D. , 2008), da a conocer que para el apartado del estudio técnico se determina la capacidad de producción requerida y los recursos necesarios para el desarrollo del producto, para ello es fundamental considerar la demanda y establecer la proporción adecuada para satisfacerla, a continuación, presenta los factores claves para ayudar a definir el tamaño optimo del proyecto:

1.-Identificacion de la demanda: El análisis del mercado es esencial para comprender las necesidades de los consumidores, la demanda actual, potencial y proyectada, basada en la investigación realizada, la demanda influye directamente en el tamaño del proyecto, pudiendo ser:

- Mayor que la capacidad de producción: si la demanda excede lo que el proyecto puede producir, igual a la capacidad de producción: Si la demanda es completamente satisfecha por la capacidad instalada, etc.

Estos alcances ayudan ajustar el tamaño del proyecto para maximizar su viabilidad económica.

2.- Identificación de insumos y suministros: Es importante garantizar un suministro suficiente en cantidad y calidad de las materias primas necesarias para el proyecto, esto

implica identificar los proveedores, precios y cantidades requeridas, respaldado por cotizaciones que sirvan como compromiso.

3.- Identificación de maquinaria, equipo y tecnología: Es necesario analizar la maquinaria, equipos y herramientas requerida, considerando factores como dimensiones, capacidad, mantenimiento, consumo energético e infraestructura necesaria, la información obtenida permite planificar la inversión y tomar decisiones informadas como son: proveedor, tipo de maquinaria o equipo, cantidad, costo unitario y total.

4.- Tamaño del proyecto y financiamiento: El análisis financiero debe equilibrar el monto necesario para desarrollar el proyecto con el riesgo que la empresa está dispuesta a asumir, es por eso que es importante conocer las fuentes de financiamiento (internas, externas o combinadas) y evaluar el rendimiento económico del proyecto, si los beneficios no son suficientes, se deberá ajustar el tamaño del proyecto para asegurar su rentabilidad y satisfacer las expectativas de los inversionistas.

Localización

(Rocampos., 2012), menciona que la localización es la actividad industrial generalmente se lleva a cabo dentro de una planta industrial, la etapa de localización tiene como objetivo identificar el lugar más adecuado para establecerla, considerando factores como la proximidad a los puntos de venta o mercados de consumidores, los sitios de abastecimiento de materias primas o productos intermedios y la relación con otras posibles plantas de producción.

En el caso de construir una nueva planta, la ubicación puede ser predeterminada desde el inicio del proyecto es decir constante o definirse a partir de los primeros estudios técnicos (variable). Sea cual sea el caso, la selección del lugar debe realizarse después de la fase de validación del anteproyecto para garantizar una decisión óptima.

Ingeniería del proyecto

Según (Moreno M. D., 2008), La ingeniería del proyecto es una propuesta diseñada para solucionar necesidades identificadas en diversos ámbitos, como el empresarial, social o personal.

Descripción del producto: Es necesario detallar las características físicas del bien o servicio, esto implica identificar la materia prima (insumos que se empleara y los procesos tecnológicos requeridos para su elaboración, en el caso de empresas que ofrecen servicios, se debe especificar claramente en que consiste el servicio y sus particularidades.

Descripción del proceso: Este apartado busca explicar la secuencia de las operaciones necesarias para transformar los insumos en un producto terminado, incluye información sobre tiempos y requerimientos, para una mejor comprensión se recomienda utilizar diagramas de flujo que presentan visualmente los espacios, las etapas del proceso y la transformación de los materiales hasta alcanzar su forma final.

Técnicas de análisis del proceso de producción

Luego de haber analizado verbalmente lo relacionado con el estudio de ingeniería del proyecto es importante considerar métodos que permita optimizar las operaciones realizadas en la planta de producción, estos métodos tienen la capacidad de representar el proceso a través de un diagrama lo cual facilita su análisis se considera los más conocidos y se detallan a continuación:

Flujograma

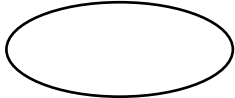
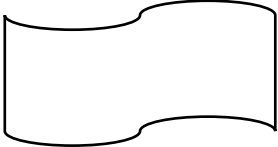
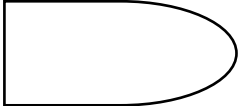
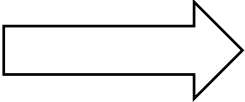
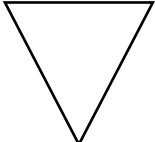
Un flujograma es una representación gráfica de un proceso en secuencia de sus actividades, además de seguir la secuencia de actividades el flujograma permite evidenciar lo que se realiza en cada etapa, los materiales y servicios que entran y salen de un proceso, las decisiones que deben ser tomadas en cuenta y a las personas involucradas en el proyecto para ello el flujograma utiliza varios conjuntos de símbolos para representar cada etapa del proceso

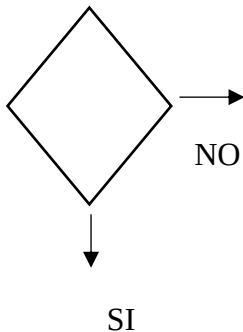
las personas o los sectores involucrados y la secuencia de las operaciones, los símbolos más comunes son los que detallas a continuación:

Simbología Flujograma

Tabla 2.

Símbolos del diagrama de flujo.

NOMBRE	SÍMBOLO	DETALLE
Límites		Este símbolo representa el inicio o el fin de un proceso.
Documento		Representa la entrada o salida de un documento, como recibir un informe o un pedido (entrada) y generar una presentación o una carta (salida)
Retraso o Demora		Indica una pausa en el proceso o inactividad antes de continuar.
Operación		Representa una actividad o tarea específica dentro de un proceso.
Trasporte		Señala el movimiento o transferencia de materiales, productos o información.
Almacenamiento		Simboliza un punto donde se almacenan materiales o productos temporalmente.

Decisión	 <pre> graph LR A{ } -- SI --> B[] A -- NO --> C[] </pre>	Representa un punto de decisión donde se elige entre dos o más opciones, determinando el flujo siguiente.

Nota. Simbología del flujograma.

Maquinaria y equipo

Según (González, 2020), da a conocer que maquinaria y equipo son conjuntos de herramientas, dispositivos y sistemas tecnológicos que permiten llevar a cabo procesos industriales o empresariales, siendo clave para la competitividad y la innovación en el mercado.

Lo que da a conocer el autor es que la maquinaria y el equipo constituyen un pilar esencial en los procesos industriales y empresariales, ya que abarcan herramientas, dispositivos y sistemas tecnológicos diseñadas para optimizar las operaciones y garantizar un rendimiento eficiente cabe mencionar que este concepto resalta la importancia de estos activos no solo como los elementos funcionales sino también como impulsores claves de la competitividad y el entorno empresarial en constante evolución.

Distribución de la planta

Según (García, 2020), se llama distribución de planta a la disposición de los recursos en el espacio es decir la distribución de planta, es el diseño de la disposición física de los recursos en una instalación buscando maximizar la eficiencia del flujo de materiales, la seguridad y la satisfacción del personal involucrados en los procesos operativos.

La distribución de planta se refiere al diseño estratégico de la disposición física de los recursos dentro de las instalaciones de la organización tiene como objetivo principal de optimización de los procesos operativos de igual manera ayuda a maximizar la eficiencia en el flujo de materiales garantizando un entorno seguro y satisfactorio para todo el personal involucrado en el proceso.

Estudio Financiero

Según (Pérez, 2021) da a conocer que el estudio financiero es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción, lo cual será el costo total de operaciones de la planta abarcando las áreas como la administración, producción y ventas, así como otra serie de indicadores que sirva como base para la parte final y definitiva del proyecto.

El estudio financiero es un análisis integral que evalúa la viabilidad económica de un proyecto al considerar los recursos disponibles y los costos asociados al proceso productivo este enfoque permite determinar el costo total de operaciones abarcando áreas claves como la administración, producción y ventas y a determinar la posibilidad de la creación de un nuevo negocio para la satisfacción de necesidades insatisfechas existentes en el mercado.

Inversión Inicial

(Gabriel, 2006) menciona que la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o también conocidos como activos tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la organización con excepción del capital de trabajo.

La inversión inicial como da a conocer el autor comprende el monto económico que será necesario para crear la nueva empresa, este enfoque incluye el capital de trabajo

buscando la necesidad de diferenciar entre los recursos destinados a la adquisición de activos fijos como maquinaria, terrenos, edificios, para empezar a producir en la nueva empresa.

Inversión Inicial Fija

Según (Albers, 2006) menciona que una inversión inicial fija es conocida como formación bruta de capital de trabajo básicamente son elementos tangibles necesarios para que la empresa lleve a cabo su actividad, como los terrenos, las instalaciones, la maquinaria, los edificios, el transporte se materializan en los activos fijos o a largo plazo.

La inversión fija se refiere a los elementos físicos indispensables que forman parte del capital tangible de la empresa y que son esenciales para garantizar su funcionamiento operativo, comprende de la adquisición de bienes y enseres que permiten el desarrollo de la gestión de la empresa mediante la utilización adecuada de los mismos siendo importante para la ejecución de actividades empresariales.

Inversión Diferida

Según (Helen, 2021) la inversión diferida son los bienes y servicios intangibles que son indispensables para el desarrollo del negocio pero a diferencia de la inversión fija no incluye directamente en la producción para ello se encuentran gastos de constitución, organización o instalación de la sociedad el pago de permisos, licencias o derechos requeridos por las autoridades o la financiación directamente relacionada con el negocio, también constituyen el conjunto de bienes de la propiedad de la organización necesarias para su funcionamiento esto incluye, patentes de inversión marcas, diseños comerciales e industriales.

La inversión diferida son los desembolsos necesarios para la adquisición de servicios que son necesarios para poner en marcha el funcionamiento de la planta industrial, los

servicios no se los puede manipular o palpar, pero son sumamente necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la organización.

Capital de trabajo

Según (Gitman, 2012) “El capital de trabajo también conocido como fondo de maniobra, es la inversión que realiza toda empresa en activos circulantes o de corto plazo está representado por el capital adicional pero distinto de la inversión en activos fijos y diferidos que es fundamental para que comience a funcionar la empresa”

El capital de trabajo permite a la organización empezar su producción antes de que se evidencie las utilidades a un corto plazo ya que luego de que la empresa ponga en marcha esta ira obteniendo rubros económicos que remplace y recompense la inversión inicial realizada.

Financiamiento

(Bea, Muñoz, & Sánchez, 2023), menciona que el financiamiento consiste en la adquisición y utilización eficiente de recursos monetarios, líneas de crédito y cualquier tipo de fondos, que se destinan a la ejecución de un proyecto o al funcionamiento de una empresa.

El método de rentabilidad basado en el flujo de caja es un indicador clave dentro de las estrategias de financiamiento, este método ayuda a identificar la relación optima entre deuda y patrimonio, lo que le permite mejorar su rentabilidad financiera, especialmente en términos de mantener una buena liquidez.

Fuentes de financiamiento

Según (Bea, Muñoz, & Sánchez, 2023), lo definen como la obtención de recursos provenientes de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, necesarios para que una empresa ya sea publica, privada, social o mixta opere de manera normal y eficiente.

Para abordar esta problemática es fundamental definir claramente que es el financiamiento empresarial, base esencial para esta investigación. La gestión financiera empresarial se entiende como el conjunto de teorías, técnicas y procedimientos que permite tomar decisiones relacionadas con inversiones y financiamiento, estas decisiones impactan directamente en el uso eficiente de los recursos limitados y en la gestión eficaz de la empresa.

Estados financieros

(Cuevas & Calderón, 2021), mencionan que el análisis de estados financieros es un proceso clave para evaluar la posición financiera actual y pasada de una empresa, así como los resultados de sus operaciones. Su objetivo principal es realizar estimaciones y predicciones informadas sobre condiciones y resultados futuros de la empresa.

Este análisis se basa en dos pilares fundamentales:

1. **Conocimiento del modelo contable:** Permite comprender como se registrar y organiza la información financiera.
2. **Dominio de herramientas de análisis financiero:** Facilita la identificación y evaluación de relaciones y factores financieros y operativos.

Estado de pérdidas y ganancias.

(Administrador, 2011), el estado de pérdidas y ganancias incluye las cuentas nominales de la empresa, que corresponde a los ingresos y gastos, este documento sirve para evaluar el desempeño de las operaciones realizadas durante un periodo económico, generalmente un año y determina si la empresa obtuvo una utilidad o una pérdida.

El estado de resultados es un informe financiero que presentan las entidades con fines de lucro para reflejar el desempeño de sus operaciones durante un periodo específico, este documento detalla los ingresos, gastos, y en consecuencia la utilidad o pérdida neta obtenida, lo que permite evaluar los cambios en el patrimonio contable del periodo.

Balance General

(Administrador, 2011). Da a conocer el Estado de Situación financiero o Balance General, es un informe que proporciona información sobre los recursos y obligaciones financieras de una empresa en una fecha específica, muestra los activos, organizados según la disponibilidad, destacando cualquier restricción; los pasivos, ordenados según su fecha de vencimiento y los riesgos financieros asociados y el capital contable, que refleja el patrimonio de la empresa en ese momento.

Este informe es elaborado con las cuentas reales de la empresa: activos, pasivos y capital. Este documento refleja los bienes que posee la compañía las deudas pendientes con terceros, el aporte y manejo por parte de los propietarios principalmente interesados de este informe con los gerentes o administradores, acreedores, propietarios, trabajadores, órganos gubernamentales entre otros.

Flujo de caja

Según (Bravo & Polo, 2021). El CF es el flujo de caja neto relacionado con los riesgos de las operaciones de la empresa i o j (flujo de caja antes de intereses e impuestos). Cuando se trata de manejar el efectivo, es necesario encontrar las mejores opciones para garantizar un control seguro que permita a los directivos evaluar el desempeño de sus administradores y alcanzar los objetivos establecidos. Por eso se debe implementar una herramienta que asegure el control sobre la disponibilidad de efectivo, como el flujo de caja.

Evaluación financiera

(Jiménez , 2017), menciona “la evaluación financiera permite determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad de algún proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto”

Una evaluación financiera es el análisis detallado de la viabilidad económica de un proyecto o empresa, que incluye proyecciones de ingresos y gastos, flujos de caja, análisis de rentabilidad y determinación de la necesidad de financiamiento con el fin de asegurar que el proyecto sea financieramente sostenible y rentable.

Importancia de la evaluación financiera

(Nava, 2009), dan a conocer la importancia del análisis financiero radica en que permite identificar los aspectos económicos y financieros que muestran las condiciones en que opera la empresa con respecto al nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, facilitando para la toma de decisiones gerenciales, económicas y financieras en la actividad de la organización.

El autor señala que el análisis financiero es un proceso que implica el uso de diversas técnicas e instrumentos analíticos aplicados a los estados financieros, con el objetivo de obtener indicadores y relaciones relevantes que faciliten la toma de decisiones, esto se debe a que la información contenida en los estados financieros, por si sola, no es suficiente para llevar a cabo una planificación financiera adecuada ni para evaluar e interpretar los resultados obtenidos lo que impide tener una visión clara de la situación económica de la empresa.

Elementos financieros

El estudio financiero además de reducir la información representada en el resto de estudio, genera nueva información, la cual será útil para determinar su viabilidad.

Según (Moreno M. , 2008), da a conocer algunos elementos del plan financiero:

Inversión necesaria: Además de determinar el monto de la inversión requerida, es fundamental establecer la estrategia de financiamiento, es decir, identificar las fuentes de

financiamiento que se utilizarán, ya sea capital propio aportes de inversionistas, financiamiento bancario, entre otros y con qué monto va a participar cada parte.

Inversión Requerida, la inversión requerida antes de la puesta en marcha puede agruparse en capital de trabajo, activos fijos y gastos preoperativos.

Capital de trabajo: Se refiere a los recursos financieros necesarios para iniciar la producción, la inversión en capital de trabajo implica destinar fondos a activos corrientes como efectivo inicial, inventarios y cuentas por cobrar, asegurando así el funcionamiento continuo durante un ciclo productivo, esta inversión debe garantizar la liquidez suficiente para la adquisición de materia prima y la cobertura de costos operativos hasta la recuperación del efectivo lo que permite reinvertir en nuevos ciclos de producción como el ciclo efectivo, producción, venta y recuperación de cartera.

Indicadores financieros económicos

El costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR

(Fajardo, y otros, 2019), dan a conocer que la TMAR o Tasa Mínima Aceptada de Retorno, representa conceptualmente el rendimiento mínimo que un proyecto debe alcanzar como TIR (Tasa Interna de Retorno) para ser considerado viable, si un proyecto no supera esta tasa, debe ser descartado.

Además, los empresarios suelen enfrentarse al impacto de una devaluación podrá tener en los resultados económicos y financieros de un proyecto, por lo tanto, es fundamental evaluar el contexto y considerar escenarios que dependen de la importación de materias primas y aquellos cuya inversión está parcialmente financiada en moneda extranjera.

Valor Actual Neto (VAN)

Según (Ramirez, 2016), da a conocer que el VAN mide la deseabilidad de un proyecto en términos absolutos, calcula la cantidad total en que se ha aumentado el capital como consecuencia del proyecto.

Según (Virreira , 2021), menciona que el VAN de una inversión se define como un indicador que mide el beneficio económico de un proyecto dado su flujo de fondos y su tasa de descuento, la tasa de descuento podría ser distinta para cada periodo, pero para simplicidad se asumirá que es igual en todos los periodos estimados.

Mediante las citas expuestas se puede mencionar que el VAN es un indicador financiero que mide la rentabilidad de un proyecto en términos absolutos, al calcular el beneficio económico total que genera un proyecto, considerando sus flujos de caja descontados a una tasa específica que generalmente se asume constante para simplificar el análisis.

Tasa interna de retorno (TIR)

Mencionan que la TIR, es la tasa de descuento que hace que el Valor Presente Neto (VPN) de un proyecto sea igual a cero, es decir es la tasa que iguala la suma de los flujos de efectivo descontados con la inversión inicial del proyecto. (Mete, 2014)

La tasa interna de retorno es una herramienta clave para la toma de decisiones de inversión utilizada para evaluar y comparar la viabilidad de distintas alternativas de inversión, por lo general se utiliza la opción con TIR más alta ya que indica un mayor rendimiento potencial.

Costo Beneficio

Según, (Aguilera , 2017). El análisis costo- beneficio es un método utilizado para evaluar un proyecto o facilitar la toma de decisiones en distintos ámbitos. Consiste en

identificar y cuantificar todos los costos y beneficios asociados a cada alternativa con el fin de elegir la opción más conveniente o rentable.

Este análisis combina herramientas de gestión y finanzas con principios de las ciencias sociales, permitiendo expresar por lo tanto los costos como los beneficios en una unidad de medida común, permitiendo expresar tanto los costos como los beneficios en una unidad de medida común, generalmente monetaria, para facilitar su comparación. Esta técnica está estrechamente vinculada con la teoría de la decisión, ya que busca determinar la viabilidad de un proyecto a partir de la relación entre sus costos y beneficios.

Plazo de recuperación de la inversión

Según, (Zicari, 2020). El periodo de la inversión se refiere al tiempo estimado que tomara recuperar el dinero invertido en un proyecto. Por ejemplo, si se da que un proyecto se recupera en dos años y cinco meses, significa que en ese plazo los ingresos generados igualaran el monto inicial invertido.

A diferencia de otras herramientas financieras, como el Valor Actual Neto (VAN), que expresa resultados en términos monetarios o la Tasa Interna de Retorno (TIR), que indica un porcentaje de rentabilidad, este indicador se enfoca en medir el tiempo necesario para alcanzar el “repago” de la inversión.

Métodos de evaluación de proyectos

(Vigo, Vigil, Sánchez, & Medianero, 2018) La evaluación de un proyecto también requiere considerar como se miden los costos y beneficios. Siempre que sea posible, esto deben expresarse en términos de dinero, sin embargo, cuando esto no se puede hacer se utiliza un método alternativo llamado análisis costo-efectividad.

En este enfoque es común en proyectos relacionados con salud, educación, nutrición y otras inversiones sociales, en estos casos, aunque los beneficios puedan identificarse y

medirse, es complicado asignarles un valor monetario. Por eso, se prefieren expresar en función de los resultados no monetarios que generan en la población beneficiaria, así el análisis costo-efectividad se convierte en una herramienta clave para evaluar este tipo de proyectos.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

En los últimos años, las empresas ecuatorianas han experimentado un notable crecimiento y han surgido constantemente nuevas iniciativas este desarrollo ha sido posible gracias a la realización de estudios de mercado previos, los cuales permiten identificar las oportunidades para ingresar al mercado con nuevos negocios, ya sean la producción o de servicios, mediante la investigación se desarrollará datos sobre el perfil ideal de nuestros posibles consumidores como el mercado, la competencia, la oferta, a través de esta información será fundamental para garantizar decisiones estratégicas y acertadas.

El estudio de mercado es una herramienta clave para un plan de negocios ya que permite comprender el mercado objetivo y su entorno, ayuda identificar las necesidades gustos y preferencias de los clientes, analizar la demanda, la oferta y los precios, así como diseñar estrategias de comercialización más efectivas, además facilita la toma de decisiones informadas, reduce riesgos y asegura la viabilidad del proyecto.

Para realizar un estudio de mercado efectivo, se utilizó la investigación respectiva del mercado por medio de las encuestas que permite identificar, conocer y analizar las variables.

Enfoque de investigación.

La investigación presenta el enfoque cuantitativo debido a que analiza elementos que pueden ser medibles y cuantificables este proceso define objetivos claros como las preferencias y comportamientos de los consumidores en el mercado de producto saludables,

diseñando encuestas estructuradas con preguntas con alternativas y preguntas cerradas, este enfoque permitirá detallar y especificar cada uno de los factores correspondientes al mercado objetivo, como la demanda potencial, las características sociodemográficas de los clientes y las tendencias de consumo relacionadas con alimentos saludables, mediante esta investigación será posible determinar la cantidad exacta de clientes interesados en consumir spaghetti a base de harina de zapallo, sus características principales y las expectativas sobre este tipo de producto facilitando una proyección adecuada de la producción que permitirá definir estrategias efectivas para la creación de la nueva empresa.

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva permite conocer las características del mercado objetivo, como preferencias, hábitos de consumo y disposición a pagar, además de analizar la competencia y validar la aceptación del spaghetti a base de harina de zapallo, esto proporciona datos claves para el proyecto para poder definir estrategias de marketing, establecer precios competitivos, proyectar ingresos realistas y tomar decisiones fundamentadas, reducir riesgos y aumentando las posibilidades del éxito de la creación de la nueva empresa.

Población

Se entiende por población al conjunto de individuos u objetivos (unidades de estudio o muestreo) que comparten la característica que se desea investigar, la población que se busca estudiar idealmente se denomina población objetivo, mientras que el grupo que realmente se pueden investigar se llama población de estudio.

Para la realización de este estudio de mercado, se partió de un análisis a nivel nacional en Ecuador, para luego descender a un enfoque más específico en la provincia de Cotopaxi, finalmente se delimitó el estudio a la ciudad de Latacunga, considerando como unidad de análisis la población total del cantón, que asciende a 170.489 habitantes. De esta cifra, se

reconoce una distribución significativa entre la zona urbana y la zona rural, que concentra un importante porcentaje de la población inicial cantonal, distribuido en parroquias rurales y urbanas, este enfoque permite obtener una muestra representativa y diversa que refleja las características geográficas y demográficas de Latacunga.

Según la INEC da a conocer los siguientes datos del año 2023 de la población de la ciudad de Latacunga.

Tabla 3.
Población urbana y rural del Cantón Latacunga

Cantón Latacunga	Población	%
Sector Urbano	63.842	37,45%
Latacunga centro	63.842	
Sector Rural	106.647	62,55%
11 de noviembre (Ilinchi)	1.988	
Alaques (Alaquez)	5.481	
Belisario Quevedo	6.359	
Guaytacama (Guaytacama)	9.668	
José guango bajo	2.869	
Latacunga	34.513	
Mulalo	8.095	
Poalo	5.709	
San Juan de Pastocalle	11.449	
Tanicuchi	12.831	
Toacaso	7.685	
TOTAL	170.489	100%

Nota. Datos obtenidos desde la INEC.

Mediante la tabla No 3, se puede evidenciar que en el sector urbano existe una población de 63.842 habitantes con un porcentaje del 37,45% mientras que en el sector rural se puede observar que cuenta con 11 parroquias los cuales representan 106.647 habitantes con

un porcentaje del 62,55%, entre el sector urbano y rural con 170.489 habitantes con una totalidad del 100%.

Muestra

La muestra representativa de la población de Latacunga permitirá obtener datos relevantes sobre consumidores locales, identificando sus preferencias alimenticias, hábitos de compra y disposición hacia productos saludables, asegurando que el plan de negocios está alineado a las necesidades del mercado objetivo. Para ello se seleccionará una muestra representativa de los 170.489 habitantes de Latacunga interesados en este producto que estará compuesta de 383 personas a ser encuestadas.

Para calcular la muestra se utilizará la siguiente formula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot (1-p)}{(E^2 \cdot (N-1)) + (Z^2 \cdot p \cdot (1-p))}$$

n: Tamaño de la muestra.

N: Tamaño de la población.

Z: Nivel de confianza.

p: Probabilidad esperada de éxito.

1-p: Probabilidad esperada de fracaso.

E: Error máximo permitido.

Tabla 4

Fórmula del cálculo que vamos aplicar.

