Universidad Católica de Santa María

Escuela de Postgrado

Maestría en Educación Superior

EVALUACION DE LA CALIDAD DE LOS PROYECTOS DE INVERSION SELECCIONADOS AÑO 2017 DEL INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR TECNOLOGICO PRIVADO "SAN JOSE ORIOL". AREQUIPA – 2019

Tesis presentada por la Bachiller:

Rodríguez Ramos, Geovanna Angélica

Para optar el Grado Académico de:

Maestro en Educación Superior

Asesora:

Dra. Arias Messa, Frigia

Arequipa - Perú

2019

DICTAMEN DEL BORRADOR DE TESIS

A	: Dr. José Villanueva Vizcarra, Director de la Escuela de Postgrado
De	: Dictaminadora Dra. Frigia Arias Messa.
Graduando	: RODRIGUEZ RAMOS, Geovanna Angélica.
Maestría	: En Educación Superior.
Enunciado:	: EVALUACION DE LA CALIDAD DE LOS PROYECTOS DE INVERSION DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACION SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO "SAN JOSÉ ORIOL", AREQUIPA 2018.
Resultado	: Aprobada
Fecha	: 21/3/2019

Señor Director:

Habiendo procedido a la verificación del levantamiento de las observaciones hechas por el graduando, le hago saber que el Dictamen es aprobatorio puede pasar a su consecución, salvo mejor opinión.

Atentamente:

Dra. Frigia Arias Messa
DICTAMINADORA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARIA DE AREQUIPA
ESCUELA DE POST GRADO
AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL"
"AÑO DE LA IGUALDAD Y LA NO VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES"

Arequipa, 2019 enero 17

Señor Doctor:

José Villanueva Vizcarra.

Director de la Escuela de Postgrado de la UCSM

Presente. -

De mi mayor consideración:

Saludándolo cordialmente hago de su conocimiento el dictamen solicitado sobre el borrador de Tesis:

"EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SELECCIONADOS AÑO 2017 DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO "SAN JOSE ORIEL" AREQUIPA 2018".

Presentado por el Bachiller RODRÍGUEZ RAMOS, Geovanna Angélica para optar el Grado Académico de Maestro en **Educación Superior**.

Levantar las siguientes sugerencias:

- Pedir a la escuela el nombre del Asesor.
- Evitar el título de dedicatoria.
- La numeración de índice general debe ser modificado considerando la numeración desde las primeras hojas.
- Mejorar el resumen debe ser una sola cara considerando objetivo general, diseño y/o enfoque metodológico, población y muestra. Instrumento, resultados, conclusiones y palabras claves.
- La introducción si es más amplio y considerar las teorías que sustenta su trabajo.
- El cuadro de coherencia de variables no concuerda con el título, ni hipótesis, ni con objetivos
- Revisar su trabajo en función a la coherencia de sus variables.

Se otorga DICTAMEN APROBATORIO, previo levantamiento de las observaciones.

Aprovecho la ocasión para expresarle mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

DRA. ROSA PATRICIA BELTRÁN MOLINA.
DOCENTE DE LA EPG
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA.

SR. DR. HUGO TEJADA PRADELL
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
Presente.-

Sobre el Dictamen del Borrador de Tesis titulada "EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO "SAN JOSÉ ORIOL". AREQUIPA – 2018" para optar el Grado Académico de MAESTRO EN EDUCACIÓN SUPERIOR, presentado por la Bachiller RODRÍGUEZ RAMOS, Geovanna Angelica:

Se resuelve **APROBAR** el Borrador de Tesis presentado, pero con la siguiente salvedad: de acuerdo al Reglamento de Grados Académicos de la Escuela de Postgrado de la UCSM actual, se indica que en la estructura del cuerpo de la tesis se debe considerar el siguiente orden:

- Resumen
- Introducción
- Hipótesis
- Objetivos
- CAPÍTULO I: Marco Teórico
- CAPÍTULO II: Metodología
- CAPÍTULO III: Resultados y Discusión
- Conclusiones
- Recomendaciones
- Bibliografía
- Anexos

Atentamente.

Irene Paredes SRO

Mg. Irene Paredes San Román

Arequipa, 28 de noviembre de 2018

"No podéis preparar a vuestros alumnos para que construyan mañana el mundo de sus sueños, si vosotros ya no creéis en esos sueños; no podéis prepararlos para la vida, si no creéis