CÁLCULO DE LA MUESTRA

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA INVESTIGACIÓN

$$p = 50 \% = 0,5$$

$$q = 50 \% = 0,5$$

PARÁMETRO	INSERTAR VALOR	NIVEL DE CONFIANZA	Z alfa
		99,7%	3,00
N	170.489	99%	2,58
Z	1,96	98%	2,33
		96%	2,05
P	0,5	95%	1,96
		90%	1,65
Q	0,5	80%	1,36
E	0,05	50%	0,674

Nota. Tamaño de la muestra según los datos de la INEC.

Tabla 5.

Proceso del cálculo de la muestra

Proceso de Cálculo	
Numerador	163737,64
Denominador	427,18
Muestra	383

Donde:

Z	Nivel de confianza	1,96 ²
p	Probabilidad esperada de éxito	0,50
1-p	Probabilidad esperada de fracaso	0,50
N	Tamaño de la población	170489
E	Error máximo permitido	5%
n:	Tamaño de la muestra	?

$$n = \frac{170489 * 1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,5)}{(0,05^2 * (170489 - 1)) + (1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,05))}$$

$$n = \frac{163737,6356}{428,04476}$$

$$n = 382,5246$$

n=	383	personas a Encuestar
-----------	------------	-----------------------------

Nota. Total de la muestra

Se puede observar claramente con la muestra realizada y su respectivo cálculo el resultado de 383 personas a encuestar.

Plan Muestral

El diseño del plan muestral se lleva a cabo considerando la cantidad de encuestados en las parroquias urbanas y rurales del cantón Latacunga, con el propósito de recopilar información sobre la viabilidad de establecer una empresa dedicada a la producción de Spaghetti a base de harina de zapallo.

Tabla 6.

Distribución de la muestra

Cantón Latacunga	Población	%
Sector Urbano	143,00	37%
Latacunga centro	143,00	37%
Sector Rural	240,00	63%
11 de noviembre (ilinchi)	5	1%
Alaques (alaquez)	14	4%
Belisario Quevedo	17	4%
Guaytacama (Guaytacama)	25	7%
Joseguango bajo	7	2%
Latacunga	60	16%
Mulalo	21	6%
Poalo	15	4%
San Juan de Pastocalle	30	8%
Tanicuchi	25	7%
Toacaso	20	5%
TOTAL	383,00	100%

Nota. Se observa como resultado un total de 383 personas representado el 100%

Instrumento de recolección de datos.

El instrumento a aplicar es un cuestionario cuidadosamente diseñado, compuesto por preguntas estructuradas que permitieran recolectar información sobre gustos, necesidades y hábitos de consumo, este enfoque facilitará la recopilación de datos relevantes para evaluar la

aceptación del producto y definir estrategias comerciales basadas en las expectativas del público objetivo.

Instrumento de investigación

Cuestionario

Diseñar un cuestionario con preguntas claras y estructuradas ayuda a obtener datos específicos relacionados con el producto, como los intereses de alimentos saludables, frecuencia de consumo de pastas y disposición a pagar por un producto innovador como el spaghetti a base de zapallo, el cuestionario se aplicó en las afueras de los distintos supermercados de Latacunga como; Santa María, Tía, Aki, Multisa, Supermaxi, etc.

El instrumento a utilizar es un cuestionario cuidadosamente diseñado, compuesto por preguntas estructuradas que permitiera recolectar información sobre gustos, necesidades y hábitos de consumos, este enfoque facilitará la recopilación de datos relevantes para evaluar la aceptación del producto y definir estrategias comerciales basadas en las expectativas del público objetivo.

Técnica de Investigación

Encuesta

Para (Hernández, 2017), la muestra es una herramienta de retroalimentación conocida para obtener información de un grupo o una porción de una población de interés, también es un subgrupo seleccionado de una población acerca del cual se recolectarán datos necesarios para una investigación y estos representarán a dicha población cabe mencionar que la muestra debe ser determinada desde el planteamiento de la investigación.

Para esta investigación se emplea una técnica específica para recopilar información relevante sobre los posibles consumidores de la idea de negocio en el cantón de Latacunga, enfocada en las personas que buscan una alimentación más saludable, con el objetivo de analizar la oferta y el consumo de spaghetti.

La encuesta es una herramienta que contiene una serie de preguntas diseñadas para recopilar información de las personas sobre un tema específico, estas preguntas pueden ser cerradas (con opciones de respuesta) o abiertas (con respuestas libres). Es útil para obtener datos organizados y claros que permite analizar opiniones, comportamientos o preferencias de los encuestados, al aplicar la encuesta a la muestra seleccionada garantizara que los datos recolectados sean representativos de la población objetivo, permitiendo tomar decisiones y estrategias basadas en evidencias reales del mercado del cantón Latacunga.

Tabulación de resultados

Una vez realizada la investigación de campo para recopilar información sobre la aceptación del spaghetti a base de harina de zapallo en el mercado, mediante encuestas dirigidas a los habitantes del Cantón Latacunga como mercado objetivo, se procede a realizar las interpretaciones y análisis de datos recolectados. Este proceso tiene como propósito identificar tendencias, preferencias claves que respalden el desarrollo y viabilidad de la idea de negocio.

Análisis e interpretación de datos

1. ¿Usted consume spaghetti?

Tabla 7.

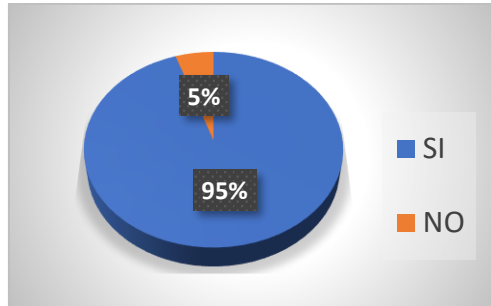
¿Usted consume spaghetti?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	363	95%
NO	20	5%
Total	383	100%

Nota. Indica los resultados de los que sí o no han consumido spaghetti.

Figura 1.

¿Usted consume spaghetti?



Nota. Se observa que el 95% si consumen spaghetti

Como se observa en el gráfico anterior se puede apreciar claramente que el 95% si consumen spaghetti, mientras que el 5% no consume, esto sugiere que el producto tiene una buena aceptación entre una parte significativa de la población, lo que justifica continuar con la investigación para conocer mejor los gustos y preferencias, y así desarrollar un producto que cumpla con las expectativas de los consumidores.

2. ¿Con que frecuencia usted consume spaghetti?

Tabla 8.

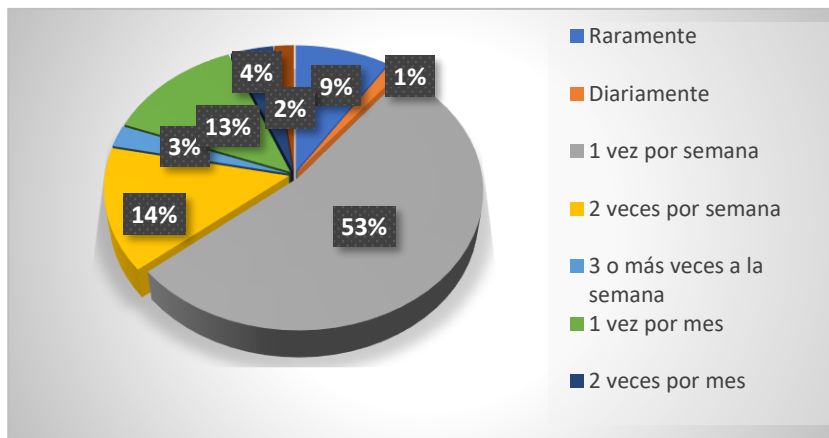
¿Con que frecuencia usted consume spaghetti?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Raramente	33	9%
Diariamente	5	1%
1 vez por semana	194	53%
2 veces por semana	52	14%
3 o más veces a la semana	9	3%
1 vez por mes	48	13%
2 veces por mes	15	4%
3 o más veces por mes	7	2%
Total	363	100%

Nota. Se observa que el 53% consumen una vez por semana spaghetti.

Figura 2.

¿Con que frecuencia usted consume spaghetti?



Nota. Se puede apreciar el porcentaje de los resultados.

Se observa que el 53% consume spaghetti una vez por semana, el 14%, dos veces por semana, el 13% una vez por mes, el 9% raramente, el 4% dos veces por mes, el 3% tres o más veces a la semana, el 2% tres o más veces al mes y finalmente 1% diariamente, reflejando que el 53% de los consumidores siendo la mayor cantidad que consumen spaghetti una vez a la semana. Respectivamente esto indica que el spaghetti es adquirido con regularidad lo que resalta la importancia de mantener una producción adecuada a las necesidades y hábitos de consumo de los clientes

3. ¿Qué tipo de spaghetti consume usted con mayor frecuencia?

Tabla 9.

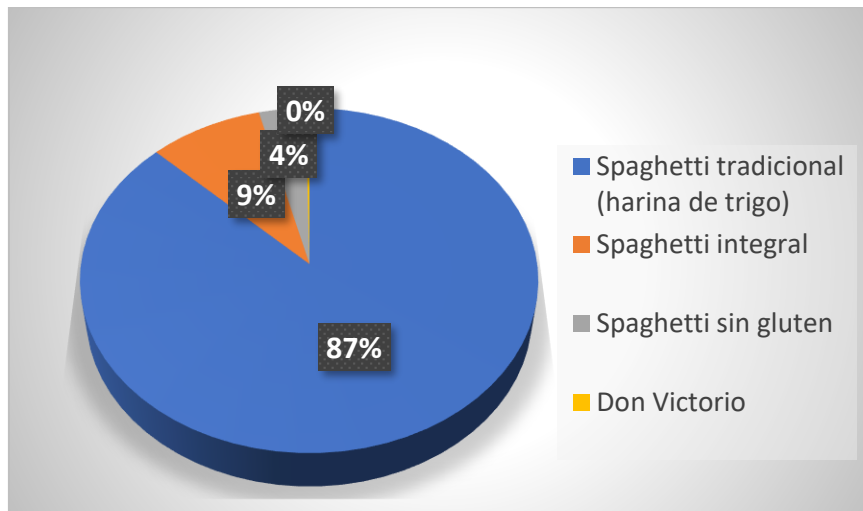
¿Qué tipo de spaghetti consume usted con mayor frecuencia?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Spaghetti tradicional (harina de trigo)	317	87%
Spaghetti integral	32	9%
Spaghetti sin gluten	13	4%
Don Victorio	1	0,3%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 3.

¿Qué tipo de spaghetti consume usted con mayor frecuencia?



Nota. Resultado en las encuestas

Mediante los resultados obtenidos en la encuesta se identifica que el 87% de la población consume spaghetti tradicional, mientras que el 9% consume spaghetti integral, el 4% spaghetti sin gluten y el 0 % Don Victorio. Por medio de estos resultados se observa que consumen más el spaghetti tradicional (harina de trigo), debido a que es un producto más visto en los supermercados, es así que se da a conocer el producto spaghetti a base de harina de zapallo, tomado en cuenta el porcentaje más aceptado de los consumidores.

4. ¿Dónde suele comprar usted el spaghetti?

Tabla 10.

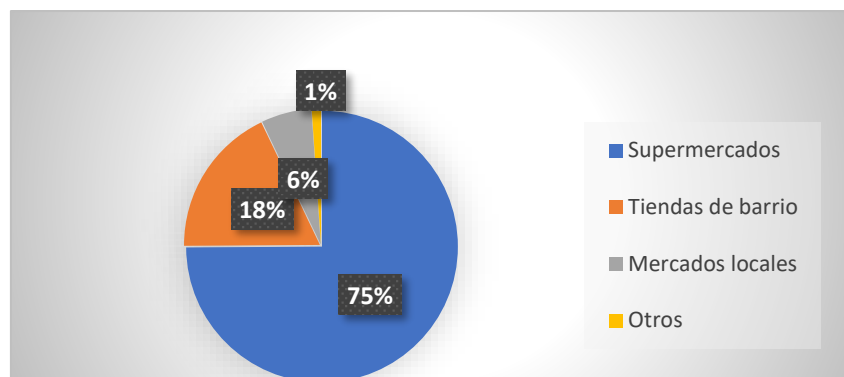
¿Dónde suele comprar usted el spaghetti?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercados	272	75%
Tiendas de barrio	72	18%
Mercados locales	70	6%
Otros	4	1%
Total	418	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 4.

¿Dónde suele comprar usted el spaghetti?



Nota. Resultados en las encuestas

En el gráfico anterior se puede observar claramente que el 75% optan por adquirir su compra en los supermercados, mientras que el 18% tiendas de barrio, el 6% mercados locales y por último el 1% optaron por la opción otros, dando a conocer que la mayoría de los habitantes compran en los supermercados. Se puede observar que la mayoría de los consumidores optan por hacer sus compras en los supermercados, tomando como referencia el punto de dar a conocer el producto en dicho lugar, además en las tiendas de barrio también se puede dar a conocer debido a que esta seguidamente dentro de las encuestas realizadas mediante los resultados obtenidos.

5. ¿Es importante para usted el valor nutricional dieta especial (ej. sin gluten, bajo en carbohidratos) al comprar el spaghetti?

Tabla 11.

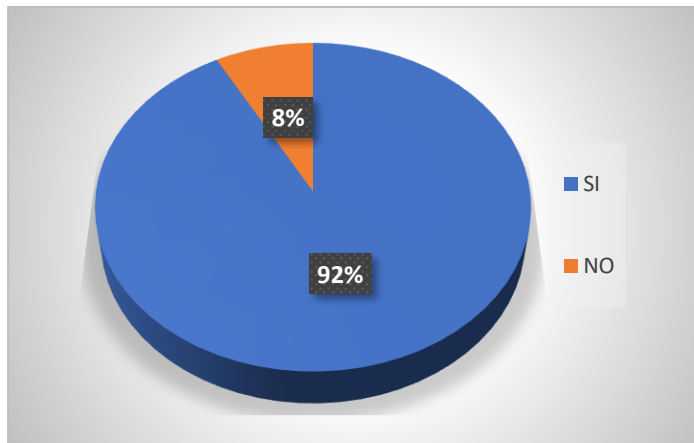
¿Es importante para usted el valor nutricional dieta especial (ej. sin gluten, bajo en carbohidratos) al comprar el spaghetti?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	334	92%
NO	29	8%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 5.

¿Es importante para usted el valor nutricional dieta especial (ej. sin gluten, bajo en carbohidratos) al comprar el spaghetti?



Nota. Resultados en las encuestas

En el gráfico anterior se puede observar que el 92% de los encuestados, si les importa el valor nutricional al comprar el spaghetti, mientras que el 8% mencionan que no. Se puede apreciar según los resultados obtenidos de los respectivos encuestados la mayoría de los consumidores consideran que el valor nutricional es importante, esto sugiere que el producto contenga un valor nutricional de dieta especial debido a que la mayoría de los consumidores priorizan el contenido nutricional al elegir productos alimenticios.

6. ¿Es importante para usted el contenido bajo en grasa al elegir spaghetti?

Tabla 12.

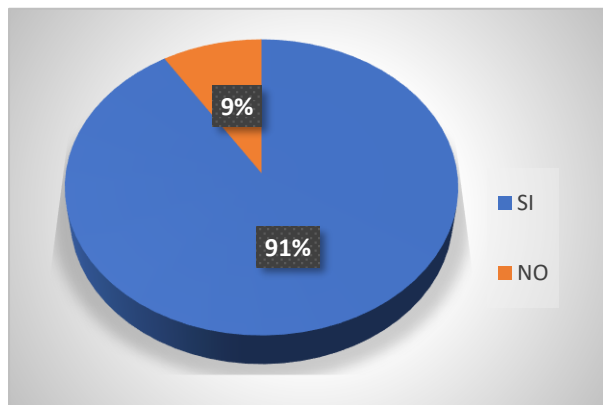
¿Es importante para usted el contenido bajo en grasa al elegir spaghetti?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	331	91%
NO	32	9%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 6.

¿Es importante para usted el contenido bajo en grasa al elegir spaghetti?



Nota. Resultados en las encuestas

Como se observa en el gráfico anterior se puede apreciar claramente que el 91% si es importante que el spaghetti tenga el contenido bajo en grasa al elegir el spaghetti, mientras que el 9% dijeron que no. Se puede apreciar mediante los resultados obtenidos que la mayor cifra indica una fuerte preferencia el spaghetti con el contenido bajo en grasa.

7. ¿Es importante para usted el tamaño del empaque al comprar spaghetti?

Tabla 13.

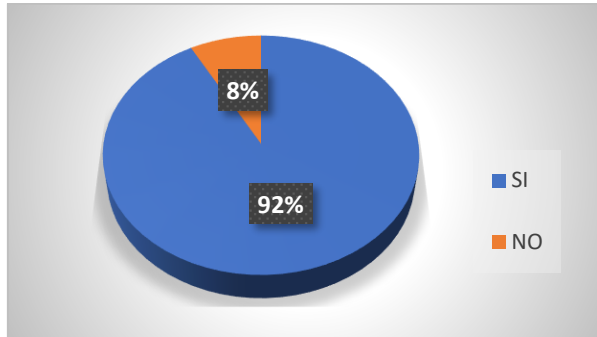
¿Es importante para usted el tamaño del empaque al comprar spaghetti?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	333	92%
NO	30	8%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 7.

¿Es importante para usted el tamaño del empaque al comprar spaghetti?



Nota. Resultados en las encuestas

Según el gráfico se puede observar que el 92% indica que es importante el tamaño del empaque al comprar spaghetti, mientras que el 8% dijeron que no. Se puede apreciar que, para la mayoría de los encuestados, el tamaño del empaque es muy importante, esto indica que la gran mayoría de los consumidores tienen en cuenta el tamaño del empaque al momento de realizar sus respectivas compras.

8. *¿Es importante para usted considerar promociones o descuentos al comprar spaghetti?*

Tabla 14.

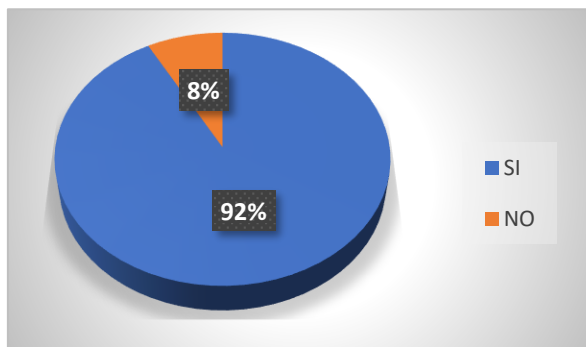
¿Es importante para usted considerar promociones o descuentos al comprar spaghetti?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	334	92%
NO	29	8%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 8.

¿Es importante para usted considerar promociones o descuentos al comprar spaghetti?



Nota. Resultados en las encuestas

Como se observa en el gráfico anterior se puede identificar claramente que el 92% si es importante, que al momento de comprar el spaghetti exista promociones o descuentos, mientras que el 8% mencionaron que no, además se puede apreciar que la mayor parte de los encuestados consideran que las promociones y descuentos son factores importantes en su decisión al realizar la compra del spaghetti.

9. ¿Está usted de acuerdo en consumir spaghetti como parte de su alimentación?

Tabla 15.

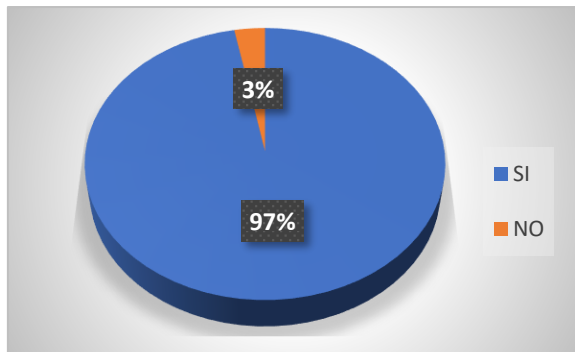
¿Está usted de acuerdo en consumir spaghetti como parte de su alimentación?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	351	97%
NO	12	3%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 9.

¿Está usted de acuerdo en consumir spaghetti como parte de su alimentación?



Nota. Resultados en las encuestas

Según el grafico se puede observar que el 97% de la población están de acuerdo en consumir spaghetti como parte de su alimentación, mientras que el 3 % dijeron que no. Se puede apreciar claramente que la gran mayoría de los encuestados considera el spaghetti como un alimento aceptable reflejando una percepción positiva del producto.

10. ¿Consume usted productos saludables?

Tabla 16.

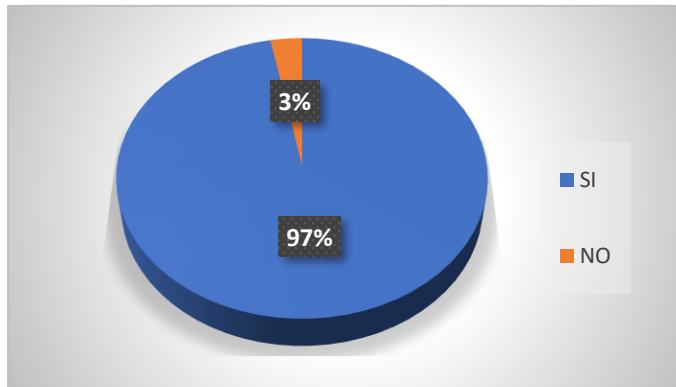
¿Consume usted productos saludables?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	353	97%
NO	10	3%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 10.

¿Consume usted productos saludables?



Nota. Resultados en las encuestas

Mediante los resultados se puede observar que el 97% de los encuestados si consumen productos saludables, mientras que el 3% no consumen productos saludables. Este alto porcentaje sugiere que la gran mayoría de los encuestados consideran importante en consumir productos saludables reflejando una conciencia sobre la salud.

11. ¿Usted consume productos a base de harina de zapallo?

Tabla 17.

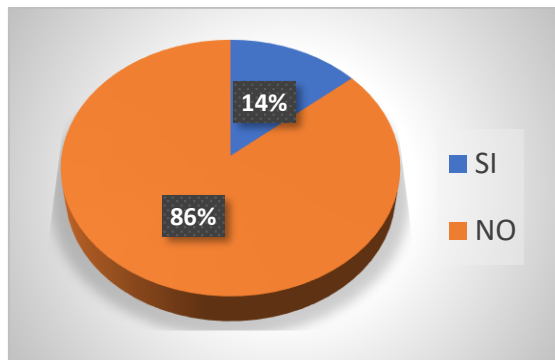
¿Usted consume productos a base de harina de zapallo?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	50	14%
NO	313	86%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 11.

¿Usted consume productos a base de harina de zapallo?



Nota. Resultados en las encuestas

Mediante el gráfico anterior claramente se puede evidenciar que el 86% no consumen productos a base de harina de zapallo, mientras que el 14% si consumen productos a base de harina de zapallo, por ello se sugiere que el producto se puede dar a conocer como un producto nuevo para los habitantes del Cantón Latacunga, debido a que no se encuentren en el mercado.

12. ¿Usted conoce que existe en el mercado el producto Spaghetti a base de harina de zapallo?

Tabla 18.

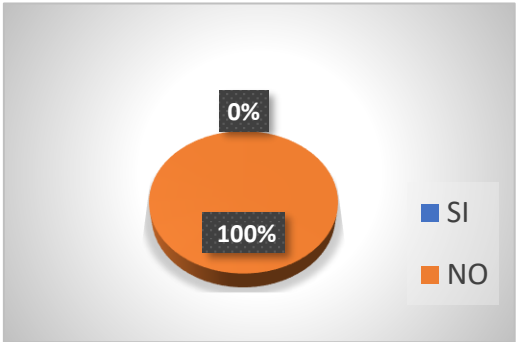
¿Usted conoce que existe en el mercado el producto Spaghetti a base de harina de zapallo?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	363	100%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 12.

¿Usted conoce que existe en el mercado el producto Spaghetti a base de harina de zapallo?



Nota. Resultados en las encuestas

Se observa que el 100% de encuestados no conocen que el producto de spaghetti a base de harina de zapallo existe en el mercado, lo que permite crear esta idea de negocio o a la vez la innovación del spaghetti debido a que no existe en el mercado.

13. ¿A usted le gustaría probar un Spaghetti a base de harina de zapallo que no contenga gluten?

Tabla 19.

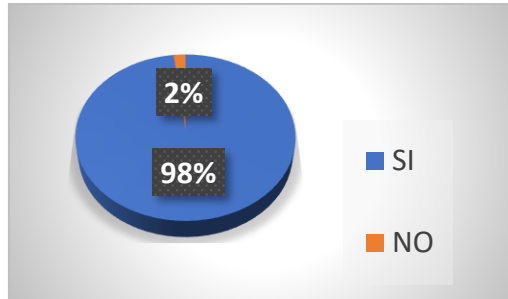
¿A usted le gustaría probar un Spaghetti a base de harina de zapallo que no contenga gluten?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	356	98%
NO	7	2%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 13.

¿A usted le gustaría probar un Spaghetti a base de harina de zapallo que no contenga gluten?



Nota. Al 98% le gustaría probar el spaghetti a base de zapallo que no contenga gluten.

Por medio de los resultados se puede observar claramente que el 98 % de las personas están aceptando consumir el producto en el mercado, mientras que el 2% mencionaron que no. Debido a los resultados se continuará con investigación con un total 356 habitantes, se puede apreciar que los resultados fueron positivos, para crear un nuevo producto como el spaghetti a base de harina de zapallo que no contenga gluten, conociendo sus gustos y preferencias y así desarrollar el producto cumpliendo con las expectativas satisfactorias de los consumidores.

14. ¿Cuál sería la cantidad ideal para usted comprar el spaghetti a base de harina de zapallo?

Tabla 20.

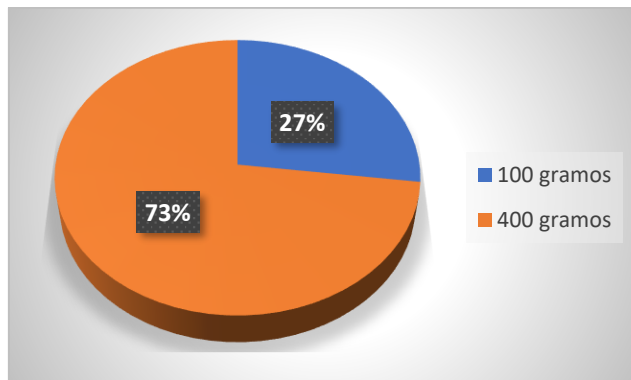
¿Cuál sería la cantidad ideal para usted comprar el spaghetti a base de harina de zapallo?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100 gramos	99	27%
400 gramos	264	73%
Total	363	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 14.

¿Cuál sería la cantidad ideal para usted comprar el spaghetti a base de harina de zapallo?



Nota. Resultados en las encuestas

En el gráfico anterior se puede observar claramente que el 73% de los encuestados prefieren consumir la presentación del spaghetti a base de zapallo de 400 gramos, mientras que el 27% prefieren consumir la presentación de 100 gramos. La alta preferencia de la mayoría de los encuestados es de la presentación de 400 gramos, esto indica que el spaghetti a base de zapallo es percibido con un alimento satisfactorio y atractivo.

15. ¿Qué tan importante es para usted que el producto sea orgánico?

Tabla 21.

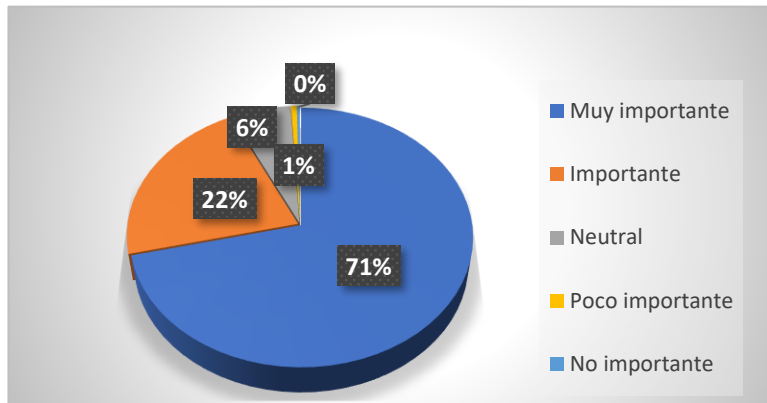
¿Qué tan importante es para usted que el producto sea orgánico?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	254	71%
Importante	77	22%
Neutral	22	6%
Poco importante	2	1%
No importante	1	0%
Total	356	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 15.

¿Qué tan importante es para usted que el producto sea orgánico?



Nota. Resultados en las encuestas

En el gráfico anterior se puede observar que el 71 % de los encuestados consideran que es muy importante que el producto sea orgánico, mientras el 22% importante, seguidamente el 6% es neutral, el 1% y el 0,3% son poco importante y no importante. Mediante los resultados se ha confirmado que es muy importante realizar un producto de manera orgánica, considerando la preferencia de los consumidores.

16. ¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 100 gramos base de harina de zapallo?

Tabla 22.

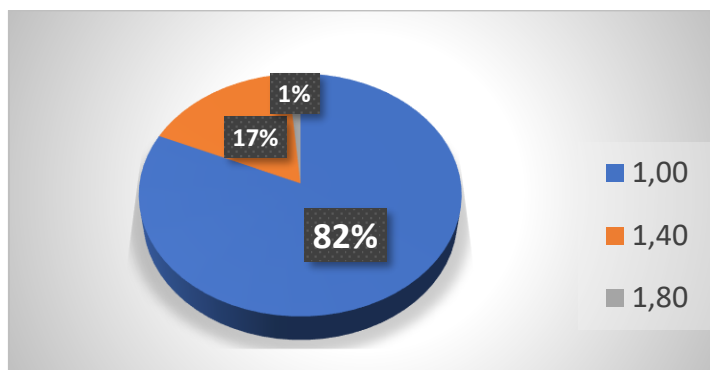
¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 100 gramos base de harina de zapallo?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,00	291	82%
1,40	60	17%
1,80	5	1%
Total	356	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 16.

¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 100 gramos base de harina de zapallo?



Nota. Resultados en las encuestas

El gráfico anterior muestra que el 82% de los encuestados pagan el precio de \$1,00 los 100gr de spaghetti a base de harina de zapallo, mientras que el 17% paga \$1,40 y el restante 1% paga \$1,80 con un valor superior a los mencionados. Cabe destacar el precio ideal es de \$1,00 los 100 gramos, para que puedan poder adquirir el producto, estos resultados permiten establecer el precio estimado para el nuevo producto.

17. ¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 400 gramos a base de harina de zapallo?

Tabla 23.

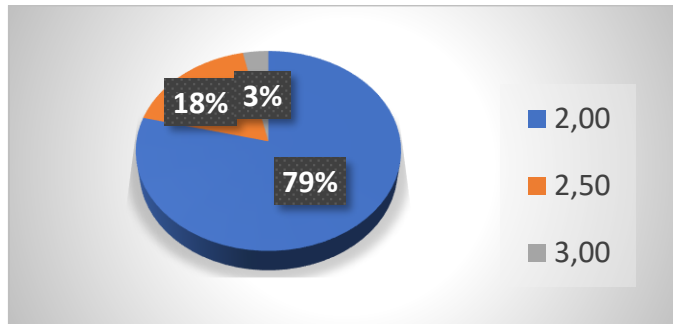
¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 400 gramos a base de harina de zapallo?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2,00	281	79%
2,50	63	18%
3,00	12	3%
Total	356	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 17.

¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 400 gramos a base de harina de zapallo?



Nota. Resultados en las encuestas

El gráfico anterior muestra que el 79% de los encuestados pagan el precio de \$2,00 los 400gr de spaghetti a base de harina de zapallo, mientras que el 18% paga \$2,50 y el restante paga \$3,80 con un valor superior a los mencionados. Cabe destacar el precio ideal para poder adquirirlo, estos resultados permiten establecer que el precio estimado es de \$2,00 el spaghetti de 400 gramos para el nuevo producto y que sea aceptado por los consumidores.

18. ¿Qué envase usted prefiere para productos como el Spaghetti a base de harina de zapallo?

Tabla 24.

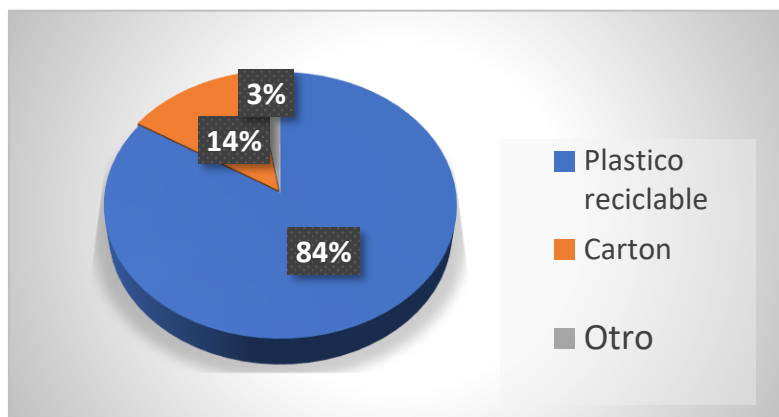
¿Qué envase usted prefiere para productos como el Spaghetti a base de harina de zapallo?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Plástico reciclable	299	84%
Cartón	48	14%
Otro	9	3%
Total	356	100%

Nota. Resultados en las encuestas

Figura 18.

¿Qué envase usted prefiere para productos como el Spaghetti a base de harina de zapallo?



Nota. Resultados en las encuestas

Se puede apreciar que el 84 % de los encuestados expreso su preferencia por el envase de plástico reciclable, mientras que el 13,5% opto por el envase de cartón, seguidamente el 2,5% en otro envase. Esta información permite identificar los gustos y preferencias relacionadas con el diseño del envase para el producto de Spaghetti a base de harina de zapallo.

19. ¿Cómo usted prefiere informarse sobre la disponibilidad y promociones de Spaghetti a base de harina de zapallo?

Tabla 25.

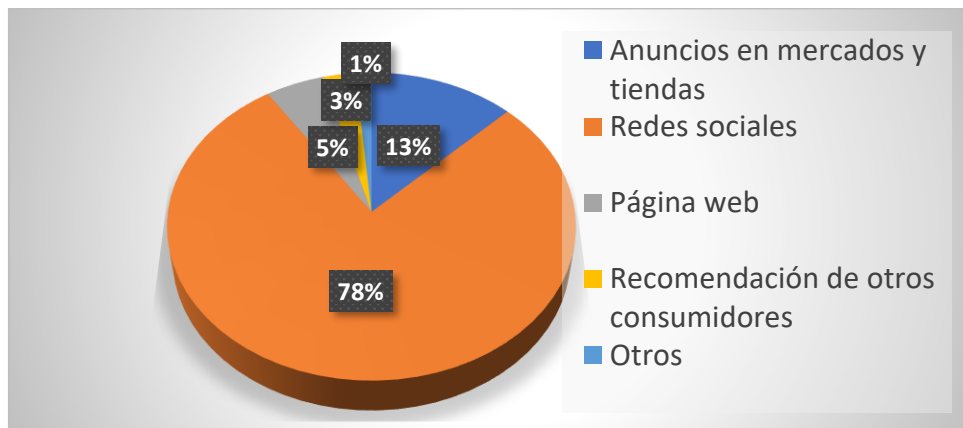
¿Cómo usted prefiere informarse sobre la disponibilidad y promociones de Spaghetti a base de harina de zapallo?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anuncios en mercados y tiendas	45	13%
Redes sociales	278	78%
Página web	18	5%
Recomendación de otros consumidores	10	3%
Otros	5	1%
Total	356	100%

Nota. Resultados en la encuesta

Figura 19.

¿Cómo usted prefiere informarse sobre la disponibilidad y promociones de Spaghetti a base de harina de zapallo?



Nota. Resultados en las encuestas

Se puede observar en el gráfico anterior de manera clara que el 78% prefieren informarse por redes sociales, el 13% anuncios en mercados y tiendas, el 5% en páginas web, seguidamente el 3%, en recomendaciones de otros consumidores y finalmente el 1% con la opción otros. Esta información permite identificar la preferencia de los consumidores, para poder informar sobre el producto por medio de las redes sociales debido que la mayoría de los encuestados se informan por ese medio.

Descripción del producto

El presente plan de negocios, es una empresa dedicada a la producción de spaghetti elaborado a partir de harina de zapallo como principal ingrediente, lo que aporta un perfil nutricional rico en fibra, vitaminas A y C, antioxidantes y un menor contenido calórico en comparación con la pasta tradicional, es un producto innovador más saludable y nutritivo. Además, este producto está diseñado para satisfacer la demanda de opciones alimenticias más saludables, bajas en carbohidratos y libres de gluten.

El spaghetti a base de harina de zapallo es el producto principal que presenta una alternativa innovadora a la pasta tradicional de trigo elaborado a partir de zapallo fresco, este producto está diseñado para satisfacer la demanda de opciones alimenticias más saludables, bajas en carbohidratos y libres de gluten. Su perfil nutricional superior, rico en fibra, vitaminas A y C, y antioxidantes, lo posiciona como una excelente opción para quienes buscan una alimentación equilibrada, así como para personas que siguen una dieta hipocalórica.

El proceso de producción involucra la transformación del zapallo en hebras finas, utilizando tecnología moderna para garantizar la calidad del producto y preservar sus propiedades nutritivas. Este spaghetti ofrece la textura y apariencia de la pasta tradicional, pero con el beneficio añadido de ser un producto completamente bajo en calorías y sin gluten y fácil de preparar.

El spaghetti a base de zapallo está dirigido a consumidores conscientes de su salud, interesados en productos naturales e innovadores, y está diseñado para adaptarse a una amplia variedad de platos, desde salsas clásicas hasta preparaciones más ligeras. Con este producto, nuestra empresa no solo busca satisfacer las necesidades de un mercado en crecimiento, sino también posicionarse como líder en la producción de alimentos saludables.

Características del producto

El zapallo es un fruto ampliamente cultivado y consumido debido a sus múltiples beneficios nutricionales y versatilidad, un alimento nutritivo, rico en vitaminas A, C, potasio y fibra, ideal para dietas saludables por su bajo contenido calórico.

(Bravo , García , Janeth , & Francisco, 2017), menciona que el zapallo es rico en antioxidantes y beta-caroteno lo que contribuye a su valor nutricional, la harina derivada del zapallo es baja en calorías y carbohidratos lo que la hace adecuada para dietas saludables.

La harina de zapallo rica en fibra, vitaminas y minerales, se posiciona como una alternativa ideal a las pastas tradicionales, aportando un valor nutricional superior y manteniendo una fácil preparación.

El spaghetti a base de harina de zapallo es un producto innovador que responde a las demandas actuales por alimentos funcionales y saludables este spaghetti se elaborará utilizando harina obtenida del zapallo un fruto reconocido por su perfil nutricional, la harina de zapallo se obtiene deshidratando y moliendo la pulpa de zapallo un proceso que preserva sus nutrientes claves, como las vitaminas (A, C) minerales (potasio, hierro y calcio), antioxidantes y con fibra soluble.

Propiedades Físicas

Las propiedades físicas del spaghetti a base de harina de zapallo.

Color

La harina de zapallo conserva un color amarillo-anaranjado gracias al contenido de carotenoides (Pigmento natural) en la pulpa del zapallo.

Textura

En estado seco el spaghetti es firme quebradizo tras la cocción adquiere una textura blanda y ligeramente elástica, similar a la pasta tradicional, aunque con una sensación más ligera debido al menor contenido de gluten o ausencia total de este.

Forma y Tamaño

El spaghetti es fabricado en forma de tiras delgadas y alargadas con diámetros que suelen variar entre 1.5 mm y 3 mm dependiendo del método de extrusión empleada durante su elaboración.

Densidad

El spaghetti tiene una densidad moderada en su estado seco que disminuye al absorber agua durante la cocción aumentando su volumen aproximadamente en un 100-120%.

Higroscopicidad

Al ser un producto seco el spaghetti es higroscópico lo que significa que puede absorber humedad del ambiente si no se almacenan adecuadamente en condiciones secas.

Resistencia térmica

El spaghetti mantiene su forma y consistencia durante la cocción a temperaturas de ebullición (100°C) aunque perdería firmeza si se sobre cocina a la estructura más frágil de los almidones de zapallo comparados con los de trigo.

Especificaciones del nuevo producto

El spaghetti a base de harina de zapallo es un producto natural y a la vez muy saludable que se destaca por su bajo contenido de calorías, sin gluten y su riqueza en vitaminas, minerales y fibra lo que lo convierte en una opción ideal para quienes buscan alternativas para llevar una dieta más saludable, debido a su composición a base de harina de zapallo este producto presenta ciertas particularidades que deben ser considerados por los consumidores.

Los investigadores mediante un análisis del comportamiento de los consumidores buscan resaltar el consumo de spaghetti a base de harina de zapallo resaltando su versatilidad en la cocina y los beneficios que aportan a la salud.

Este nuevo producto como el spaghetti a base de harina de zapallo se posicionará en el mercado como un producto natural y funcional con características distintivas que incluyen su fácil digestión y su aporte en fibra y antioxidantes y su aptitud para dietas especiales como

sin gluten y posibles consumidores que buscan alimentos bajo en calorías personas que llevan una dieta como las dietas veganas, para mejorar su aceptación se plantea desarrollar empaques informativos que detallen los métodos de preparación adecuadas como recetas sugeridas y beneficios para la salud.

Envase

Según (Erakundea, 2023) se define como envase cualquier producto elaborado a partir de materiales de diversa naturaleza, diseñado específicamente para contener, proteger, manipular y presentar mercaderías ya sea en cualquier forma de materias primas o productos terminados en cualquier etapa de la cadena de producción, distribución y consumo, se incluye en esta categoría todos aquellos artículos desechables destinados a cumplir estas mismas funciones.

Para ello se debe tener en cuenta las siguientes características que debe cumplir un envase alimentario:

- Capacidad para alojar el producto de manera segura y estable.
- Facilidad para la identificación del contenido a través de etiquetas, códigos o diseños del envase
- Propiedades de protección óptima contra factores externos como la humedad, luz, aire y microorganismos
- Adaptabilidad a las demandas del consumidor en términos de dimensiones, funcionalidad y estándares de calidad.
- Resistencia adecuada frente a manipulaciones, procesos de transporte y distribución en el mercado.

Los investigadores pretenden comercializar el spaghetti a base de harina de zapallo en un envase que sea:

- Transparente y atractivo, material reciclable o biodegradable, resaltando el color del producto.
- Hermético y práctico sistema de cierre que proteja de la humedad y la contaminación.
- Sostenible uso de materiales ecológico y reutilizables
- Tamaños variados como en las presentaciones de 100g, 400g.
- Visualmente atractivo diseño con colores y gráficos modernos

Por esta razón, se plantea comercializar el spaghetti a base de harina de zapallo en un envase de plástico reciclable, alineado con la tendencia del cuidado al medio ambiente y la reducción de contaminación, este envase será práctico y visualmente atractivo, similar a los empaques modernos utilizados hoy en día en el mercado.

Figura 20.

Envase del spaghetti de zapallo (400g)



Nota. Presentación del spaghetti

Características

- Fundas de spaghetti bag de resistencia.
- Diseño con espacio transparente para visualización del producto
- Contenido neto de 400 gramos.

Etiqueta

Una de las principales características que diferencia un producto de otro es la etiqueta la cual incluye información clave como el nombre del producto, sus ingredientes principales, el contenido neto, el precio de venta y sus beneficios nutricionales.

En un mercado competitivo las empresas buscan destacar a través de la presentación visual de sus etiquetas utilizando diseños atractivos y colores llamativos que logren captar la atención del cliente permitiendo posicionarse mejor y generar mayor interés entre los consumidores.

Para la presentación del nuevo producto como es el spaghetti a base de harina de zapallo se tomará en cuenta aspectos fundamentales como las preferencias y expectativa de los consumidores con base a los resultados obtenidos a través de las encuestas incluyendo características relevantes como el contenido vitamínico (A y C) el peso neto de 400 gramos y elementos que se pueda visualizar el producto.

Figura 21.

Etiqueta para el nuevo envase



Nota. Diseño de etiqueta

Características:

- Visualización de la materia prima
- Colores llamativos

- Adhesivas

Color

En lo referente al color que presentara el producto nuevo, esta principalmente relacionado con el tono vibrante y característico del zapallo destacando su color anaranjado natural, este atributo es resultado de la presencia de carotenoides, compuestos bioactivos responsables de su pigmentación que ofrece beneficios antioxidantes al consumir, este color no solo reforzará percepción de frescura y naturalidad sino que también se alineará con las tendencias del mercado que valoran productos visualmente atractivos y saludables.

La decisión de mantener este color distintivo no solo responde a razones estéticas, sino que también a la oportunidad de diferenciar el producto en el mercado competitivo el color naranja puede asociarse con vitalidad, energía y el bienestar una de las cualidades que quiere transmitir a través del spaghetti a base de harina de zapallo permite aprovechar estrategias de marketing dirigidas a consumidores interesados en productos innovadores y naturales quienes buscan alternativas a las pastas tradicionales.

Mediante los datos obtenidos de la investigación de campo se pudo determinar que nuestros posibles consumidores en su mayoría consideran que nuestro producto sea lo más sano, por esta razón se tiene como alternativa la presentación de un nuevo producto con diferentes colores el mismo que llamará la atención de nuestros clientes ya que a su vez para su adquisición se deberá dar a conocer que el producto es más saludable.

Usos y Especificaciones

Gastronómicas

El spaghetti a base de harina de zapallo gracias a su versatilidad y perfil nutricional se posiciona como una excelente alternativa en la gastronomía moderna especialmente en preparaciones saludables veganas y sin gluten, este producto es ideal para sustituir pastas tradicionales en platos como spaghetti a la bolognesa ofreciendo una textura suave y un sabor

ligeramente dulce que complementa una amplia variedad de salsas, su alto contenido en fibra, vitamina A y C, antioxidantes lo convierte en una opción nutritiva para consumidores que buscan mejorar su dieta sin sacrificar el sabor.

Figura 22.

Spaghetti a base de harina de zapallo / Uso gastronómico



Nota. Uso de spaghetti para opciones gastronómicas

Composición Química

Los componentes más usuales del Spaghetti a base de harina de zapallo se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 26.

Composición química

COMPONENTE	RANGO	CONTENIDO TÍPICO
Agua	8 -14 %	10%
Carbohidratos totales	60 -75 %	68%
Fibra dietética	5 - 15 %	10%
Almidón	45 - 65%	55%
Proteínas	8 - 15 %	12%
Minerales	0,5-2 %	1%
Cenizas	0,2- 1%	0,5%
Vitamina A, C, B, E.	0,1-0,8 %	0,30%

Nota. El contenido de humedad de spaghetti de harina de zapallo, es esencial para su conservación, un nivel de humedad bajo (inferior al 14%) ayuda a prevenir el crecimiento de microorganismo y prolonga su vida útil.

La harina de zapallo aporta una cantidad significativa de fibra dietética, lo que mejora la digestión y reduce el índice glucémico (medida de rapidez con la que un alimento puede elevar su nivel de azúcar en la sangre). También es rica en minerales como potasio, magnesio y fósforo, así como en vitamina antioxidante como A, C.

Este producto se posiciona como una alternativa saludable a la pasta tradicional, combinando un buen perfil nutricional con beneficios funcionales.

Productos sustitutos

Los productos sustitutos del spaghetti a base de harina de zapallo incluyen otras opciones de pastas elaboradas con ingredientes naturales y saludables, que puede ser utilizadas como alternativas en la alimentación de personas que buscan una dieta más nutritiva y equilibrada.

Al hablar de pastas saludables, estos productos pueden sustituir al spaghetti a base de harina de zapallo, ya que comparten características similares en cuanto a su composición y beneficios nutricionales, como el alto contenido de fibra y la reducción de carbohidratos refinados.

Spaghetti de harina de quinoa

Spaghetti de harina de quinoa, es una alternativa rica en proteínas y aminoácidos esenciales, ideal para personas que buscan una fuente de energía aminoácidos esenciales. ideal para personas que buscan una fuente de energía sostenida y beneficios para el sistema digestivo.

Figura 23.

Productos sustitutos/ Spaghetti de harina de Quinoa



Nota. Producto sustituto en el mercado Spaghetti de quinoa

Spaghetti de harina de Garbanzo.

El spaghetti de harina de garbanzo, es una excelente fuente de proteínas y vegetales y fibra, lo que contribuye a mejorar la gestión y a mantener la sensación de saciedad por más tiempo.

Figura 24.

Productos sustitutos/ Spaghetti de harina de Garbanzo



Nota. Producto sustituto en el mercado Spaghetti de garbanzo.

Identificación del Mercado Meta

La presente investigación se enfoca en satisfacer la necesidad de una alternativa saludable a la pasta tradicional para los habitantes del Cantón de Latacunga, provincia de Cotopaxi. Esto se debe a la creciente demanda de alimentos naturales y nutritivos que contribuyan una alimentación equilibrada y al bienestar de los consumidores.

Latacunga es una ciudad con una actividad comercial significativa y con un creciente interés por productos saludables. La falta de opciones de pastas elaboradas con ingredientes

naturales y ricos en fibra, como el spaghetti a base de harina de zapallo, representa una oportunidad para introducir este producto en el mercado.

Además, la presencia de consumidores preocupados por su alimentación, deportista, personas con restricciones dietéticas y aquellos que buscan alternativas sin aditivos artificiales favorece la comercialización del spaghetti a base de harina de zapallo. Gracias a su valor nutricional, bajo en calorías, sin gluten y su versatilidad en la cocina, este producto puede posicionarse como una opción innovadora y beneficiosa para la producción de Latacunga.

Segmentación Geográfica

Este tipo de segmentación agrupa a la población considerando su ubicación o lugar. En este caso se establece una segmentación por zonas urbanas y rurales.

Desde esta perspectiva, el mercado meta del spaghetti a base de harina de zapallo está constituido por la población del área urbana y rural del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Se ha establecido este cantón debido a su importancia en la comercialización y a la creciente tendencia de consumo de productos saludables y naturales. Además, su población diversa permite abarcar distintos segmentos de consumidores, desde aquellos que buscan opciones alimenticias más nutritivas hasta personas interesadas en productos innovadores y sostenibles.

Población de la provincia de Cotopaxi

Se ha considerado a esta provincia debido a su crecimiento en el mercado de productos naturales y saludables. Además, Latacunga es la ciudad con mayor población dentro de la provincia, lo que permite una mayor entrada del producto en el mercado local.

Tabla 27.

Población por cantones de la provincia de Cotopaxi

Cantones	N.º Habitantes	%
Latacunga	170.489	41,66%
Salcedo	58.216	14,24%
Saquisilí	25.320	6,24%
Pujilí	69.055	16,87%
La Maná	42.216	10,32%
Pangua	21.965	5,37%
Sigchos	21.944	5,37%
Total Provincia	409.205	100%

Nota. La tabla anterior muestra la población total de la Provincia de Cotopaxi, distribuida en sus diferentes cantones. Para este estudio se ha considerado el Cantón Latacunga que representa el 41,66% de la población del total de la provincia, siendo la mayor ciudad con mayor presencia comercial y una alta demanda de productos alternativos.

Población por cantón Latacunga

El Cantón Latacunga ha sido seleccionado para la investigación debido a su alta densidad poblacional, su actividad comercial y la creciente preferencia por productos saludables, se ha considerado tanto las áreas urbanas como las rurales, que permitirá obtener datos reales sobre la aceptación del Spaghetti a base de harina de zapallo en el mercado.

Tabla 28.*Población cantón Latacunga*

Cantón Latacunga	Población	%
Sector Urbano	63.842	37,45%
Latacunga centro	63.842	
Sector Rural	106.647	62,55%
11 de noviembre (Ilinchi)	1.988	
Alaques (Alaquez)	5.481	
Belisario Quevedo	6.359	
Guaytacama (Guaytacama)	9.668	
José guango bajo	2.869	
Latacunga	34.513	
Mulalo	8.095	
Poalo	5.709	
San juan de Pastocalle	11.449	
Tanicuchi	12.831	
Toacaso	7.685	
Total	170.489	100%

Nota. Datos del INEC

La tabla anterior representa el total de la población del Cantón Latacunga, desglosando el número de habitantes de las áreas urbanas y rurales. La mayor parte de la población reside en la zona rural (62,55%), lo que indica una mayor oportunidad de comercialización de Spaghetti a base de harina de zapallo en supermercados, tiendas locales y mercados locales.

El área rural, con el 37,45% de la población, también representa un segmento de interés, especialmente en sectores donde los consumidores buscan alternativas alimenticias saludables y naturales.

Segmentación Demográfico

Esta segmentación agrupa la población considerando criterios como edad, género preferencias de consumo del producto en este caso utilizaremos la segmentación por género y

edad, ya que estos factores son clave para identificar las preferencias de los consumidores potenciales del Spaghetti a base de harina de zapallo.

Se considera que este tipo de pastas será consumido principalmente por personas de entre los 15 y 46 años, quienes tiene la preferencia por productos innovadores, saludables y rápidos de preparar.

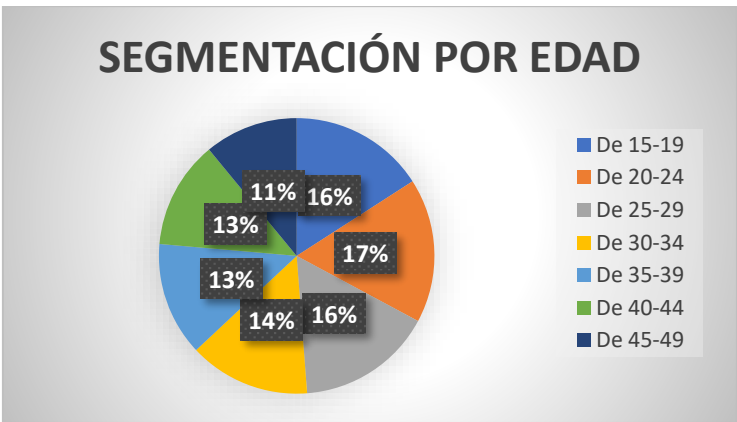
Tabla 29.
Segmentación por edad

Edades entre 15 a más de 46 años	Población
De 15-19	6.742
De 20-24	7.171
De 25-29	6.754
De 30-34	6.026
De 35-39	5.647
De 40-44	5.355
De 45-49	4.658
Total	42.353

Nota. Población de las edades entre 15 a más de 46 años con un total de 42.353 habitantes.

Figura 25.

Segmentación por edad



Nota. Datos del INEC

En el cuadro anterior se puede observar a la población del Cantón Latacunga tomando en cuenta a las personas de 15 a más de 46 años de edad ya que son más propensas a interesarse a productos innovadores y saludables, como el Spaghetti a base de harina de zapallo, debido a su mayor conciencia de salud y las opciones alimenticias sostenibles. Además, tanto jóvenes como adultos son más propensos a consumir productos fáciles de consumir en su vida diaria.

Segmentación psicográfica.

Esta segmentación agrupa la población según su estilo de vida, valores, intereses y preferencias de consumo. En este caso, el Spaghetti a base de harina de zapallo está dirigido a las personas que buscan una alimentación saludable, productos innovadores y sostenibles. Este grupo incluye a quienes siguen preferencias de opciones sin gluten.

Sin embargo, debido a la diversidad de hábitos y comportamiento en la población del Cantón Latacunga, no se aplicará una segmentación psicográfica específica en esta investigación.

Tabla 30.

Mercado meta

Variable	Grupo	Cantidad
GEOGRÁFICA	Población del Cantón	170.489
DEMOGRÁFICA	Edades de 15- a más de 46 Años	42.535
PSICOGRÁFICA	No aplica	No aplica

Nota. Datos tomados del INEC.

En cuanto al cuadro anterior se presenta las distintas segmentación utilizada en el proyecto, reflejando un total de 42.535 personas que contribuyen el 77,85% de la población total del Cantón Latacunga, dentro del rango de edad objetivo, considerado como el mercado

meta del proyecto del plan de negocios.

Gustos y Preferencias

Tras la aplicación de encuestas dirigidas a la población del Cantón Latacunga, se determinó que el 98% del total de los encuestados estarían dispuestos a consumir Spaghetti a base de harina de zapallo. Entre las principales razones de preferencia destacan su naturaleza saludable y su aporte nutricional.

Se identificó que un porcentaje significativo de los consumidores buscan alternativas de pastas más saludables, optando por productos sin gluten y ricos en vitaminas. Además, muchos encuestados mostraron interés en probar productos innovadores bajas en calorías, lo que refuerza la viabilidad del proyecto.

Los habitantes del Cantón Latacunga consideran interesante el consumo de Spaghetti a base de harina de zapallo, especialmente aquellos que buscan una alimentación equilibrada y variada.

Análisis de la demanda

El análisis de demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a distintos precios en el mercado. En este caso, el análisis de demanda permitirá conocer el nivel de aceptación y consumo del Spaghetti a base de harina de zapallo en el Cantón Latacunga, lo que servirá como referencia para evaluar la viabilidad del negocio y su potencial de crecimiento.

Demanda Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha, se diseñó una pregunta clave que se encuentra en la pregunta N°12 de la encuesta: “¿Le gustaría probar un spaghetti a base de harina de zapallo que no contenga gluten? Esta interrogante permitió identificar el interés del consumidor en una alternativa innovadora dentro del mercado de pastas, a partir de las

respuestas obtenidas se pudo estimar el número potencial de compradores que actualmente no se encuentra este producto disponible en el mercado, esta metodología es esencial para evaluar oportunidades de mercado y orientar estrategias de producción y comercialización.

Tabla 31.

Demanda Insatisfecha

Población	Porcentaje de aceptación	Demanda esperada
170.489	98%	167.079

Nota. Resultados

Los resultados revelan que el 98% de los encuestados mostraron interés en consumir el spaghetti a base de harina de zapallo que no contengan gluten. De un total de la población de 170.489 habitantes como resultado un 100 %, para ello 167.079 personas expresaron su disposición a adquirirlo como resultado el 98% de aceptación.

Proyección de la demanda Potencial Insatisfecha

Según (HERRERA , 2016) “La demanda insatisfecha se produce cuando el cliente no ha podido adquirir el producto o servicio o, si lo ha comprado, no se encuentra satisfecho con el”

La proyección de la demanda insatisfecha permite estimar el número de consumidores potenciales que estarían dispuestos a adquirir un producto, identificando así una oportunidad de mercado, este análisis es clave para la creación del nuevo producto que es el spaghetti a base de harina de zapallo, de igual forma la planificación de estrategias de crecimiento que maximicen su aceptación y posicionamiento en el mercado.

Para la proyección de la demanda insatisfecha, se tomó en cuenta la demanda esperada y se aplicó una tasa de crecimiento anual del 3.3% correspondiente al mercado de pastas en el

año 2023, este enfoque permitió estimar la evolución de la demanda insatisfecha a lo largo de un periodo de cinco años, proporcionando una base sólida para el análisis de viabilidad y planificación estratégica del producto.

Tabla 32.

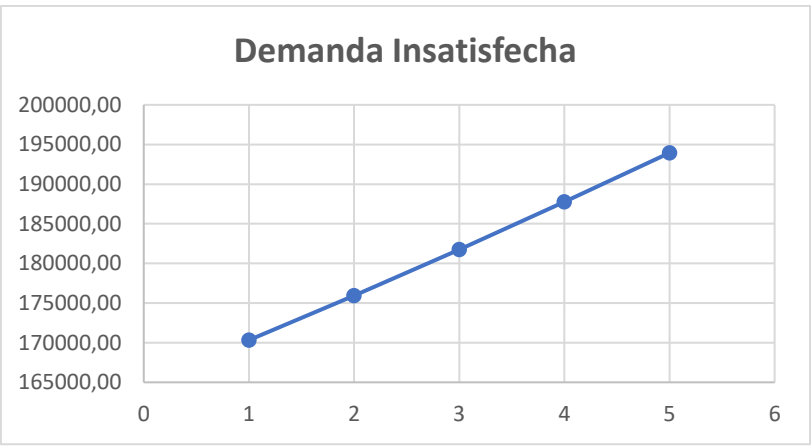
Proyección de la demanda Insatisfecha

Años / Personas	
Años	Demanda Proyectada
1	172593
2	178288
3	184172
4	190250
5	196528

Nota. Resultados

Figura 26.

Proyección de la demanda insatisfecha



Nota. Crecimiento del plan de negocios de la empresa productora de spaghetti a base harina de zapallo

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha representa la cantidad de bienes, productos o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en un mercado específico, para determinar el número potencial de un comprador de spaghetti elaborado a base de harina de zapallo, se llevará a cabo un análisis basado en encuestas aplicadas a los habitantes del cantón de Latacunga, en la provincia de Cotopaxi

Los resultados obtenidos evidencian la oportunidad de negocio y el potencial de mercado para este producto a partir de este estudio proporcionan información clave sobre la aceptación y el interés del público objetivo, los cuales se presentan a continuación:

Tabla 33.

Años/ gramos

Mercado Meta	% Aceptación	Población Consumidora	Per cápita Consumo (Gramos)	Demanda Actual (Gramos)	
167.079	98%	163.737	16000	2.619.798.720	gramos

Nota. Levantamiento de información

Después de haber realizado la investigación de campo y la tabulación de los resultados respectivos, se ha determinado que el porcentaje de la aceptación del spaghetti a base de harina de zapallo es del 98%, de igual forma se ha establecido que el consumo de per cápita anual alcanza los 16.000 gramos lo que equivale a un promedio de 40 paquetes de 400 gramos por familia al año.

Al realizar los cálculos pertinentes, se determinó que el mercado meta requiere de un consumo total de 2619.798.720 gramos de spaghetti a base de harina de zapallo anualmente, esto indica que existe una demanda significativa que favorece el desarrollo del proyecto, lo cual es factible la creación de la nueva empresa.

Demanda Proyectada Insatisfecha

La demanda proyectada insatisfecha constituye una herramienta fundamental en la evaluación de proyectos ya que permite, estimar la cantidad de bienes o servicios que el mercado meta requeriría en un futuro en esta investigación se ha utilizado el método de promedios móviles como técnica de proyección, incorporando datos relevantes del sector.

En la investigación se considerará un tiempo estimado de 5 años lo cual representa la vida útil de la nueva empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo, en este tiempo permitirá proyectar la posible demanda de los consumidores potenciales del cantón de Latacunga.

Mediante información obtenida de la plataforma (Mercado Global de Pastas, 2023), el crecimiento del mercado de la industria de pastas fue del 3.3% en el año 2023 se considera necesario la utilización del método de proyección de promedios móviles que se ha utilizado como datos principales a la demanda actual que es de 2.619.798.720 gramos al año.

Tabla 34.

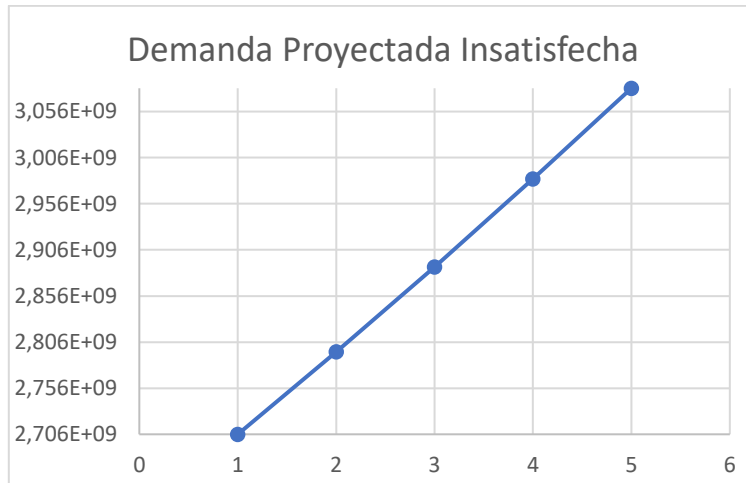
Demanda proyectada

Años/ Gramos	
Años	Demanda insatisfecha
1	2.706.252.078
2	2.795.558.396
3	2.887.811.823
4	2.983.109.614
5	3.081.552.231

Nota. Demanda proyectada 5 años

Figura 27.

Demanda proyectada



Nota. Crecimiento de la industria alimenticia.

Análisis de la oferta

Según (Núñez, 2007) “El análisis de la oferta estudia el número de oferentes, las cantidades ofrecidas y las características de los productos y los factores que influyen en la disposición de los productores a ponerlos en el mercado”

El análisis de la oferta es un estudio sistemático que evalúa la capacidad y disposición de los productores para abastecer considerando variables como el número de oferentes, el volumen de bienes disponibles y las características específicas de los productos.

Número de oferentes en el Mercado

Para llevar a cabo esta investigación es fundamental identificar cuantas empresas ofrecen productos de spaghetti en el mercado local, específicamente en el cantón de Latacunga para poder analizar las características de los productos con base a ello desarrollar y mejorar un nuevo producto que satisfagan las necesidades de los consumidores.

Tabla 35.*Número de oferentes*

Nombre de la Empresa	Provincia	Ubicación	Productos que ofertan
Fideos Ripalda	Cotopaxi	Latacunga	- Spaghetti - Fideos - Lasaña - Tallarín
Oriental Industria Alimenticia O.I.A.	Los Ríos	Quevedo, Los Ríos	- Pastas - Fideos - Spaghetti - Rapidito
Fideos Sumesa	Guayas	Guayaquil " El Sauce "	- Pastas - Spaghetti - Fideos - Tallarín
Industrias Catedral S.A	Tungurahua	Ambato	- Harinas - Fideos - Pastas - Lasaña
Total 4 Empresas			

Nota. Identificación de las empresas

En el cantón Latacunga, se ha identificado una preferencia creciente por productos alimenticios más saludables y naturales, lo que presenta una oportunidad para la creación del spaghetti a base de harina de zapallo, si bien existen opciones tradicionales en el mercado, los

consumidores están cada vez más interesados en alternativas libres de calorías y gluten, con mayor valor nutricional

Análisis de la competencia

Tabla 36.
Cuadro comparativo de las empresas

Características	Spaghetti tradicional de Trigo	Spaghetti Integral	Spaghetti de Trigo	Spaghetti tradicional de Trigo	Spaghetti a base de zapallo
					
Beneficios del Producto	Fácil cocción, accesible, buen sabor	Rico en fibra, mejora digestión	Alternativa clásica, versátil	Popularidad y disponibilidad	Facil de cocion,bajo en calorías, más nutritivo
Valor Nutricional	Bajo en fibra , Alto en carbohidratos.	Alto en fibra	carbohidratos, fira y calorías	Alto en carbohidratos y bajo en calorías	Rica en nutrientes como vitamina A,C y minerales.
Solución /producto	Alimentación rápida y accesible	Opción más saludable para la digestión	Alternativa común en el mercado	Producto confiable y conocido	Alternativa saludable y natural
Propuesta de valor única	Producto tradicional y asequible	Mayor contenido de fibra y nutrientes	Versatilidad en la cocina	Familiaridad con los consumidores	Alternativa innovadora, sin gluten y saludable
Textura y Sabor	Textura suave y sabor neutro	Mas denso y rústico	Textura firme y sabor neutro	Textura firme y sabor neutro	Sabor ligeramente suave, Textura blanda y ligeramente elástica, sensación mas ligera debido a la ausencia de gluten.
Precio	\$ 1,70	\$ 1,85	\$ 1,75	\$ 1,80	\$ 1,79
Opinión del mercado	Muy aceptado, alta demanda	Creciente popularidad en el mercado fitness	Opción común en supermercados	Producto de consumo masivo	Interés en consumidores saludables
Otras características	Harina de trigo	Harina de Trigo Integral	Harina de trigo, especial con huevo y sal	Sémola de trigo duro y agua	Harina de zapallo

Nota. Cuadro comparativo de la competencia frente al spaghetti de zapallo

Mediante el cuadro anterior se puede observar que las 4 empresas de pastas elaboran spaghetti tradicional y de trigo que contienen gluten, mientras que el spaghetti de zapallo se distingue por ser elaborado con harina de zapallo, libre de gluten, además sobresale por su alto contenido de vitamina A, C y minerales con un sabor ligeramente dulce de textura firme, lo que convierte en una alternativa más saludable y versátil para quienes buscan variedad o requieren una opción sin gluten.

Análisis de precios

Según (Guerrero, Hernández, & Díaz, 2017). Define que el precio es la cantidad de dinero que alguien está dispuesto a pagar para adquirir un producto o servicio. También representa una parte de los ingresos de una persona que se destina a obtener los beneficios que espera recibir al comprar dicho bien o servicio.

Precios Actuales

Es el precio actual representa el valor de un bien o un servicio en el mercado, mediante una observación directa de este producto, a través de una investigación de campo y una observación directa del producto se ha identificado los costos vigentes, lo que permite determinar el monto que los consumidores deben pagar en la actualidad, esta información es fundamental para el análisis de competitividad y la toma de decisiones estratégicas en el ámbito comercial.

Tabla 37.
Precio actual del spaghetti.

Empresa	Fundas Spaghetti 400 gr.	Fundas Spaghetti 100 g.
Fideos Ripalda	1,75	0,90
Oriental Industria Alimentaria		
O.I.A	1,70	1,00
Fideos Sumesa	1,85	0,95
Industrias Catedral S.A	1,80	0,85

Nota. Observación directa

El cuadro presente refleja el costo actual del spaghetti en el mercado local, esta información servirá de referencia para establecer los precios del nuevo spaghetti a base de harina de zapallo, tomando en cuenta principalmente los costos de producción, los cuales serán detallados en el siguiente capítulo.

Para definir el precio competitivo, es esencial considerar las expectativas y preferencias de los consumidores. Se priorizará la calidad del producto, destacando sus propiedades nutricionales y su composición natural, así mismo se evaluará la demanda insatisfecha, analizando la escasez de opciones saludables en el mercado y el interés creciente por alternativas más nutritivas.

Factores adicionales que influirán en la determinación del precio incluyen la competencia, las normativas gubernamentales y el papel de los distribuidores y revendedores en la cadena de comercialización.

El estudio de mercado realizado, evidenciará una estabilidad en los precios dentro de este segmento, lo que sugiere una oportunidad para innovar y desarrollar estrategias de diferenciación que impulsen a la aceptación y comercialización del Spaghetti a base de harina de zapallo.

Precios proyectados

Los precios proyectados representan el monto monetario al que los productores planean vender sus productos al futuro como la cantidad que los consumidores estarían dispuestos a pagar más adelante.

Para calcular los precios proyectados, es importante identificar la tasa de inflación en el Ecuador para ello (Economics) da a conocer la tasa de inflación anual en Ecuador aumentó un 0.53% en diciembre de 2024.

Tabla 38.

Precios proyectados (spaghetti)

Años	Proyecciones	Proyecciones Spaghetti de
	Spaghetti de 400 gr	100 gr
1	1,78	0,93
2	1,79	0,93
3	1,80	0,94
4	1,81	0,94
5	1,82	0,95

Nota. Precios proyectados

Se menciona previamente en la tabla anterior, se ha utilizado la tasa de inflación del 0.53% y el método de promedios móviles para proyectar los precios del spaghetti a base de harina de zapallo, el análisis refleja un incremento sostenible en los precios durante los años de vida útil del proyecto, lo que representa una oportunidad para los emprendedores del negocio.

Este crecimiento permitirá optimizar la rentabilidad y generar mayores beneficios a través de la actividad comercial, asegurando la sostenibilidad y competitividad de la empresa en el mercado.

Análisis de comercialización

Según (Arechavaleta & Ramírez, 2015). Menciona que la comercialización abarca todas las actividades necesarias para que un producto pase desde su lugar de origen hasta el consumidor final dentro de un mercado determinado. este proceso funciona como un sistema de organización que permite la conexión y el intercambio entre los diferentes actores de la cadena de producción y distribución.

Para el proyecto se tomará en cuenta las principales funciones de comercialización incluyen:

Compra: Se evaluará y seleccionará los productos que mejor se ajusten a los requisitos del comprador.

Venta: Promocionar y ofrecer el producto con el objetivo de recuperar la inversión y obtener ganancias.

Transporte: Facilitar el traslado de los productos para garantizar su disponibilidad en el mercado.

Financiamiento: Brindar los recursos económicos o créditos necesarios para que empresas y consumidores puedan operar.

Gestión de riesgos: Identificar y manejar las posibles incertidumbres dentro del proceso de comercialización.

Cada una de estas funciones es clave para asegurar que los productos lleguen de manera eficiente a los consumidores, satisfaciendo sus necesidades y garantizando un flujo adecuado en el mercado.

Una comercialización efectiva es clave para el éxito de cualquier negocio y el spaghetti a base de harina de zapallo no es la excepción. Con una estrategia bien definida, se puede aumentar la visibilidad del producto y sus ventas, lo que traducirá en un incremento de los ingresos. Es importante destacar que la comercialización va más allá de simplemente entregar el producto al cliente, sino que implica un proceso completo que busca satisfacer las necesidades del consumidor en el momento y lugar adecuado.

En el caso de spaghetti a base de harina de zapallo, es fundamental realizar una planificación cuidadosa de la comercialización para garantizar su aceptación en el mercado.

Actualmente muchos productos no son suficientemente promovidos lo que limita su visibilidad y capacidad para captar el interés público, es por eso que se implementara

campañas publicitarias y estrategias de promoción que destaquen los beneficios de este producto innovador, especialmente en un entorno competitivo.

El análisis de marketing mix es una herramienta clave para el éxito comercial de la empresa de spaghetti a base de harina de zapallo, ya que permitirá desarrollar estrategias que influirán en la decisión de compra de los consumidores, para ello se aplicara el modelo 7P, abordando cada uno de los elementos de la siguiente manera:

Producto: El producto spaghetti a base de harina de zapallo es una alternativa saludable y natural a la pasta tradicional, destacándose por su alto contenido nutricional, bajo el índice calórico y sabor diferenciado, se ofrecerá en diversas presentaciones para atender distintos segmentos de los consumidores.

Precio: Se establecerá una estrategia de precios competitivos basada en estudios de mercado, considerando costos de producción, margen de rentabilidad y percepción de valor por parte del consumidor. Se evaluará la posibilidad de descuentos por volumen y promociones especiales para incentivar la compra concurrente.

Punto de venta: El producto estará disponible en supermercados, tiendas especializadas en alimentos saludables, plataformas de comercio electrónico y ferias gastronómicas, Además se implementará la venta directa a través de nuestra página web y redes sociales.

Promoción: Se utilizará estrategias de marketing digital, incluyendo redes sociales, influencers del ámbito saludable, Google Ads y campañas de email marketing, también se realizarán degustaciones en puntos de venta alianzas con nutricionistas y chefs para aumentar la credibilidad del producto.

Personal: Se capacitará al equipo de ventas y atención al cliente para brindar una experiencia de compra personalizada y profesional. Se fomentará la cultura organizacional basada en la orientación al cliente y la educación sobre beneficios del producto.

Presentación: El empaque del producto será atractivo, ecológico y funcional, destacando los beneficios nutricionales del spaghetti a base de harina de zapallo, se utilizará colores y diseños que refuercen la identidad de marca y transmita su enfoque saludable y sostenible.

Proceso: Se optimizará la cadena de producción y distribución para garantizar fresca y calidad en cada entrega, además se implementará un sistema eficiente de logística y seguimiento de pedidos para mejorar la experiencia del consumidor y fidelizar clientes.

Conclusiones

- La investigación muestra un creciente interés por alimentos nutritivos y saludables se puede analizar que existe un porcentaje de aceptabilidad del producto con un 98% de los encuestados tienen interés en consumir el spaghetti a base de harina de zapallo, lo que crea una oportunidad favorable para introducir en el mercado
- En el mercado actual de productos saludables, existe unos escasos de pastas saludables, lo que brinda una oportunidad para diferenciarse con un producto innovador que combine sabor y valor nutricional y bajo contenido de gluten.
- Existen consumidores que buscan alternativas más saludables y sostenibles, lo que evidencia una demanda insatisfecha de productos a base de harina de zapallo.
- Los consumidores prefieren los productos locales y nutricionales, lo que subraya la importancia de destacar el origen natural y los beneficios del spaghetti a base de harina de zapallo en las estrategias de marketing para poder tomar decisiones efectivas para la creación de la nueva empresa y que sea exitosa a un largo plazo.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO

Después de haber llevado a cabo el estudio de mercado, se determinó que la población de la ciudad de Latacunga tiene un creciente interés en productos alimenticios saludables para ello se identifica la necesidad de mejorar la presentación y la comercialización de estos alimentos para captar la atención del consumidor, se plantea introducir al mercado el spaghetti a base de harina de zapallo, un producto que combina calidad, beneficios nutricionales y un diseño atractivo, respondiendo a las expectativas de los habitantes de la ciudad de Latacunga y alineándose con las tendencias actuales de consumo saludable.

Según (Baca, 2001) da a conocer que un estudio de técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción “Para ello el estudio técnico pretende resolver preguntas referentes a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tengan descripción con el funcionamiento y la operatividad del proyecto”.

El estudio técnico evaluará los aspectos fundamentales para la implementación del nuevo negocio, definiendo la capacidad óptima de producción en función de los insumos y materiales disponibles, este enfoque garantizará una utilización eficiente de los recursos, maximizando la productividad y minimizando los desperdicios.

Los elementos claves que conforman este análisis son los siguientes:

Tamaño

Según el autor (Arias, 2006) define el tamaño coma la capacidad de producción y operación determinada por recursos, infraestructura y alcance en el mercado.

Al hablar del término tamaño se refiere a la capacidad productiva proyectada para un determinado proyecto dentro de un periodo de tiempo específico, considerando los recursos disponibles y la escala de operaciones planificadas.

Para determinar el tamaño del proyecto es fundamental partir del estudio de mercado, este análisis inicial permite estimar la demanda insatisfecha y definir quienes serán los consumidores potenciales datos que pueden variar según las condiciones del mercado y la economía del país, estos aspectos son esenciales para establecer la capacidad productiva que tendrá la creación de la nueva empresa.

El tamaño adecuado del proyecto será aquel que garantice resultados económicamente favorables para los inversionistas, para ello se debe considerar diversos factores claves entre los que destacan: la dimensión del mercado, la cantidad y disponibilidad de la materia prima necesaria, el número de colaboradores requeridos para operar eficientemente, los recursos financieros disponibles para la creación de la empresa y la tecnología a emplearse para garantizar una producción eficiente y competitiva, asegurando que el proyecto esté alineado con las expectativas del mercado y los objetivos de los inversionistas, maximizando su viabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

Tamaño y Mercado

El tamaño de un mercado está definido principalmente por la demanda existente en el mercado ya que este factor es determinante para establecer la escala de operaciones y la capacidad productiva necesaria para satisfacer las necesidades del consumidor.

Después de haber realizado la investigación de mercado, se identificó que la demanda insatisfecha actual del spaghetti a base de harina de zapallo es de 2619.798.720 gramos para lo que para el primer año se estima cubrir un 25%.

Hoy en día la demanda del spaghetti a base de harina de zapallo en el cantón de Latacunga es considerablemente elevada, por lo que cubre únicamente el 53% de la demanda insatisfecha de la empresa.

Teniendo en cuenta que la producción de spaghetti a base de harina de zapallo puede verse afectado por factores como la disponibilidad de la materia prima por las variaciones climáticas como pueden ser las sequías o también las lluvias continuas, y de la disponibilidad de recursos financieros de los inversionistas es por ello que se considerará cubrir el 53% de la demanda insatisfecha esta decisión resulta estratégica y beneficiosa para el cumplimiento del proyecto ya que permite desarrollar una producción alineada con las necesidades y expectativas de mercado.

Tabla 39.

Demanda insatisfecha proyectada

Años / Personas	
Años	Demanda Proyectada
1	172.593
2	178.288
3	184.172
4	190.250
5	196.528

Nota. Demanda proyectada de los 5 años

El cuadro presenta la proyección de la demanda insatisfecha de consumidores potenciales de spaghetti a base de harina de zapallo, considerando un crecimiento anual del 3.30% de la tasa creciente anual de pastas de la industria alimenticia, se estima que para el quinto año, aproximadamente 196.528 personas estarían dispuestas a adquirir este producto, esta tendencia refleja una oportunidad estratégica para la implementación del nuevo proyecto,

permitiendo satisfacer una necesidad del mercado y fortalecer la competitividad en el sector alimentario en el cantón de Latacunga lo cual representa una oportunidad significativa para el desarrollo del nuevo proyecto.

En función de la materia prima

El zapallo como principal materia prima para la producción del spaghetti se destaca por su alto valor nutricional y versatilidad, este vegetal es rico en fibra, antioxidantes, vitaminas A y C, así como en minerales esenciales como el potasio y el calcio lo que lo convierte en un ingrediente ideal para satisfacer las demandas del mercado de alimentos saludables, su bajo contenido calórico y su perfil natural sin gluten lo posicionan como una opción funcional y atractiva en comparación con las harinas de trigo.

Para garantizar la calidad del producto es fundamental un abastecimiento constante de zapallo frescos y de alta calidad esto se logrará mediante alianzas estratégicas con agricultores locales en la ciudad de Latacunga promoviendo prácticas agrícolas sostenibles que aseguren la disponibilidad del producto durante todo el año, el uso de zapallos cultivados bajo estándares orgánicos permitirá diferenciar el producto en el mercado y responder a la creciente demanda de alimentos naturales y ecológicas.

El proceso de transformación del zapallo en harina requiere de tecnología avanzada que conserve sus propiedades nutricionales para ello se incluye la selección, limpieza, pelado, deshidratación y molienda del zapallo hasta obtener la harina fina y homogénea lista para ser utilizada en la elaboración del spaghetti.

Para el desarrollo de la idea de negocio se considera conveniente establecer una sociedad entre productores agrícolas y la empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo, los agricultores locales proporcionarían el terreno necesario para el cultivo de la

materia prima, mientras que la empresa garantizaría la compra directa de la materia prima promoviendo un flujo constante de ingresos para ambas partes.

En función de la mano de obra

Para llevar a cabo la producción de spaghetti a base de harina de zapallo es fundamental considerar a los colaboradores que intervendrán en la puesta en marcha y desarrollo de la empresa procesadora en este caso, se requerirá un equipo compuesto de 8 personas entre la mano de obra directa e indirecta como son:

Un administrador general: Profesional capacitado que dirigirá las operaciones de la empresa, gestionando el área administrativa como el departamento de producción.

Un contador: Responsable de llevar registros contables y monitorear las actividades financieras de la organización asegurando una correcta gestión económica.

Cuatro personas en el departamento operativo: Encargados de la recepción, selección, procesamiento y empaque también serán encargados de los mantenimientos de la maquinaria utilizada en la planta.

Una persona encargada de la comercialización: Especialista en marketing y ventas, encargada de diseñar estrategias comerciales y posicionar el producto en el mercado local y regional.

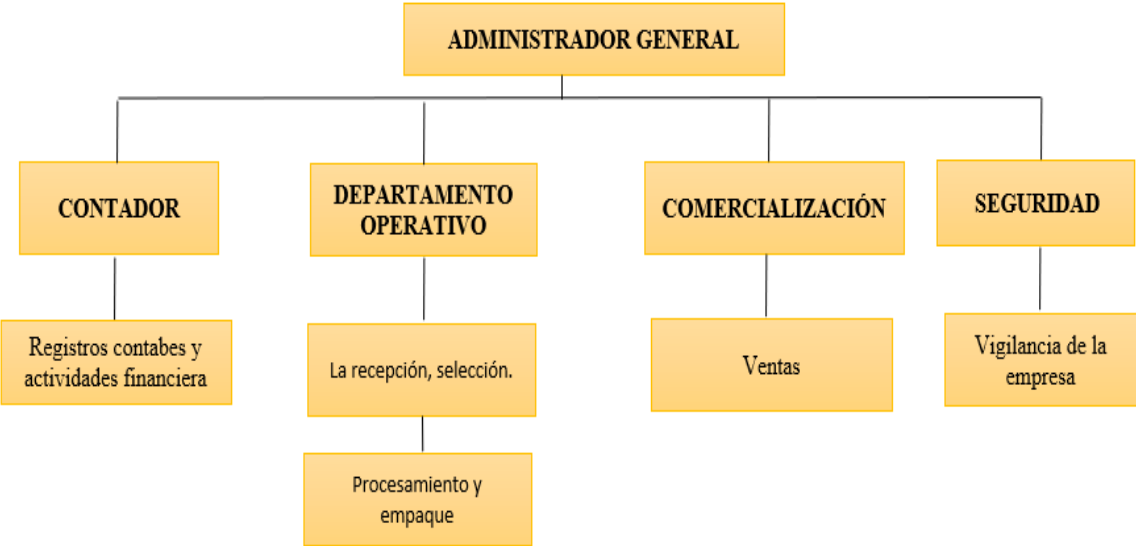
Un guardia de seguridad: Colaborador responsable de la limpieza general de las instalaciones, así como de la seguridad y la vigilancia de la organización.

El personal administrativo al ser seleccionado entre profesionales con experiencia y conocimientos específicos en sus áreas de competencia, el equipo de colaboradores del departamento operativo será conformado por personas con habilidades técnicas en el manejo de equipos industriales y conocimientos básicos en procesamiento de alimentos asegurando la

calidad y eficiencia de la producción de spaghetti a base de harina de zapallo en la ciudad de Latacunga.

Estructura orgánica

Figura 28.
Organigrama estructural



Nota. Organigrama estructural de la empresa.

El organigrama anterior permite visualizar la estructura organizativa de la empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo, definiendo jerarquías según las funciones y responsabilidades, facilita la gestión eficiente, optimiza la asignación de recursos y mejora la comunicación interna. Además, ayuda a coordinar las áreas administrativas, operativas, comerciales, asegurando el buen funcionamiento y crecimiento del negocio.

En función de la Tecnología.

Para la producción de spaghetti a base de harina de zapallo es imprescindible contar con maquinaria que facilite y optimice el proceso de transformación del zapallo en un producto final de alta calidad, mediante el uso de los siguientes equipos y materiales:

Figura 29.

Maquinaria y equipo

Peladora industrial: Para retirar eficientemente la cáscara del zapallo, asegurando una preparación adecuada de la materia prima.	
Deshidratador: Equipo diseñado para eliminar el contenido de agua del zapallo, conservando los respectivos nutrientes del zapallo.	
Molino industrial: Utilizado para convertir el zapallo deshidratado en harina fina y uniforme, lista para el proceso de la transformación y la elaboración del spaghetti.	
Extrusora de pasta: Máquina clave que da forma al spaghetti proporcionando un acabado uniforme y profesional.	
Empacadora: Para envasar el producto final, manteniendo su frescura y calidad durante el almacenamiento y transporte.	
Báscula digital: Para medir con precisión las cantidades de producto durante el proceso de producción.	
Fundas de spaghetti bag: Se utilizará para realizar el respectivo empaque de los productos.	

Nota. Maquinaria y equipos para la creación del spaghetti a base de zapallo

A continuación, se presentará una lista de proveedores potenciales para la adquisición de las maquinarias necesarias para la operación de la nueva empresa, considerando aspectos como calidad, el costo y la funcionalidad de los equipos requeridos:

Tabla 40.

Material de máquinas industriales.

No	Empresa	Lugar
1	INDUMAQ	Quito
2	Lecplast	Guayaquil
3	Empresa Mercado Libre	Quito

Nota. Listado de proveedores

Como se detalla en el cuadro anterior, se puede concluir que los equipos requeridos para la producción de spaghetti a base de harina de zapallo están disponibles en el mercado ecuatoriano.

En función del financiamiento

Para referirnos al tamaño de la empresa de spaghetti a base de harina de zapallo en función del financiamiento, es fundamental considerar los recursos económicos con los que cuentan los inversionistas para garantizar el funcionamiento de la nueva empresa.

La producción de spaghetti a base de harina de zapallo dependerá la disponibilidad de materia prima en determinados períodos del año, basadas en las temporadas de cosecha del zapallo por esta razón en el presente proyecto no aclara inicialmente una infraestructura representativa de gran tamaño, con el objetivo de optimizar los recursos disponibles.

Para la implementación de la nueva empresa se hace necesaria la disponibilidad de un área de trabajo de aproximadamente 250 m² dividida en cuatro zonas principales, recepciones de materias primas, procesamiento, almacenamiento y empaque. Este espacio podrá ser

arrendado durante los primeros años de producción, con la posibilidad de adquirirlo en el futuro. La planta deberá contar con instalaciones adecuadas para el procesamiento de la materia prima, incluyendo pelado, deshidratado, molido y extrusión del zapallo, así como el envasado del producto final.

Se requerirá maquinaria especializada, como un deshidratador industrial, un molino, una extrusora para dar forma al spaghetti y una empacadora, con un valor estimado de \$10.000.

Además, será necesario contar con utensilio de apoyo, como basculas digitales, mesas de trabajo, recipientes de almacenamiento y material para empaque.

Por tratarse de una actividad que no demanda recursos excesivos, el proyecto será financiado íntegramente por los inversionistas, con un presupuesto inicial estimado en \$20.000 este monto permitirá cubrir los costos de maquinaria, acondicionamiento del espacio físico, adquisición de materia prima y otros materiales requeridos para la producción. Esta estrategia asegura que el tamaño de la empresa sea adecuado para iniciar operaciones y posicionar el spaghetti a base de harina de zapallo en el mercado de manera competitiva.

Tamaño Propuesto

Después de haber analizado mediante la investigación de campo y determinada la cantidad demandada en gramos de spaghetti a base de harina de zapallo al año. Se presenta a continuación el siguiente cuadro que refleja los resultados obtenidos, este cuadro detalla el consumo estimado según la población objetivo, considerando factores como interés en alimentos saludable, la capacidad adquisitiva y las tendencias de consumo.

Tabla 41.

Tamaño propuesto para el spaghetti

Años / Gramos

Años	Demanda Proyectada Insatisfecha	Participación En El Mercado	Oferta Estimada
1	2706.252.078	28%	757.750.582
2	2795.558.396	31%	866.623.103
3	2887.811.823	34%	981.856.020
4	2983.109.614	38%	1133.581.653
5	3081.552.231	53%	1633.222.682

Nota. Oferta estimada de los 5 años

El presente proyecto tiene como objetivo cubrir el 53% de la demanda insatisfecha de spaghetti a base de harina de zapallo durante su ciclo de vida útil, este cálculo se basa en la tasa creciente anual de pastas que es del 3.30% y que el porcentaje de aceptación del proyecto es del 98%.

Según lo indicado en la tabla No 40 durante el primer año se propone satisfacer el 28% de la demanda insatisfecha del mercado, para los siguientes años se tendrá en cuenta el crecimiento promedio del 3.30% anual que permitirá alcanzar el 53% de la demanda insatisfecha al finalizar el quinto año.

Plan de producción

En el cuadro presentado a continuación se detalla la proyección de producción que la nueva empresa ofrecerá durante los próximos cinco años de operación, esta planificación permitirá cubrir al finalizar el quinto año el 53% de la demanda insatisfecha lo que corresponde a la producción estimada de 1633.222.682 gramos de spaghetti a base de harina

de zapallo, este enfoque estratégico asegura un crecimiento progresivo y una respuesta efectiva a las necesidades del mercado.

La nueva empresa realizará la producción de spaghetti a base de harina de zapallo en las siguientes cantidades:

Tabla 42.

Plan de producción

Años	Producción	Producción
	Anual	Mensual
1	757.750.582	63.145.882
2	866.623.103	72.218.592
3	981.856.020	81.821.335
4	1.133.581.653	94.465.138
5	1.633.222.682	136.101.890

Nota. Cuadros plan de producción.

El gráfico del plan de producción muestra un crecimiento progresivo en la producción de spaghetti durante los primeros cinco años, para el spaghetti, la producción anual inicio con 757.750.582 y 63.145.882 gramos mensuales y para el último año alcanzando 1633.222.682 gramos anuales y 136.101.890 mensuales en el quinto año.

Este incremento refleja una estrategia de expansión sostenible posiblemente respaldada por mejoras en los procesos productivos, mayor capacidad instalada o un aumento en la demanda del mercado.

Localización

El estudio de localización es un paso fundamental para determinar el sitio adecuado donde se implementará la empresa de producción de spaghetti a base de harina de zapallo, este análisis resulta crucial ya que es una localización adecuada que permite maximizar las

utilidades y minimizar los costos de operativos, generando así un impacto positivo en la sostenibilidad del negocio.

La importancia de una localización estratégica radica en identificar y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado cabe mencionar que es esencial evaluar y considerar múltiples factores como los aspectos legales, sociales, culturales y económicos, estos elementos permiten garantizar que el proyecto no solo cumpla con los requisitos normativos, sino que también se integre eficientemente con la comunidad y el entorno, asegurando la viabilidad y el éxito del negocio en el largo plazo.

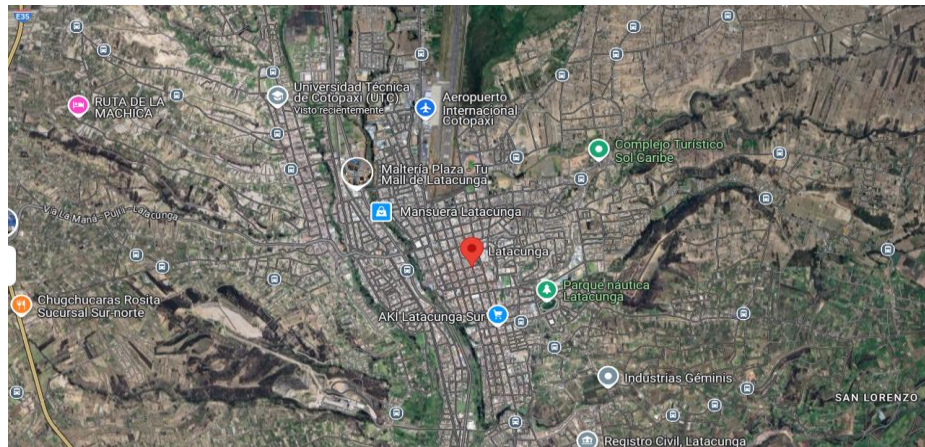
Macro localización

Se determina que la empresa de spaghetti a base de harina de zapallo estará ubicada en Ecuador, región sierra, en la ciudad de Latacunga en la provincia de Cotopaxi.

Los motivos los cuales se ha considerado por las siguientes razones:

- **Disponibilidad de la materia prima:** La ciudad de Latacunga cuenta con un clima y suelo adecuado para el cultivo de zapallo.
- **No existe mucha competencia:** en la ciudad de Latacunga no presenta empresas relacionada a la producción de spaghetti.
- **Infraestructura de transporte:** Latacunga está bien conectada con carreteras principales lo que facilita el transporte eficiente del producto hacia diferentes mercados nacionales e internacionales.
- **Crecimiento económico y turístico:** Latacunga es una ciudad con constante movimiento comercial y tiene una gran influencia turística cuenta con fuentes de financiamiento necesarias para la creación de la nueva empresa.

Figura 30.
Mapa de macro localización



Nota. Mapa del cantón Latacunga

Micro localización

Según (González S. , 2005), da a conocer que la micro localización tiene como objetivo realizar el estudio que permite definir la localidad en que se tenga el lugar exacto en el que se debe ubicar la empresa buscando que este sitio sea el que garantice la más alta rentabilidad financiera o el mayor nivel de beneficio costo.

La micro localización es el proceso de elegir el lugar exacto dentro de una región, considerando factores como accesibilidad, infraestructura, servicios básicos y costos para disponer fácilmente la materia prima para garantizar el funcionamiento óptimo y eficiente de la empresa.

El análisis de micro localización se desarrollará mediante un enfoque cuantitativo, utilizando una escala de ponderación del 1 al 10, este procedimiento abarca los siguientes pasos:

- Identificación de las variables claves que impacten en la decisión.
- Asignación de valores en una escala de 1 al 10 para cada variable.
- Cuantificación de las variables para evaluar su relevancia e impacto.
- Elección de la alternativa más favorable en función de los resultados obtenidos.

Tabla 43.*Ponderación parroquias cantón Latacunga*

Variables	Peso	Latacunga		Belisario Quevedo		Guaytacama		Múlalo		Tanicuchi		Toacaso	
	ASIGNADO	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Disponibilidad cercana de la materia prima	35	7	2,45	5	1,75	8	2,8	6	2,1	6	2,1	8	2,8
Camino de entrada	25	8	2	7	1,75	7	1,75	7	1,75	6	1,5	5	1,25
Servicios Básicos	20	9	1,8	7	1,4	8	1,6	6	1,2	7	1,4	6	1,2
Mano de obra Local	10	8	0,8	6	0,6	7	0,7	5	0,5	6	0,6	5	0,5
Demanda Local del producto	10	8	0,8	7	0,7	8	0,8	6	0,6	7	0,7	7	0,7
Total	100		7,85		6,2		7,65		6,15		6,3		6,45

Nota. Resultado de la ponderación con 7,85 en Latacunga

Después de haber realizado el análisis anterior se consideró que la ponderación más alta se establece que la mejor opción para la localización para la nueva empresa será en Latacunga, lo cual este sector está ubicado al noroeste de la provincia de Cotopaxi.

El sector de Latacunga cuenta con mayor disponibilidad para la adquisición de la materia prima en comparación a las demás parroquias cabe recalcar que esta parroquia también cuenta con todos los servicios básicos como son: agua potable, energía eléctrica, servicio de internet, servicio telefónico y con alcantarillado esta localización se encuentra en una zona de fácil acceso.

La nueva empresa estará ubicada en:

País: Ecuador

Región: Sierra

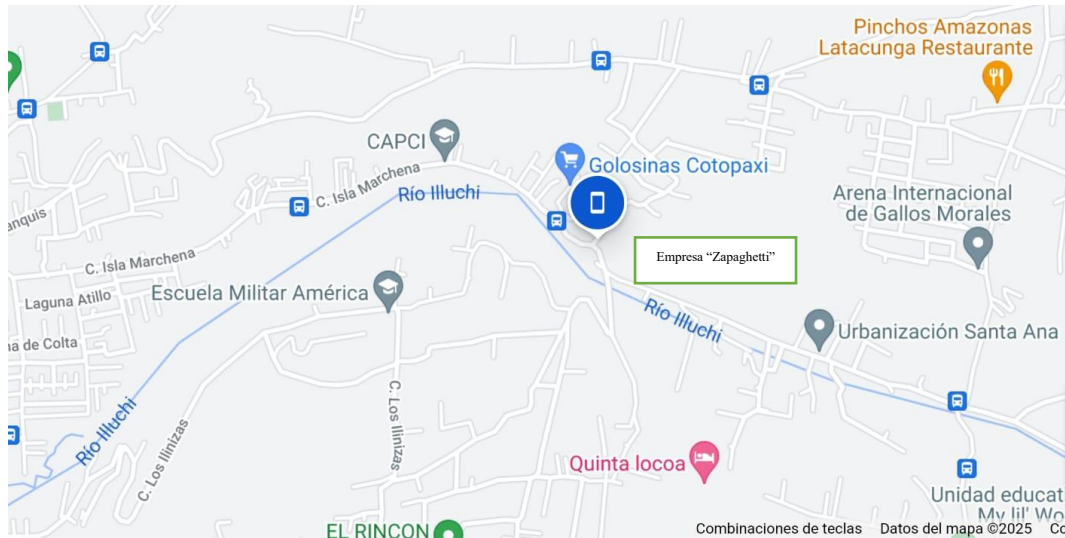
Provincia: Cotopaxi

Cantón: Latacunga

Parroquia: Latacunga

Lugar: Loco

Figura 31.
Mapa de Micro localización



Nota. Micro localización en donde se implementará la empresa.

La micro localización para la creación de la empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo se define estratégicamente en la parroquia de Latacunga, en el sector de Loco, específicamente en la calle Isla Marchena, esta ubicación se considera debido a su entorno favorable que incluye factores claves como el acceso de las vías principales para facilitar el transporte, la distribución y la disponibilidad de servicios básicos esenciales como el agua, la luz eléctrica y el alcantarillado.

Propuesta Administrativa

- Razón social
- La empresa será introducida en el mercado con el nombre “Zapagheti S.A” y brindará a la ciudad de Latacunga una alternativa innovadora de spaghetti elaborada a base de zapallo.

Figura 32.

Logo empresarial



Nota. Diseño de logo empresarial

Misión

Ofrecer spaghetti a base de harina de zapallo saludable e innovadora, promoviendo una alimentación sostenible y apoyando a los productores locales con compromiso social y ambiental,

Visión

Ser la empresa líder en spaghetti a base de zapallo, reconocida por su calidad, innovación y compromiso con la alimentación saludable, el desarrollo sostenible y el apoyo a los productores locales.

Valores corporativos

- **Compromiso:** Actuar con responsabilidad y dedicación para cumplir con los objetivos de la empresa, brindando productos y servicios de alta calidad.
- **Innovación:** Fomentar la creatividad y búsqueda de soluciones innovadoras que permitan el progreso del mercado y ofrecer lo mejor a nuestros clientes.

- **Ética y transparencia:** Actuar con honestidad e integridad en todas las operaciones, manteniendo la confianza de nuestros colaboradores clientes y socios comercializadores.
- **Trabajo en equipo:** Fomentar la colaboración y el respeto entre los miembros de la organización.
- **Calidad:** Garantizar los productos y servicios que superen las expectativas de los clientes.
- **Sostenibilidad:** Promover practicas responsables con el medio ambiente y la sociedad.
- **Eficiencia:** Optimizar los recursos para alcanzar los mejores resultados y mantener una gestión efectiva.
- **Responsabilidad social y ambiental:** Promover prácticas que respeten y cuiden el medio ambiente y apoyar el bienestar de las comunidades en las que operamos contribuyendo activamente a un desarrollo sostenible.

Políticas

- **Políticas de calidad y seguridad alimentaria:** Nos comprometemos a ofrecer productos de la más alta calidad, cumpliendo con los estándares de seguridad alimentaria.
- **Políticas de innovación y desarrollo de productos:** Fomentar la innovación constante en nuestros productos, buscando nuevas formas de mejorar las recetas y procesos productivos.
- **Política de responsabilidad ambiental:** adoptamos prácticas responsables con el medio ambiente, utilizando procesos de producción sostenible que minimizan el impacto ambiental.

- **Política de salud y bienestar:** Fomentar la salud y el bienestar de nuestros clientes al ofrecer productos nutritivos bajos en calorías y sin gluten.
- **Políticas de responsabilidad de relación con proveedores:** Mantenemos relaciones de colaboración con proveedores comprometidas con la calidad sostenibilidad y ética en sus prácticas comerciales.
- **Políticas de responsabilidad social empresarial (RSE):** Nos comprometemos a contribuir activamente al bienestar de la comunidad.
- **Política de seguridad laboral:** proporcionar un entorno laboral y saludable para los empleados, fomentando el cumplimiento de las normativas de seguridad y salud ocupacional.
- **Políticas de ética y transparencia:** Asegurar que todos los procesos de producción, distribución y comercialización sean claros y justos.
- **Política de satisfacción del cliente:** Esforzarnos por ofrecer un excelente servicio al cliente, garantizado productos frescos, saludables y nutritivos

Ingeniería

Proceso productivo

Según (Prieto, 2024). El proceso productivo es una serie de etapas esenciales destinadas a la creación de bienes o servicios. Para ello, se transforma distintos insumos, como capital, recursos naturales, materias primas y talento humano, este proceso suele incorporar tecnología de conocimientos especializados para lograr una ejecución eficiente, utilizando maquinaria y técnicas específicas.

El proceso productivo es el conjunto de etapas que permiten convertir la materia prima en un producto final listo para el consumidor, siguiendo todos los procedimientos necesarios para su elaboración.

En el caso del spaghetti a base de harina de zapallo, es fundamental considerar desde la selección y procesamiento del zapallo hasta la producción, el empaquetado y la distribución del producto, etapas que se explican a continuación para una mejor comprensión.

Descripción del Proceso Productivo

El proceso productivo permite la transformación de la materia prima en el producto terminado, asegurando la calidad del spaghetti a base de harina de zapallo para su consumo final.

A continuación, se detalla los procedimientos necesarios:

I) Selección y Recepción de Materia Prima

El primer paso es la recepción del zapallo en la planta de producción, se deben considerar los siguientes aspectos:

- Selección de zapallos frescos y de alta calidad.
- Verificación de ausencia de defectos y contaminantes.
- Pesaje y registro del lote recibido.

II) Lavado y pelado

El zapallo se somete a un proceso de lavado para eliminar residuos de tierra y posibles contaminantes, luego se realiza el pelado mecánico o manual.

III) Trituración y Cocción

- Se tritura el zapallo hasta obtener una pulpa homogénea.
- La pulpa se somete a un proceso de cocción para ablandar y mejorar sus propiedades nutricionales.
- Se controla la temperatura y el tiempo de cocción para garantizar la calidad del producto.

IV) Mezcla y formulación de la Masa

- Se mezcla la pulpa de zapallo.
- Se acondicionan aditivos naturales para mejorar la textura y conservación.
- Se realiza un proceso de amasado homogéneo.

V) Extrusión y Corte

- La mezcla obtenida se somete a un proceso de extrusión para dar forma al spaghetti.
- Se corta en longitudes estandarizadas según especificaciones del producto.

VI) Secado

- El spaghetti recién formado se somete a un proceso de secado controlable.
- Se regula la temperatura y humedad para evitar quiebres o deformaciones.
- Se almacenan en condiciones óptimas antes del envasado.

VII) Empacado

- Se utiliza maquinaria selladora automática para optimizar tiempos y asegurar higiene.
- Se emplea envases biodegradables o reciclables para cumplir con estándares ecológicos.

VIII) Etiquetado

- Se coloca la etiqueta de información sobre el producto, marcas ingredientes, valor nutrición y fecha de caducidad.
- Se diseña etiquetas llamativas y con diseño innovador.

IX) Almacenamiento

- Se analiza el producto final en un área de temperatura y humedad controlada.
- Se implementan un sistema de gestión de inventario para optimizar la distribución.

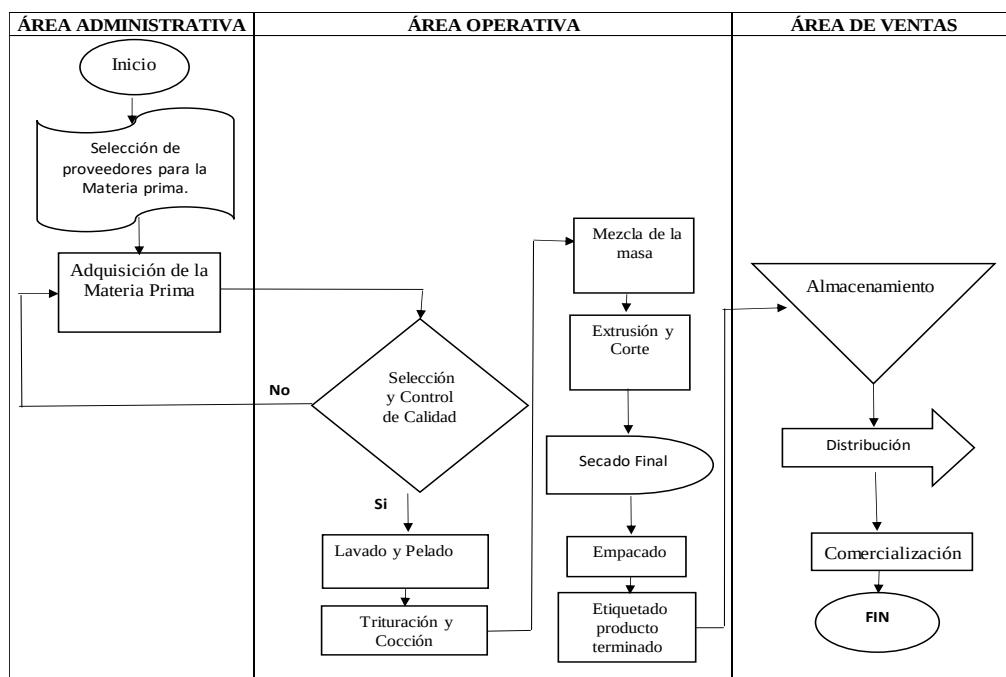
X) Transporte y comercialización

- Se distribuye el producto a diferentes puntos de venta.
- Se busca ampliar canales de comercialización incluyendo supermercados, tiendas especiales y ventas en online.

Este proceso garantiza la producción eficiente y de calidad del spaghetti a base de harina de zapallo, asegurando su competitividad en el mercado.

Figura 33.

Flujograma producción



Nota. Flujograma de producción

Distribución de la planta

La distribución de la planta es clave para optimizar el uso del espacio, reducir tiempos de producción y minimizar costos. un buen diseño permite un flujo de trabajo eficiente, garantizando la calidad y seguridad del producto final.

Para la implementación de la empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo, se considerarán factores esenciales como ubicación de estrategias, accesos a servicios básicos y cumplimiento de normativas sanitarias.

La planta contara con tres áreas principales:

ÁREA 1: Administrativa (50 m²)

Esta área acoge las funciones administrativas y de gestión de la empresa. Se dividirá en dos departamentos:

Oficina de Administración General (25 m²): espacio para el gerente general y equipo administrativo

Oficina de Contabilidad y Finanzas (25 m²): Área destinada a la gestión de costos, pagos, facturación y control financiero.

ÁREA 2: Producción y Almacenamiento (120 m²)

Es el núcleo de la operación, donde se realiza la fabricación del spaghetti. Se dividirá en los siguientes espacios:

Zona de recepción y almacenamiento de materia prima (20 m²): Espacio para recibir y almacenar los ingredientes en condiciones adecuadas.

Zona de procesamiento (40 m²): Área equipada con maquinaria para secado, molienda, mezclado y extrusión de la pasta.

Zona de secado y enfriamiento (20 m²): Espacio donde el spaghetti pasa por el proceso de deshidratación y estabilización antes del empaque.

Zona de empackado y etiquetado (20 m²): Área donde el producto final se empacka en presentaciones listas para la venta.

Zona de almacenamiento de producto terminado (20 m²): Espacio para resguardar el spaghetti antes de su distribución.

ÁREA 3: Servicios y logística (80 m²)

Se asigna un área para soporte operativo y cumplimiento normativo:

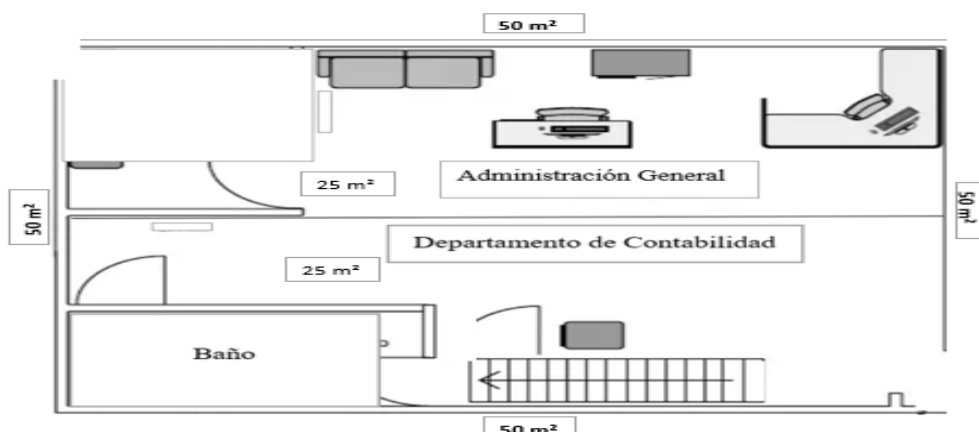
Laboratorio de control de calidad (20 m²): Verificación de parámetros físicos y microbiológicos del producto.

Zona de carga y despacho (30 m²): Espacio para logística de distribución.

Áreas de vestuario y descanso del personal (30 m²): Servicios higiénicos y zona de descanso para empleados.

Figura 34.

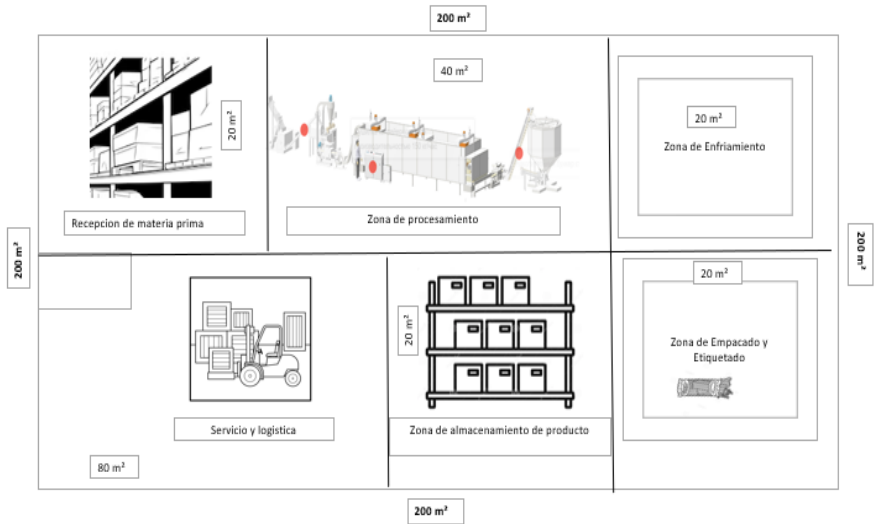
Distribución de área administrativa



Nota. Distribución del área administrativa.

Figura 35.

Distribución de área de producción



Nota. Distribución del área de producción y almacenamiento

Requerimientos del proyecto

Después de haber definido la ubicación más adecuada para la empresa dedicada a la producción de spaghetti a base de harina de zapallo, así como el diseño estructural de la planta, se realizó una estimación de los costos necesarios para la ejecución del proyecto de inversión. Para ello se considera cotizaciones actualizadas que respalden la viabilidad del emprendimiento.

Tabla 44.
Infraestructura

Descripción	Área (m²)	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Área Administrativa	50	60,00	720,00
Área de Producción y Almacenamiento	200	240,00	2880,00
Total:	250	300,00	3600,00

Nota. Área de la infraestructura administrativa, producción y almacenamiento.

La infraestructura se organiza en dos áreas fundamentales:

Área administrativa (50 m²): Espacio dedicado para las oficinas de gestión, contabilidad y administración de empresas.

Área de producción y almacenamiento (120 m²): Zona destinada al procesamiento de spaghetti a base de harina de zapallo, fabricación del spaghetti secado, empacado y almacenamiento del producto antes de la distribución.

Área de servicios y logística (80 m²): Zona de despacho de las ventas.

El arrendamiento de estas áreas permitirá un funcionamiento eficiente del negocio, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad e inocuidad necesarios para el producto final.

Tabla 45.
Requerimiento de equipos

Maquinaria Y Equipo			
Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total (\$)
Área Operativa			
Peladora industrial	2	450,00	900,00
Deshidratador	1	105,00	105,00
Molino industrial	1	105,00	105,00
Extrusora de pasta	2	1.200,00	2.400,00
Empacadora al vacío	1	129,00	129,00
Báscula digital	1	70,00	70,00
Fundas de Spaghetti bag	30	16,00	480,00
SUBTOTAL ÁREA OPERATIVA			4.189,00
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Equipo de Computo	2	500,00	1.000,00
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA			1.000,00
Total:			5.189,00

Nota. Valor total de maquinaria y equipos.

Tabla 46.
Muebles y enseres

Muebles y Enseres			
Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total (\$)
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Escritorio	2	50,00	100,00
Sofá	2	50,00	100,00
Archivador	2	2,50	5,00
Sillas ejecutivas	2	50,00	100,00
Total			305,00

Nota. Valor total de muebles y enseres.

Tabla 47.

Lencería

Lencería			
Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total (\$)
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Alfombra	2	20,00	40,00
Basurero	2	3,00	6,00
Rodapiés	2	3,50	7,00
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA			53,00
AREA OPERATIVA			
Basurero	2	3,00	6,00
Rodapiés	2	5,00	10,00
SUBTOTAL ÁREA OPERATIVA			16,00
Total			69,00

Nota. Valor total de lencería.

Tabla 48.*Suministros y materiales de limpieza*

SUMINISTROS Y MATERIALES DE LIMPIEZA			
Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total (\$)
Trapeador	2	2,50	5,00
Bolsas de Basura	1	2,00	2,00
Cloro	1	0,80	0,80
Escobas	2	1,50	3,00
Palas	2	2,00	4,00
Franelas	5	0,50	2,50
Limpiador de Vidrios	6	3,00	18,00
Desinfectantes	6	4,00	24,00
TOTAL			51,50

Nota. Total de suministros y materiales de limpieza**Tabla 49.***Menaje*

Menaje				
Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Mensual (\$)	V. Total (\$)
ÁREA ADMINISTRATIVA				
Dispensador de agua	1	15,00	0,00	15,00
Botellón de agua	1	2,00	2,00	24,00
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA				39,00
ÁREA OPERATIVA				
Dispensador de agua	1	15,00	0,00	15,00
Botellón de agua	1	2,00	2,00	24,00
SUBTOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA				39,00
TOTAL				78,00

Nota. Menaje mensual

Tabla 50.
Mano de obra directa

Mano De Obra Directa			
Detalle	Cantidad	Sueldo Mensual	V. Total (\$)
Operarios	4	595,49	28.583,52
Total			28.583,52

Nota. Mano de obra directa mensual.

Tabla 51.
Mano de obra indirecta

Mano De Obra Indirecta			
Detalle	Cantidad	Sueldo Mensual	V. Total (\$)
Guardia	1	631,00	7.572,00
Total			7.572,00

Nota. Mano de obra indirecta mensual.

Tabla 52.
Materia prima directa

Materia Prima Directa				
Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Envase unitario	800	0,12	96,00	1.152,00
Etiqueta	800	0,02	16,00	192,00
Cartones 24 u.	30	0,10	3,00	36,00
Total			115,00	1.380,00

Nota. Precio materia prima directa mensual y anual.

Tabla 53.
Gastos administrativos

Gastos Administrativos			
Detalle	Cantidad	Sueldo Mensual	Total Anual
Administrador general	1	867,73	10.412,80
Contador	1	749,37	8.992,40
Total			19.405,20

Nota. Gastos administrativos mensual y anual.

Tabla 54.
Gastos de ventas

Gastos De Ventas			
Detalle	Cantidad	Sueldo Mensual	Total Anual
Comercializador	1	595,49	7.145,88
Fletes y transporte	1	30,00	360,00
Publicidad y Propaganda	1	30,00	360,00
Total			7.865,88

Nota. Gastos de venta mensual y anual

Tabla 55.
Servicios básicos

Servicios Básicos					
Detalle	Unidad	Cant.	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Energía					
Eléctrica	Kw	250	0,14	35,00	420,00
Agua					
Potable	m3	300	0,08	24,00	288,00
Teléfono	min	50	0,07	3,50	42,00
Total				62,50	750,00

Nota. Servicios básicos mensual y anual

Tabla 56.
Gastos diferidos (Constitución)

Gastos Diferidos (Constitución)	
Detalle	Total (\$)
Gastos de montaje	800,00
Registro sanitario o certificaciones	150,00
Inscripciones en el Registro de Mercantil	400,00
Honorarios Abogado	200,00
Patente Municipal	100,00
Total	1.850,00

Nota. Gastos diferidos para la creación de la empresa

Conclusiones

- La proyección de la demanda insatisfechas muestra un crecimiento constante, alcanzando 196.528 consumidores en 5 años, esto representa una oportunidad estratégica para el proyecto del spaghetti a base de harina de zapallo, permitiendo atender una necesidad del mercado y fortalecer la competitividad en el sector alimentario de Latacunga.
- La empresa contara con 8 colaboradores, incluyendo el personal administrativo, operativo y comercial garantizando una producción eficiente, se utiliza tecnología especializada, como peladoras, deshidratadores, molinos, extrusora, para transformar el zapallo en spaghetti manteniendo su calidad, el proyecto tendrá un financiamiento inicial de \$20.000, destinado a la compra de maquinaria, adecuación del espacio de 250 m2 y adquisición de materia prima, iniciando en un local arrendado con posibilidad de expansión futura.
- La empresa Zapaggetti S.A. se ubicará en Latacunga por su acceso a materia prima, infraestructura y baja competencia. El sector Loco, ofrece condiciones óptimas para

la instalación de la planta, garantizando la eficiencia de la producción y comercialización de spaghetti a base de harina de zapallo.

ESTUDIO FINANCIERO

Según, (Pérez A. , 2025), el estudio financiero es una herramienta que importante para evaluar la viabilidad económica de un proyecto, su objetivo es analizar la disponibilidad de recursos financieros y compararlos con los costos totales, permitiendo determinar su rentabilidad, además facilita la identificación de posibles riesgo, la optimización de uso de los recursos y la toma de decisiones estratégicas informadas, lo que resulta clave para tomar las decisiones estratégicas acertadas.

El estudio financiero representa la integración y estructuración contable y financiera de los análisis previos, permitiendo evaluar los resultados generales por el proyecto, así como su capacidad de liquidez para atender compromisos operativos y no operativos, además proporciona una visión detallada de la estructura financiera, facilitando la toma de decisiones estratégicas y la sostenibilidad del proyecto.

Inversión inicial

La inversión inicial para la producción de spaghetti a base de harina de zapallo incluye todos los recursos necesarios para la instalación y operación de la empresa, cubriendo los pagos realizados durante la fase pre operativa. Esto abarca tanto activos fijos como tangibles, inatajables y diferidos.

Para estructurar el proyecto de manera eficiente, es necesario identificar y agrupar los recursos que se dividen en dos categorías:

Fase pre inversión: Que corresponde a los requerimientos necesarios para el montaje de la nueva organización.

Fase de inversión: Enfocada en los recursos requeridos para su funcionamiento.

Dentro de esta investigación se considera el capital fijo, esencial para ejecutar el proyecto y el capital de trabajo, indispensable para las operaciones diarias.

Inversión fija

Según, (Arias K. , 2024)La investigación fija abarca los gastos destinados a la compra de activos como maquinaria, equipos y edificaciones, que se emplean en la producción de bienes y servicios. Estos activos son esenciales para incrementar la capacidad productiva y optimizar la eficiencia de las operaciones. Al invertir en activos fijos, las empresas apuestan por su crecimiento futuro y el desarrollo económico a lo largo plazo. Además, estas inversiones generan empleo, promueven la innovación y estimulan el consumo, contribuyendo así al impulso de la economía.

Activos fijos

Estos activos comprenden todos los elementos utilizados para generar la producción de la empresa y no son comercializados. Permanecen como propiedad de la empresa durante toda la vida útil del proyecto. A continuación, se describe:

Infraestructura: Se consideran los costos asociados al alquiler del espacio, divididos en áreas específicas como la administrativa, operativa y de ventas.

Maquinaria y equipo: Incluye todas las máquinas y herramientas necesarias para procesar el zapallo y producir el spaghetti a base de harina de zapallo, dentro del área operativa, además se incluye dos equipos de cómputo, uno para la administración y otro para el área de ventas.

Muebles y enseres: Contempla el mobiliario requerido para equipar las áreas administrativas, operativas y de ventas.

Inversión diferida

La inversión diferida abarca los activos intangibles necesarios para implementar el proyecto, los cuales se adquieren antes del inicio de operaciones.

Gastos de constitución: Incluye los costos legales para establecer la empresa, como registros, permisos, licencias y la preparación de las instalaciones.

Imprevistos: Fondo destinado a cubrir emergencias imprevistas durante el desarrollo del proyecto. Generalmente, se calcula como el 5% del total de los activos fijos.

Capital de trabajo

El capital de trabajo corresponde a los recursos necesarios para operación diaria de la empresa durante un ciclo productivo, garantizando su funcionamiento inicial. Para este proyecto, se calcula para cubrir las operaciones durante los dos primeros meses:

Materia prima: Incluye los insumos esenciales para la producción de spaghetti a base de zapallo, garantizando un inventario suficiente para satisfacer la demanda inicial y evitar interrupciones.

Mano de obra directa: Comprende los salarios y beneficios legales de los trabajadores del área operativa durante dos meses.

Costos indirectos de fabricación: Son los gastos necesarios para el funcionamiento general que no están directamente relacionados con la producción.

Gastos administrativos y de ventas: Incluye publicidad, el salario del administrador y el asesor comercial.

Gasto de arrendamiento: Corresponde al alquiler del local donde se llevarán a cabo la producción y comercialización del spaghetti.

Tabla 57.
Inversión inicial

Detalle	Valor
Inversión (a+b)	7.618,70
a) Inversión Fija	5.494,00
Maquinaria y Equipo	4.189,00
Equipo de Computo	1.000,00
Muebles y Enseres	305,00
b) Inversión diferida	2.124,70
Gastos de constitución	1.850,00
Imprevistos (5% activos fijos)	274,70
Capital de trabajo (2 Meses)	6.889,66
Materia Prima	230,00
Mano de obra directa	1.190,98
Costos indirectos de Fabricación	323,50
Arrendamiento terreno y edificio	600,00
Gastos Administrativos	3.234,20
Gastos de Ventas	1.310,98
Total Inversión (a+b)	\$ 14.508,36

Nota. Se utiliza valores del rol de pagos y los requerimientos.

En la tabla anterior se presenta los costos esenciales para la implementación del proyecto, los cuales fueron determinados mediante una investigación y un análisis de precios cotizados, los costos directos de fabricación se han incluido los elementos como materia prima indirecta, insumos de limpieza, servicios básicos y otros gastos contables que, aunque no participan directamente en el proceso de producción, resultan indispensables para el funcionamiento de la empresa.

Cronograma de inversión

Tabla 58.
Cronograma

Año		2024-2025																							
No	Actividad	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Constitución Jurídica de la Empresa																								
2	Contrato del Arrendamiento																								
3	Adecuación de las instalaciones																								
4	Adquisición y Compras de Herramientas y Equipos																								
5	Adquisición de Mobiliaria, Manajes, Lencería y Útiles de Limpieza																								
6	Adquisición de Materia Prima Directa e Indirecta																								
7	Publicidad y Promoción																								
8	Contrato Mano de Obra Directa																								
9	Contrato de Vendedor																								
10	Puesta en Marcha																								

Nota. Elaboración del cronograma

Financiamiento

Financiamiento con aporte Propio

Este proyecto, centrado en la producción de spaghetti a base de harina de zapallo, requiere una inversión moderada en maquinaria y equipos, ya que el proceso de fabricación se basa en la transformación y procesamiento del zapallo en spaghetti, siguiendo los procedimientos detallados en el estudio técnico. Gracias a esta estructura operativa, el financiamiento puede ser cubierto en su totalidad con el capital propio de inversionistas, con una inversión inicial estimada en \$ 14.508,36 equivalente al 100% del capital requerido para poner en marcha la empresa.

Presupuesto de costos

A continuación, se presenta la tabla de presupuesto de costos, en la que se detalla los costos anuales proyectados en función de la producción estimada por cada año. Estas proyecciones abarcan los primeros cinco años de operación del proyecto y han sido calculadas considerando, según (INEC, 2024) la tasa de inflación la variación interanual del índice de Precios al Consumidor (IPC) fue del 0,53% hasta diciembre del año 2024.

En diciembre del 2024, la tasa de variación anual del IPC, en Ecuador fue el 0,5%, lo que representa una reducción de 10 décimas respecto al mes anterior. La variación mensual del Índice de Precios al Consumo (IPC), FUE DEL -1%, lo que situó la inflación acumulada del año en un 0,53%.

Además, las estimaciones de costos se han incluido la depreciación y amortización considerando el valor depreciable correspondiente a cada año. Esto permite reflejar de manera precisa los costos asociados a la inversión en activos fijos y su impacto en la rentabilidad del proyecto.

Tabla 59.
Costos de producción

Costos

Detalle De Producción	Costos De Producción				
	Años				
	1	2	3	4	5
Nivel de producción	1894376	2166558	2454640	2833954	4083057
1. Costos Fijos	71058,60	71435,21	71813,82	72194,43	72577,06
<u>Mano de obra directa</u>	28583,52	28735,01	28887,31	29040,41	29194,33
<u>Costos Generales</u>	15204,00	15284,58	15365,59	15447,03	15528,90
Mano de obra indirecta	7572,00	7612,13	7652,48	7693,03	7733,81
Servicios básicos	750,00	753,98	757,97	761,99	766,03
Gastos arriendo	3600,00	3619,08	3638,26	3657,54	3676,93
Suministros y materiales de limpieza	51,50	51,77	52,05	52,32	52,60
Depreciación	2860,50	2875,66	2890,90	2906,22	2921,63
Amortización	370,00	371,96	373,93	375,91	377,91
<u>Gastos Administrativos y ventas</u>	27271,08	27415,62	27560,92	27706,99	27853,84
Gastos Administrativos	19405,20	19508,05	19611,44	19715,38	19819,87
Sueldos	19405,20	19508,05	19611,44	19715,38	19819,87
Gastos de venta	7865,88	7907,57	7949,48	7991,61	8033,97
Sueldo comercializador	7145,88	7183,75	7221,83	7260,10	7298,58
Fletes y Transporte	360,00	361,91	363,83	365,75	367,69
Publicidad y Propaganda	360,00	361,91	363,83	365,75	367,69
2. Costos Variables	1380,00	1387,31	1394,67	1402,06	1409,49
Insumos	1380,00	1387,31	1394,67	1402,06	1409,49
COSTO TOTAL	72438,60	72822,52	73208,48	73596,49	73986,55

Nota. Se usa valores de rol de pagos y requerimientos.

Costo unitario de producción

Para determinar el costo unitario de producción, primero se calculó la cantidad de unidades que se fabricaran anualmente. Luego, se identificaron y analizaron los costos fijos y variables asociados a la producción.

El costo unitario se obtuvo aplicando la siguiente formula:

$$\text{Costo unitario de producción} = \text{Costo total} / \text{Cantidad total a producir.}$$

A continuación, se presenta una tabla que detalla los costos unitarios de producción proyectados para los primeros cinco años del proyecto.

Tabla 60.
Costo unitario de producción

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costo Total (C.T)	\$72.438,60	\$72.822,52	\$73.208,48	\$73.596,49	\$73.986,55
Producción Anual en Unidades	1.894.376	2.166.558	2.454.640	2.833.954	4.083.057
Costo Unitario Anual en unidades (QT)	1,43	1,44	1,45	1,46	1,46
Precio de Venta	1,79	1,80	1,81	1,83	1,83
Posible Utilidad	0,36	0,36	0,36	0,37	0,37

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costo Total (C.T)	\$72.438,60	\$72.822,52	\$73.208,48	\$73.596,49	\$73.986,55
Producción Anual en Unidades	1.894.376	2.166.558	2.454.640	2.833.954	4.083.057
Costo Unitario Anual en unidades (QT)	0,69	0,70	0,71	0,72	0,72
Precio de Venta	0,92	0,93	0,95	0,96	0,96
Posible Utilidad	0,23	0,23	0,24	0,24	0,24

Nota. Resultados

Presupuestos de ingresos

Ingresos anuales proyectados

Los ingresos anuales corresponden al dinero generado por la venta de spaghetti a base de zapallo. Para calcular esta proyección, se utilizó la siguiente fórmula:

$$I = Q \times P$$

Donde:

I = Ingreso por ventas

Q = Cantidad de productos ofrecidos

P = Precio de venta

La cantidad de productos a vender se ha determinado con base en el estudio técnico, considerando factores como la capacidad de producción, disponibilidad de materia prima y mano de obra. Por otro lado, el precio de venta se ha establecido a partir de un análisis de precios de la competencia y una encuesta sobre la disposición a pagar de los consumidores.

Además, la proyección de la cantidad de productos y precios el cálculo se ha realizado tomando en cuenta la tasa de crecimiento que es del 3.33% según el Censo Nacional del Ecuador, (Ecuador C. N., 2023).

Tabla 61.
Ingresos proyectados

Año 1			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos Anual
Spaghetti de 400 gramos	45.000	\$ 1,79	\$ 80.437,50
Spaghetti de 100 gramos	40.000	\$ 0,92	\$ 36.800,00
Total			\$ 117.237,50
Año 2			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos
Spaghetti de 400 gramos	46499	\$ 1,80	\$ 83.697,30
Spaghetti de 100 gramos	41332	\$ 0,93	\$ 38.576,53
Total			\$ 122.273,83
Año 3			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos
Spaghetti de 400 gramos	48047	\$ 1,81	\$ 87.085,01
Spaghetti de 100 gramos	42708	\$ 0,95	\$ 40.430,58
Total			\$ 127.515,58
Año 4			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos
Spaghetti de 400 gramos	49647	\$ 1,83	\$ 90.605,52
Spaghetti de 100 gramos	44131	\$ 0,96	\$ 42.365,32
Total			\$ 132.970,84
Año 5			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos
Spaghetti de 400 gramos	51300	\$ 1,83	\$ 93.622,69
Spaghetti de 100 gramos	45600	\$ 0,96	\$ 43.776,09
Total			\$ 137.398,77

Nota. Resultados

En la tabla anterior se detallan las cantidades de spaghetti a base de harina de zapallo que se plantea ofrecer cada año, junto con sus respectivos precios y los ingresos estimados para los primeros cinco años del proyecto. Esta proyección se ha realizado de manera individual para cada presentación del producto, como es el de 400 y 100 gramos de spaghetti a base de harina de zapallo, lo que permitirá analizar con mayor precisión la evolución de los ingresos y desempeño de cada variedad en el mercado.

Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 62.

Estado de pérdidas y ganancias.

Estado De Pérdidas Y Ganancias					
Cuentas	Años				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 117.237,50	\$ 122.273,83	\$ 127.515,58	\$ 132.970,84	\$ 137.398,77
Ventas	\$ 117.237,50	\$ 122.273,83	\$ 127.515,58	\$ 132.970,84	\$ 137.398,77
Egresos	42.084,02	42.307,07	42.531,29	42.756,71	42.983,32
Costos de Producción	42.084,02	42.307,07	42.531,29	42.756,71	42.983,32
Mano de obra directa	28.583,52	28.735,01	28.887,31	29.040,41	29.194,33
Costos generales de fabricación	13.500,50	13.572,05	13.643,98	13.716,30	13.788,99
Utilidad Bruta	\$ 75.153,48	\$ 79.966,77	\$ 84.984,29	\$ 90.214,14	\$ 94.415,45
Gastos de Operación	27.271,08	27.415,62	27.560,92	27.706,99	27.853,84
Gastos Administrativos	19.405,20	19.508,05	19.611,44	19.715,38	19.819,87
Gastos de ventas	7.865,88	7.907,57	7.949,48	7.991,61	8.033,97
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 102.424,56	\$ 107.382,38	\$ 112.545,21	\$ 117.921,13	\$ 122.269,29
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 46.676,28	\$ 46.923,66	\$ 47.172,36	\$ 47.422,37	\$ 47.673,71
15% participación trabajadores	\$ 7.001,44	\$ 7.038,55	\$ 7.075,85	\$ 7.113,36	\$ 7.151,06
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO	\$ 39.674,84	\$ 39.885,11	\$ 40.096,51	\$ 40.309,02	\$ 40.522,66
Impuesto a la renta 25%	\$ 9.918,71	\$ 9.971,28	\$ 10.024,13	\$ 10.077,25	\$ 10.130,66
UTILIDAD EN EL EJERCICIO	\$ 29.756,13	\$ 29.913,84	\$ 30.072,38	\$ 30.231,76	\$ 30.391,99

Nota. Se usa valores del rol de pagos y requerimientos.

Mediante el análisis del estado de perdida y ganancias muestra que el proyecto es rentable y sostenible en el tiempo los ingresos por ventas aumentan progresivamente, mientras que los costos de producción y gastos operativos se mantienen controlados permitiendo generar una utilidad bruta favorable, la utilidad neta crece año a año lo que demuestra que la empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo pueda cubrir sus obligaciones financieras y asegurara su estabilidad, la viabilidad del proyecto y su potencial crecimiento en el mercado.

Estados de situación financiera

Tabla 63.

Estados de Situación financiera

Estado de Situación Financiera						
Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 6.889,66	\$ 48.221,57	\$ 79.268,85	\$110.322,38	\$ 141.535,48	\$ 172.909,01
<u>Disponible</u>						
Caja-Bancos	\$ 6.889,66	\$ 48.221,57	\$ 79.268,85	\$110.322,38	\$ 141.535,48	\$172.909,01
ACTIVO FIJO	\$ 5.494,00	\$ 4.944,60	\$ 4.273,20	\$ 3.754,30	\$ 3.235,40	\$ 2.716,50
<u>Depreciable</u>						
Maquinaria y equipos	\$ 4.189,00	\$ 3.770,10	\$ 3.351,20	\$ 2.932,30	\$ 2.513,40	\$ 2.094,50
Equipo de computo	\$ 1.000,00	\$ 900,00	\$ 800,00	\$ 700,00	\$ 600,00	\$ 500,00
Muebles y enseres	\$ 305,00	\$ 274,50	\$ 122,00	\$ 122,00	\$ 122,00	\$ 122,00
OTROS ACTIVOS	\$ 2.124,70	\$ 1.699,76	\$ 1.274,82	\$ 849,88	\$ 424,94	\$ -
<u>Diferidos</u>						
Gastos de constitución	\$ 1.850,00	\$1.480,00	\$ 1.110,00	\$ 740,00	\$ 370,00	\$ -
Imprevistos (5%)	\$ 274,70	\$ 219,76	\$ 164,82	\$ 109,88	\$ 54,94	\$ -
TOTAL DE ACTIVO	\$14.508,36	\$ 54.865,93	\$ 84.816,87	\$114.926,56	\$ 145.195,82	\$ 175.625,51
PASIVO						
<u>A corto plazo</u>						
Arriendo por pagar		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
15% participación trabajadores		\$ 7.001,44	\$ 7.038,55	\$ 7.075,85	\$ 7.113,36	\$ 7.151,06
TOTAL PASIVO	0	\$ 10.601,44	\$ 10.638,55	\$ 10.675,85	\$ 10.713,36	\$ 10.751,06
PATRIMONIO	\$ -					
Capital social	\$14.508,36	\$ 14.508,36	\$ 14.508,36	\$ 14.508,36	\$ 14.508,36	\$ 14.508,36
Utilidad acumulada	\$ -	\$ -	\$ 29.756,13	\$ 59.669,96	\$ 89.742,34	\$119.974,11
Utilidad del ejercicio	\$ -	\$ 29.756,13	\$ 29.913,84	\$ 30.072,38	\$ 30.231,76	\$ 30.391,99
TOTAL PATRIMONIO	\$14.508,36	\$ 44.264,49	\$ 74.178,32	\$104.250,70	\$ 134.482,47	\$ 164.874,46
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$14.508,36	\$ 54.865,93	\$ 84.816,87	\$114.926,56	\$ 145.195,82	\$ 175.625,51

Nota. Se usa valores del rol de pagos y requerimientos.

El estado de situación financiera refleja la estructura de la empresa productora de spaghetti a base de harina de zapallo, detallando sus activos, pasivos y patrimonio, este análisis permite evaluar la solidez económica del negocio y su capacidad para cubrir con sus obligaciones, de igual manera estos análisis permiten tomar decisiones estratégicas sobre futuras capitalizaciones, impulsando el crecimiento y fortaleciendo la producción de la empresa.

Flujo efectivo

Cuentas en el Estado de fuentes y usos.

Capital propio o aporte del capital: Representa la inversión inicial realizada por los socios para financiar el inicio de la empresa. Este monto ha sido previamente estimado en la tabla de inversión inicial del proyecto.

Utilidad neta: Se obtiene tras descontar los costos y gastos operativos de la utilidad bruta, reflejando la ganancia real generada por la producción y comercialización del spaghetti a base de zapallo.

Depreciación: Considera la reducción del valor de los activos fijos, como maquinaria y equipos utilizados en la producción. El cálculo de depreciación se realizó conforme a los métodos establecidos por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y esta detallado en los anexos.

Amortización: Aplica a los activos clasificados como diferidos, tales como los gastos de constitución de la empresa, los cuales se distribuyen a lo largo del tiempo en lugar de ser registros como un gasto inmediato.

Valor residual: Se refiere al valor estimado que conversarán los activos fijos al final de su vida útil dentro del negocio.

Inversión en activos fijos: Representa la cantidad de capital necesaria para la operación de la empresa, incluyendo, maquinaria, equipos y mobiliario.

Capital de trabajo: Es el momento requerido para cubrir costos operativos, incluyendo mano de obra, materia prima y costos indirectos de fabricación (CIF). En este proyecto, se ha calculado un capital de trabajo suficiente para operar durante los primeros dos meses.

Tabla 64.
Flujo de efectivo

Detalle	Flujo de efectivo				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	\$ 117.237,50	\$ 122.273,83	\$ 127.515,58	\$ 132.970,84	\$ 137.398,77
Costos de ventas	72.438,60	72.822,52	73.208,48	73.596,49	73.986,55
Gastos de Operación	27.271,08	27.415,62	27.560,92	27.706,99	27.853,84
Depreciación	560,90	560,90	560,90	560,90	560,90
Utilidad en Operaciones	16.966,92	21.474,79	26.185,28	31.106,46	34.997,48
Impuestos y participaciones 15% participación trabajadores	\$ 9.918,71 7.001,442	\$ 9.971,28 7.038,549643	\$ 10.024,13 7.075,853956	\$ 10.077,25 7.113,355982	\$ 10.130,66 7.151,056768
Utilidad neta	\$ 46,77	\$ 4.464,96	\$ 9.085,30	\$ 13.915,85	\$ 17.715,76
Depreciación	560,90	560,90	560,90	560,90	560,90
Flujo de fondos	\$ 607,67	\$ 5.025,86	\$ 9.646,20	\$ 14.476,75	\$ 18.276,66
					\$ 25.166,32

Nota. Revisar anexos de depreciaciones

El flujo de efectivo proyectado muestra un crecimiento sostenible en las ventas y la utilidad del proyecto a lo largo de 5 años, a pesar de los incremento en los costos de ventas y gastos operativos la utilidad en operaciones y la utilidad neta presentan una tendencia positiva, como se puede observar que se va obteniendo una mejora progresiva en la tabla de flujo de efectivo pasando de \$ 607,67 en el primer año a \$ 18.276.66 en el quinto año esto determina que el proyecto es financieramente viable y sostenible con capacidad para cubrir sus costos y generar beneficios crecientes.

Evaluación financiera

Después de completar los estudios de mercado, técnico y económico, se procederá a evaluar la viabilidad económica del proyecto para determinar si la inversión será rentable y se podrá recuperar en un tiempo razonable. Para ello, se emplearán varios indicadores económico clave que permitirán medir la rentabilidad y el riesgo del proyecto, entre ellos:

Valor actual neto: (VAN): Este indicador calculara el valor presentar de los flujos de caja futuro, descontando la inversión inicial.

Tasa mínima aceptable de retorno (TMAR): Establecerá el retorno mínimo que los inversionistas requieren para considerar rentable el proyecto.

Tasa interna de retorno (TIR): Se comparará con la TMAR para evaluar la rentabilidad del proyecto y su factibilidad.

Periodo de recuperación de la inversión (PRI): Indica el tiempo que tomara recuperar la inversión inicial.

Relación Costo- beneficio: Analiza la proporción entre los beneficios obtenidos y los costos involucrados.

Estos indicadores brindarán una visión completa de la viabilidad económica del proyecto, sirviendo como base para que los inversionistas y gestores puedan tomar decisiones informadas.

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La TMAR, es el rendimiento mínimo que los inversionistas esperan obtener de su inversión en el proyecto, para calcularla se utiliza de la siguiente formula:

$$\text{TMAR} = \text{Promedio de la tasa activa y pasiva} + \text{porcentaje de riesgos.}$$

Este indicador ayudara a establecer si el proyecto cumple con las expectativas mínimas de retorno para los inversionistas.

Tabla 65.
TMAR

Variables	Porcentaje	Tasa Activa 9,33%
Promedio Tasa Activa + Pasiva	8,16%	Tasa Pasiva 6,98%
Riesgo País	9,26%	=PROMEDIO(TASA ACTIVA: TASA PASIVA)
TMAR	17,42%	=Suma el promedio de la tasa activa + el riesgo país

Nota. Resultados de la aplicación de formula

Se ha obtenido un TMAR del 17,42% para el proyecto de producción de spaghetti a base de zapallo. Para el cálculo del TMAR se consideró el promedio de la tasa activa más la tasa pasiva y el riesgo país del 9.26% indica la incertidumbre de inversión en Ecuador, la tasa mínima aceptable de retorno (TMAR) del 17.42% que establece el rendimiento mínimo requerido para que un proyecto sea viable para lo cual se obtuvo la información del (Ecuador B. C., 2025) para considerar el valor de la tasa activa, tasa pasiva, y el riesgo país.

Para ello cualquier inversión debe generar una rentabilidad superior a la TMAR para considerarse financieramente atractiva, tomando en cuenta el impacto del riesgo país y el costo del capital.

Valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR)

En el proyecto de producción de spaghetti a base de harina de zapallo, el valor actual neto (VAN) es un indicador clave que permite evaluar la rentabilidad del negocio. Este cálculo estima las ganancias futuras del proyecto y las ajusta a su valor presente, restando la inversión inicial. A través del análisis de los flujos efectivos proyectados y el costo del capital, el VAN ayudara a determinar si el negocio generara más ingresos de los que cuesta ponerlo en marcha.

Por otro lado, la tasa interna de retorno (TIR), es el porcentaje de rentabilidad que el proyecto generará a lo largo del tiempo. Matemáticamente es la tasa de descuento que hace

que el VAN, sea igual a cero. La TIR permite evaluar la viabilidad financiera del proyecto y compararla con la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), asegurando que la inversión cumple con las expectativas de rentabilidad.

Para su cálculo, utilizaremos la siguiente formula:

Donde FN= Flujo de caja neto en el periodo (t), i: Tasa de descuento o tasa de interés (TMAR), T: Periodo de tiempo (desde la 1 hasta n: Número total de periodos o años.

Inversión inicial: El costo inicial del proyecto.

Tabla 66.
Cálculo del VAN Y TIR

Inversión Inicial	\$	-14.508,00	
FE1	\$	607,67	
FE2	\$	5.025,86	
FE3	\$	9.646,20	
FE4	\$	14.476,75	
FE5	\$	18.276,66	
T MAR		17,42%	
VAN	\$11.421,04		=VNA(TMAR;FLUJO1:FLUJO5)+INVERSION INICIAL
TIR	38%		=TIR(INVERSIÓN INICIAL;FE 1 HASTA EL FE5)
Costo Beneficio	\$1,79		=VNA(TMAR;FLUJO1 HASTA EL FLUJO 5)/ INVERSIÓN INICIAL EN POSITIVO

Nota. Resultados

En la tabla anterior muestra una inversión inicial de \$ 14.508,00 lo cual se estima recuperar progresivamente a lo largo de cinco años, mediante los flujos de efectivo proyectados en el primer año el flujo de efectivo es bajo \$607,67 pero para el siguiente año se puede observar un crecimiento significativo, alcanzando \$ 18.276,66 en el quinto año lo que indica un crecimiento financiero positivo.

La Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) es del 17.42% que representa el rendimiento mínimo esperado para que el proyecto sea viable, al compararlo con la Tasa

Interna de Retorno (TIR) del 38%, se evidencia que la rentabilidad del proyecto supera ampliamente el costo de oportunidad del capital, haciendo que la inversión sea favorable.

El Valor Actual Neto (VAN) es de \$11.421,04 es positivo, lo que asegura que el proyecto genere más ingresos de los que cuesta implementar, es resultado indica que el proyecto no solo recuperará la inversión inicial, sino que también generará valor adicional para los inversionistas, consolidando su viabilidad y rentabilidad.

Periodo de la recuperación de inversión

El periodo de recuperación de la inversión (PRI), es un indicador financiero que permite conocer en cuanto tiempo se recuperara el dinero invertido en el proyecto a Trávez de flujos proyectados.

Este cálculo es fundamental para determinar el PRI en la siguiente tabla:

Tabla 67.
Cálculo PRI

Años	Flujo De Efectivo	Flujo Acumulado
0	\$ -14.508,00	
1	\$ 607,67	\$ 607,67
2	\$ 5.025,86	\$ 5.633,53
3	\$ 9.646,20	\$ 15.279,73
4	\$ 14.476,75	\$ 29.756,48
5	\$ 18.276,66	\$ 48.033,15
PRI		
	AÑOS	2
	MESES	11
	DÍA	1

Nota. Resultados.

FORMULA DEL PRI
TERCER AÑO / 12 MESES
 \$ 803,85
 11,0399559 MESES

REGLA DE TRES

$$\begin{array}{ccc} & 1 & \\ & \swarrow \quad \searrow & \\ 0,03995593 & \times & 30 \\ & & \end{array} = 1 \text{ Día}$$

El Periodo de Recuperación de la inversión (PRI), mediante el cálculo realizado indica que el proyecto recuperará el capital invertido en 2 años, 11 meses y 1 día, en este tiempo los flujos de efectivo acumulados igualarán la inversión inicial.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio representa el nivel mínimo de unidades que deben venderse para cubrir la totalidad de los costos, en este nivel los ingresos obtenidos son equivalentes a los costos totales, lo que implica que la empresa no genere pérdidas ni ganancias, si las ventas son menores a este umbral, se registrarán pérdidas, mientras que cualquier venta adicional a partir de este punto comenzará a generar beneficios.

Para determinar el punto de equilibrio se ha aplicado la siguiente fórmula:

1. (Costos total) en términos monetarios.

$$P. E = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos por ventas}}}$$

2. (Cliente) En unidades físicas.

$$P. E = \frac{P. E. Monetario}{\text{Precio de Ventas}}$$

3. Desarrollo de la formula. (Ejemplo para el año 1 realizar el mismo procedimiento para los siguientes años)

$$P. E = \frac{\$71.904,99}{\$ 1,79}$$

$$P. E = \$ 40.226,57$$

Tabla 68.

Punto de Equilibrio

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	\$117.237,50	\$122.273,83	\$127.515,58	\$132.970,84	\$137.398,77
Costo Total	72.438,60	72.822,52	73.208,48	73.596,49	73.986,55
Costos Fijos	71.058,60	71.435,21	71.813,82	72.194,43	72.577,06
Costos Variables	1.380,00	1.387,31	1.394,67	1.402,06	1.409,49
Precio de venta	\$1,79	\$1,80	\$1,81	\$1,83	\$1,83
P.E Monetario	71.904,99	\$72.255,01	\$72.607,95	\$72.963,77	\$73.329,30
P.E Físico	\$40.226,57	\$40.141,67	\$40.059,56	\$39.980,15	\$40.180,44

Nota. Resultados de punto de Equilibrio

El punto de equilibrio de este proyecto establece que para evitar pérdidas o generar ganancias en el primer año, la empresa debe alcanzar un nivel de ingresos de \$ 71.904,99 lo que corresponde a la venta de 40.226,57 unidades de spaghetti a base de harina de zapallo, esto corresponde al primer año.

Costo- Beneficio

Para determinar la viabilidad del proyecto de producción de spaghetti a base de harina de zapallo, es fundamental que la relación costo- beneficio sea superior a 1, lo que indica que los ingresos generados exceden los costos operativos, este resultado también implica un Valor Actual Neto (VAN) positivo reflejando la rentabilidad del proyecto, si la rentabilidad es menor a 1, el proyecto no sería recomendable, ya que implicaría pérdidas en lugar de ganancias.

Tabla 69.*Costo- beneficio*

Inversión Inicial	\$	-14.508,00	
FE1	\$	607,67	
FE2	\$	5.025,86	
FE3	\$	9.646,20	
FE4	\$	14.476,75	
FE5	\$	18.276,66	
T MAR		17,42%	
VAN		\$11.421,04	=VNA(TMAR;FLUJO1:FLUJO5)+INVERSION INICIAL
TIR		38%	=TIR(INVERSIÓN INICIAL;FE 1 HASTA EL FE5)
Costo Beneficio		\$1,79	=VNA(TMAR;FLUJO1 HASTA EL FLUJO 5)/ INVERSIÓN INICIAL EN POSITIVO

Nota. Resultado Costo- Beneficio

La relación costo-beneficio se calcula dividiendo el valor actual de los beneficios por la inversión inicial, lo que permite evaluar si el proyecto genera más ingresos de los que cuesta implementarlo.

Para ello se ha realizado un análisis financiero considerando una inversión inicial de \$ 14.508,00 y los flujos de efectivo proyectado para los próximos 5 años, aplicando una Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) del 17,42% se ha determinado un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 11.421,04 lo que indica que el proyecto es rentable ya que el VAN es positivo, de igual forma la Tasa Interna de Retorno (TIR) con un 38% supera la TMAR lo que refuerza su viabilidad.

El valor obtenido del costo beneficio es del 1,79% esto indica que por cada dólar invertido en el proyecto se genera 1,79 dólares en beneficios, esto significa que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino que también genera una ganancia adicional del 0,79% sobre el capital invertido.

Conclusiones

- La inversión inicial 14.508,36, incluye activos fijos, inversión diferida y capital de trabajo para asegurar su operatividad, la adquisición de maquinaria y la tecnología optimizara la producción, mientras que los gastos administrativos y ventas garantizara el funcionamiento eficiente, respaldando una inversión estratégica y sostenible.
- El proyecto a base de harina de zapallo requiere una inversión de \$14.508,36 financiada con capital propio, su rentabilidad se respalda en una proyección de costos precisa y un mercado bien definido, con ingresos estimados en 13.398,77 al quinto año. La estructura de costos eficiente garantiza su sostenibilidad y crecimiento a mediano plazo.
- El análisis financiero confirma la viabilidad del proyecto, con un VAN positivo de \$11.421,04 y una TIR del 385, superior a la TMAR del 17,42%. La inversión se recuperará en 2 años, 11 meses y 1 día y la relación costo- beneficio de 1,79 indica que por cada dólar invertido genera 1,179 en beneficios, reafirmando su rentabilidad.

Conclusiones generales del plan de negocios para la creación de una empresa productora de spaghetti a base de zapallo.

Conclusiones en general del proyecto de emprendimiento.

- Después de haber realizado el estudio de mercado demuestra que existe una demanda creciente de productos alimenticios y saludables en la ciudad de Latacunga con una demanda existente del 98% dispuesta adquirir el spaghetti a base de harina de zapallo, con una proyección en el primer año de 172.593 y proyectada en el año 5 con 196.528 personas, esta información permitió a los investigadores tomar decisiones estratégicas destacando que la elección de los productos para ofrecer debe centrarse en aquellos que son la mayor demanda no satisfecha, lo cual incrementa las probabilidades del éxito en el mercado.

- Se determinó que la mejor ubicación para el proyecto será, en el sector de Locoá es el lugar adecuado, teniendo un alto potencial de accesibilidad y demanda, además el análisis técnico ayudo a identificar los requisitos específicos del proyecto, destacando la necesidad de contar con el área (administrativa, operativa y ventas) para que los empleados trabajen de forma más eficiente. La inversión inicial necesaria para el proyecto es de \$ 14.508,36, la cual será financiada completamente con recursos propios de los accionistas.

- El análisis económico y financiero mostro que el proyecto es viable, con un valor actual neto (VAN) de \$11.421,04 indicando que la empresa tendrá suficiente capacidad de liquidez para operar. Además, la tasa interna de retorno (TIR) de 38% hace que el proyecto sea atractivo para inversores que buscan altos rendimientos, finalmente el plazo para recuperar la inversión es relativamente corto, con un estimado de 2 años, 11 meses y 1 día, lo que genera confianza, en la sostenibilidad financiera y en el rápido retorno de beneficio, minimizando riesgos.

Recomendaciones

- Es importante realizar las actualizaciones regulares del estudio de mercado, ya que el entorno empresarial y las condiciones del mercado están en constantes cambios. Mantener el estado actualizado permitirá a las empresas adaptarse rápidamente a esos nuevos cambios y aprovechar nuevas oportunidades.

- Se recomienda que la empresa cuente con los recursos y capacidades necesarias para su producción, esto ayudará a optimizar los recursos disponibles, mejorando la eficiencia y la competitividad de la empresa en el mercado, de esta manera la empresa podrá alcanzar sus objetivos de forma más efectiva y eficiente.

- Según el estudio financiero, se recomienda llevar a cabo este proyecto, ya que muestra una rentabilidad adecuada para su lanzamiento en el mercado de Latacunga, esto

garantiza que el proyecto tiene el potencial de ser exitoso y generar beneficios sostenibles para la empresa.

Referencias

- (s.f.). Obtenido de <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-pasta>
- Amaya , A. (2021). *PLAN DE NEGOCIOS*. Obtenido de <https://dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/61687/1/T-14371.pdf>
- Bea, T., Muñoz, S., & Sánchez, L. (2023). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1815/181574471002/html/>
- Pérez C, S., Cruz, D., & Quiroz, L. (2013). Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5523/analisis_de_sensibilidad.pdf?utm_
- Prieto, E. (2024). Obtenido de <https://es.snhu.edu/blog/que-es-el-proceso-productivo>
- S., Elisabeth, J. (2017). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/257/25749951007/25749951007.pdf>
- Administrador. (2011). Obtenido de <https://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/academia%20de%20finanzas/finanzas%20i%20mauricio%20a.%20chagolla%20farias/6%20estados%20financieros.pdf>
- Aguilera , A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200022
- Albers. (2006). *EstudiO Económico*. Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/18045/Capitulo3.pdf>
- Alcaraz , R. (2012). *EMPRENDEDOR EXITO*. Obtenido de https://www.stodomingo.ute.edu.ec/content/102001-322-1-2-2-8/TEXT0_GUIA_1_El_e_m_p_r_e__n_d_e_d__o_r_de_E_x_i_t_o.pdf
- Alderete, A., & Rodríguez, M. (2016). *¿SON IMPORTANTES LOS ESTUDIOS DE MERCADO?* Obtenido de http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra_ciencia_international_journal/0024_estudios_de_mercado_opinion_empresarios.pdf
- Alimentos, E. (2022). Mercado de fideos y pastas, competitivo en Ecuador: estudio. *En Alimentos*. Obtenido de <https://www.enalimentos.lat/noticias/5201-mercado-de-fideos-y-pastas-competitivo-en-ecuador-estudio.html>
- Arechavaleta , & Ramírez. (2015). *Estrategias de Comercialización*. Obtenido de <https://www.omniascience.com/books/index.php/monographs/catalog/download/88/362/707-1?inline=1>
- Arias. (2006). *Estudio tecnico*. Obtenido de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0092660/cap03.pdf>

- Arias, K. (2024). Obtenido de <https://www.klar.mx/post/inversion-fija-motor-clave-del-crecimiento-economico-sostenible>
- Baca, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. Obtenido de <https://econforesyproyec.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/11/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>
- Baque, e. a. (2020). *PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRENDIMIENTOS DE LOS ACTORES Y ORGANIZACIONES*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Barría, F. J. (2024). El Producto y sus Atributos como Factores Fundamentales de las Estrategias de Marketing. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar* , Volumen 8(Número 1). Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/9511>
- Bea, T., Muñoz, S., & Sánchez, L. (2023). Gestión del financiamiento a través de la aplicación del método de rentabilidades. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1815/181574471002/html/>
- Bravo , J., García , M., Janeth , U., & Francisco, M. (2017). PROCESO TECNOLÓGICO E IMPACTO PRODUCTIVO DE LA HARINA DE ZAPALLO (Cucúrbita máxima) DE DOS VARIEDADES ROSITA Y BURRO. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/zapallo.html>
- Bravo, D., & Polo, M. (2021). Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10583/1/16172.pdf>
- CARRERA, R. (2020). *Plan de negocios*. Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/468/3/Plan%20de%20negocios.pdf>
- Coca Carasila, A. (2015). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941257008.pdf>
- Contreras , J. (2021). Obtenido de Punto de equilibrio: qué es y cómo calcularlo
- Cuevas, G., & Calderón, R. (2021). Obtenido de https://portal.amelica.org/ameli/journal/221/2212240006/html/#redalyc_2212240006_ref14
- Economics, T. (s.f.). Ecuador - Tasa de inflación. *Trading Economics*. Obtenido de <https://es.tradingeconomics.com/ecuador/inflation-cpi>
- Ecuador, B. C. (2025). *Banco Central del Ecuador* . Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Ecuador, C. N. (2023). *INEC*. Obtenido de <https://censoecuador.ecudatanalytics.com/>
- ENSANUT. (2023). Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/salud-se-suma-al-dia-mundial-contra-la-obesidad-con-acciones-de-prevencion/>
- Erakundea, E. E. (2023). Que es un envase. *Euskadi.eus*. Obtenido de https://es.eustat.eus/documentos/elem_17366/definicion.html

- Espinosa, P. I. (2021). Estudio de mercados. En P. I. Espinosa, *Estudio de mercados*.
Obtenido de <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2867?inline=1>
- Fajardo, L., Girón, M., Vásquez, C., Fajardo, L., Zúñiga, X., Solís, L., & Pérez, J. (2019). VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO COMO PARÁMETROS DE EVALUACIÓN DE LAS INVERSIONES. Obtenido de https://sga.unemi.edu.ec/media/evidenciasiv/2019/07/30/articulo_2019730122917.pdf
- Fillooy, F. (2024). De la intolerancia al gluten a la celiaquía: ¿hay más casos que antes? Obtenido de <https://www.infobae.com/salud/2024/05/05/de-la-intolerancia-al-gluten-a-la-celiaquia-hay-mas-casos-que-antes/>
- Gabriel. (2006). *Evaluación de proyectos* (cuarta edición ed.). Obtenido de <https://econforesyproyec.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/11/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>
- Gallo. (2021). *Pastas Gallo sube al podio del sector de la alimentación en calidad de tercera marca más consumida*. Obtenido de <https://www.interempresas.net/Alimentaria/Articulos/Tecnologia/>
- García. (2020). *Distribución en Planta.pdf*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/152734/Distribuci%C3%B3n%20en%20Planta.pdf?sequence=5>
- Gitman. (2012). Importancia del capital de trabajo. En Gitman.
- González. (2020). *Estudio de Mercado*. Obtenido de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0105292/cap02.pdf>
- González, S. (2005). Localización de empresas usando lógica difusa: estrategia para su posicionamiento. *Redalyc*. Obtenido de [https://www.redalyc.org/journal/395/39571735007/html/#:~:text=\(2005\),costo%20\(B%2FC\).](https://www.redalyc.org/journal/395/39571735007/html/#:~:text=(2005),costo%20(B%2FC).)
- González, M., & Blanco, M. (2022). Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/20751/BVE22088374e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guerrero, P., Hernández, D., & Díaz, L. (2017). *Metodología para la fijación de precios mediante la utilización de la elasticidad precio-demanda*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4795/479548635002.pdf>
- Helen. (2021). *Inversión Diferida*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/520445854/INVERSION-DIFERIDA>
- Hernández. (2017). *InvestigacionCuantitativaDeMercados_Ant_B2_C.pdf*. UIN Universidad Insurgentes, 15. Obtenido de https://repositorio.scalahed.com/recursos/files/r171r/w26103w/InvestigacionCuantitativaDeMercados_Ant_B2_C.pdf
- HERRERA, D. (2016). *PROPUESTA DE DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE EXTRACTOS DE FRUTAS ORGÁNICAS EN ISLA DEL*

- CENTRO COMERCIAL CONDADO SHOPPING DE QUITO EN EL AÑO 2016.*
Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/992/4/T-UIDE-1043.pdf>
- iMac. (2022). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Obtenido de <https://repositorio.cidecuador.org/bitstream/123456789/2073/5/Libro%20Formulacion%20y%20Evaluacion%20de%20Proyectos%20VF.pdf>
- INEC. (2024). Inflación Ecuador. *Instituto Nacional de estadística*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=tasa%2Bde%2Binflaci%C3%B3n>
- Jara , M. (2017). *calculo integral y sus aplicaciones en en la empresa*. Obtenido de <https://ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/libro-integrales-empresa.pdf>
- Jiménez , S. (2017). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/257/25749951007/25749951007.pdf>
- Kotler, P. (2017). *Fundamentos de Marketing*. ITESM-Campus Estado de México. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Lozada, M. (2017). *Estrategia de precio*. Bogotá D.C.: editorial Areandino. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/da3e8e0e-200e-4db9-80a1-4806f04cc883/content>
- Luana. (2011). *IMPORTANCIA DE UN PLAN DE NEGOCIOS*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2011b/cvom.pdf>
- Margarita. (2020). Obtenido de https://www.surcosistemas.com.ar/virtual/jujuy/Gestion_proyectos/Clase%20N%C2%B0%204-%20Tama%C3%B1o-Teor%C3%ADa.pdf
- Mendoza, J., & Véliz , M. (2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588561702007/html/>
- Mercado Global de Pastas. (2023). Obtenido de <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-pasta>
- Mete, M. (2014). ALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.
- Montero, M., Rojas, C., Usaga, J., & M. Pérez, A. (2022). *Composición nutricional, contenido de compuestos bioactivos y capacidad, antioxidante hidrofílica de frutas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/437/43769732009/43769732009.pdf>
- Mora. (2015). *ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL SERVICIO DE INTERNET*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/461/46140215.pdf>
- Moreno, D. (2008). Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudiotecnico.pdf>

- Moya, P. (2021). *Estudio de mercado*. Obtenido de <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2867?inline=1>
- Muñoz, S., & Sánchez, L. (2023). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1815/181574471002/html/>
- Narvaez, O. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos*. Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25345w/semana3.pdf>
- Narvaéz, V. (2018). : *Plan de negocios para la producción y exportación de pastas de quinoa desde Ecuador a España*. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/8607/1/UDLA-EC-TINI-2018-22.pdf>
- Nava, M. (2009). Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009
- Nava, M. (s.f.). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Obtenido de <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/10553>
- Navarro. (2021). *Plan de Negocios Enfocado a Proyectos de Investigación y Desarrollo*. Obtenido de <https://cemieoceanomx.com/downloads/libros/Plan%20de%20NegociosVF.pdf>
- NAVARRO, C. (2021). Promoción del marketing y el posicionamiento. *UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura*, 23. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5217/521763181001/521763181001.pdf>
- Núñez, R. (2007). ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA Y SU INCIDENCIA EN DETERMINAR LOS PRECIOS EN BIENES Y SERVICIOS DE LA ECONOMÍA. *URKUND*, 23. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/9009/1/ECUACE-2016-EC-CD00014.pdf>
- Oviedo. (2016). Obtenido de https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf
- PACHECO, J. &. (2021). Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/61687/1/T-14371.pdf>
- Palacios, C., Anaya, J., Gómez, P., Alvarado, L., & Alamilla, L. (2023). FINANCIAMIENTO INTERNO PARA ELIMINAR COSTO DE FINANCIAMIENTO EXTERNO, NUEZPECANA. Obtenido de <https://revistas.milpaalta.tecnm.mx/index.php/IPSUMTEC/article/view/170/275>
- Pérez. (2021). Estudio financiero. *Revista Venezolana de Gerencia*. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009
- Pérez, A. (2025). Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

- Ramirez, J. (2016). *ANÁLISIS Y COMPARACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8816/1/ECUACE-2016-EC-CD00012.pdf>
- Raquel, T. (2019). *“ELABORACIÓN DE FIDEOS ENRIQUECIDA CON HARINA*. Obtenido de <https://repositorio.unas.edu.pe/server/api/core/bitstreams/92e6ed25-78a0-4039-af32-688dcd480bef/content>
- Rocampos. (2012). *EL ESTUDIO TÉCNICO*. Obtenido de https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Romero, A. (2019). *IMPORTANCIA DEL ESTUDIO TÉCNICO EN UN PROYECTO DE*. Obtenido de https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14826/1/E-11295_ROMERO%20ROMERO%20ADRIANA%20KATHERINE.pdf
- Sánchez, H. (2022). Sustitución parcial de harina de trigo (*triticum aestivum* L) por harina de zapallo (cucúrbita máxima) en la elaboración de extruidos de origen alimentario cultivadas en Ecuador. Obtenido de <https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/202>
- Valencia, A. (2015). *La demanda insatisfecha en los proyectos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81622585009.pdf>
- Vargas , M., & Uttermann , R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/>
- Vega , S. (2024). *EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS*. Obtenido de https://campusvirtual.icap.ac.cr/pluginfile.php/229069/mod_resource/content/1/Lectura%205%20Evaluaci%C3%B3n%20Financiera.pdf
- Vegaffinity. (2023). Zapallo o auyama: Beneficios e Información Nutricional. *VEGAFFINITY*. Obtenido de <https://www.vegaffinity.com/comunidad/alimento/zapallo-o-ayama-beneficios-informacion-nutricional--f659>
- Vigo, V., Vigil, S., Sánchez, M., & Medianero, D. (2018). Obtenido de <https://www.losandes.org.pe/libros/LIBRO-DISENO-DE-PROYECTOS-ALAC.pdf>
- Villanueva , A. (2019). *“Proyecto de Prefactibilidad para la Implementación de*. Obtenido de <https://repositorio.ucsp.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/3479510b-7202-4d8a-a0dc-511a782e7dea/content>
- Villanueva. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400120
- Virreira , M. (2021). Obtenido de https://www.upsa.edu.bo/images/libro_evaluacion-financiera-de-proyectos-de-inversion.pdf
- Yáñez, E. (2022). *Plan de negocios para la producción y comercialización de pastas frescas y productos italianos importados en la ciudad de Quito*. Obtenido de

<https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/14082/1/UDLA-EC-TMAEGO-2022-05.pdf>

Zicari, A. (2020). El período de recupero: su uso en la evaluación de proyectos de inversión. Obtenido de https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/afe_1/material_de_estudio/material/El%20perio%20de%20recupero%20su%20uso%20en%20la%20evaluacion%20de%20proyectos%20de%20inversion.pdf?

Anexos

Anexo 1.

Encuesta

Tema: Plan de negocios para la creación de una empresa productora de spaghetti a base de Zapallo.

Objetivo

- Obtener información necesaria para determinar el grado de aceptación, percepción y preferencias del mercado objetivo sobre el producto innovador de spaghetti a base de harina de zapallo, identificando aspectos clave como hábitos de consumo, predisposición a probar alternativas saludables y factores determinantes en la decisión de compra.

Datos Generales

Género

- Femenino ☐
- Masculino ☐
- Prefiero no decir ☐

¿En qué rango de edad se encuentra usted?:

- Entre los 15 y los 25 ☐
- Entre los 26 y los 35 ☐
- Entre los 36 y los 45 ☐
- Más de 46 años ☐

1. ¿Usted Consume spaghetti?

- Si ☐
- No ☐

Si su respuesta es **no** gracias por su colaboración.

2. ¿Con qué frecuencia usted consume spaghetti?

- Raramente ☐
- Diariamente ☐
- 1 vez por semana ☐
- 2 veces por semana ☐
- 3 o más veces a la semana ☐
- 1 vez por mes ☐
- 2 veces por mes ☐
- 3 o más veces por mes ☐

3. ¿Qué tipo de spaghetti consume usted con mayor frecuencia?

- Spaghetti tradicional (harina de trigo) ☐
- Spaghetti integral ☐
- Spaghetti sin gluten ☐
- Don Victorio ☐

4. ¿Dónde suele comprar usted el spaghetti? (seleccione todas las opciones que apliquen)

- Supermercados ☐
- Tiendas de barrio ☐
- Mercados locales ☐
- Otros ☐

5. ¿Es importante para usted el valor nutricional dieta especial (ej. sin gluten, bajo en carbohidratos) al comprar el spaghetti?

- Si ☐
- No ☐

6. ¿Es importante para usted el contenido bajo en grasa al elegir spaghetti?

- Si ☐
- No ☐

7. ¿Es importante para usted el tamaño del empaque al comprar spaghetti?

- Si ☐
- No ☐

8. ¿Es importante para usted considerar promociones o descuentos al comprar spaghetti?

- Si ☐
- No ☐

9. ¿Está usted de acuerdo en consumir spaghetti como parte de su alimentación?

- Sí ☐
- No ☐

10. ¿Consume usted productos saludables?

- Sí ☐
- No ☐

11. ¿Usted consume productos a base de harina de zapallo?

- Si ☐
- No ☐

12. ¿Usted conoce que existe en el mercado el producto Spaghetti a base de harina de zapallo?

- Si ☐
- No ☐

13. ¿A usted le gustaría probar un Spaghetti a base de harina de zapallo que no contenga gluten?

- Si ☐
- No ☐

Si su respuesta es **no**, agradecemos su colaboración

14. ¿Cuál sería la cantidad ideal para usted comprar el spaghetti a base de harina de zapallo?

100 gramos ☐

400 gramos ☐

15. ¿Qué tan importante es para usted que el producto sea orgánico?

• Muy importante ☐

• Importante ☐

• Neutral ☐

• Poco importante ☐

• No importante ☐

16. ¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 100gr a base de harina de Zapallo?

• \$ 1,00 ☐

• \$1,40 ☐

• \$ 1,80 ☐

17. ¿Qué precio considera usted que sería el ideal para el Spaghetti de 400gr a base de harina de Zapallo?

• \$2,00 ☐

• \$2,50 ☐

• \$ 3.00 ☐

18. ¿Qué envase usted prefiere para productos como el Spaghetti a base de harina de Zapallo?

• Plástico reciclable ☐

• Cartón ☐

• Otro ☐

19. ¿Cómo usted prefiere informarse sobre la disponibilidad y promociones de Spaghetti a base de harina de Zapallo (Seleccione todos los que apliquen)

• Anuncios en mercados y tiendas ☐

• Redes sociales ☐

• Página web ☐

• Recomendación de otros consumidores ☐

¡Gracias por su colaboración !

Anexo 2.

Ficha observación de precios

Ficha De Observación De Precios			
Nombre de la Empresa	Productos que ofertan	Spaghetti 400 gramos	Spaghetti 100 gramos
Fideos Ripalda		\$ 1,75	\$ 0,90
Oriental Industria Alimenticia O.I.A.		\$ 1,70	\$ 1,00
Fideos Sumesa		\$ 1,85	\$ 0,95
Industrias Catedral S.A		\$ 1,80	\$ 0,85
Total 4 Empresas			

Anexo 3.

Rol de pagos

Cargo	Cantidad	Sueldo Unificado	IESS	IESS	Décimos	Fondos de Reserva	Total Mes	Total Anual
			Empelado 9,45%	Empleador 11,15%				
Administrador	1	700	66,15	78,05	97,50	58,33	867,73	10412,8
Contador	1	600	56,7	66,9	89,17	50,00	749,37	8992,4
Total								8992,4

Cargo	Cantidad	Sueldo Unificado	IESS	IESS	Décimos	Fondos de Reserva	Total Mes	Total Anual
			Empelado 9,45%	Empleador 11,15%				
Operario	1	470	44,415	52,405	78,33	39,17	595,49	7145,88
Operario	1	470	44,415	52,405	78,33	39,17	595,49	7145,88
Operario	1	470	44,415	52,405	78,33	39,17	595,49	7145,88
Operario	1	470	44,415	52,405	78,33	39,17	595,49	7145,88
Total								21437,64

Cargo	Cantidad	Sueldo Unificado	IESS Empleado 9,45%	IESS Empleador 11,15%	Décimos	Fondos de Reserva	Total Mes	Total Anual
Guardia	1	500	47,25	55,75	80,83	41,67	631,00	7572,00
Total								7572,00

Cargo	Cantidad	Sueldo Unificado	IESS Empleado 9,45%	IESS Empleador 11,15%	Décimos	Fondos de Reserva	Total Mes	Total Anual
Comercializador	1	470	44,415	52,405	78,33	39,17	595,49	7145,88
Total								7145,88

Anexo 4.*Depreciaciones*

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN	VALOR DE DEPRECIACIÓN
MAQUINARIA Y EQUIPO	Peladora industrial	2	\$ 450,00	\$ 900,00	10	10%	\$ 90,00
	Deshidratador	1	\$ 105,00	\$ 105,00	10	10%	\$ 10,50
	Molino industrial	1	\$ 105,00	\$ 105,00	10	10%	\$ 10,50
	Extrusora de pasta	2	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00	10	10%	\$ 240,00
	Empacadora al vacío	1	\$ 129,00	\$ 129,00	10	10%	\$ 12,90
	Báscula digital	1	\$ 70,00	\$ 70,00	10	10%	\$ 7,00
	Fundas de Spaghetti bag	30	\$ 16,00	\$ 480,00	10	10%	\$ 48,00
	TOTAL						\$ 418,90

MUEBLES Y ENSERES	Escritorio	2	\$ 50,00	\$ 100,00	10	10%	\$ 10,00
	Sofá	2	\$ 50,00	\$ 100,00	10	10%	\$ 10,00
	Archivador	2	\$ 2,50	\$ 5,00	10	10%	\$ 0,50
	Sillas ejecutivas	2	\$ 50,00	\$ 100,00	10	10%	\$ 10,00
	TOTAL						\$ 30,50

MATERIALES	Envase unitario	800	\$ 0,12	\$ 96,00	10	10%	\$ 9,60
	Etiqueta	800	\$ 0,02	\$ 16,00	10	10%	\$ 1,60
	Cartones 24 u.	30	\$ 0,10	\$ 3,00	10	10%	\$ 0,30
	TOTAL						\$ 11,50
EQUIPO DE CÓMPUTO	Equipo de Computo	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	10	33%	\$ 100,00
	TOTAL						\$ 100,00
							\$560,90

Anexo 5.

Ingresos proyectados

Año 1				
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto		Total ingresos Anual
Spaghetti de 400 gramos	45.000	\$	1,78	\$ 80.298,34
Spaghetti de 100 gramos	40.000	\$	0,93	\$ 37.196,10
Total				\$ 117.494,44

Año 2				
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto		Total ingresos
Spaghetti de 400 gramos	46499		1,79	\$ 83.409,71
Spaghetti de 100 gramos	41332		0,93	\$ 38.637,36
Total				\$ 122.047,07

Año 3			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos
Spaghetti de 400 gramos	48047	1,80	\$ 86.639,25
Spaghetti de 100 gramos	42708	0,94	\$ 40.133,36
Total			\$ 126.772,61
Año 4			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos
Spaghetti de 400 gramos	49647	1,81	\$ 89.991,39
Spaghetti de 100 gramos	44131	0,94	\$ 41.686,15
Total			\$ 131.677,54
Año 5			
Producto	Cantidad a ofertarse por año	Precio del producto	Total ingresos
Spaghetti de 400 gramos	51300	1,82	\$ 93.470,71
Spaghetti de 100 gramos	45600	0,95	\$ 43.297,86
Total			\$ 136.768,57

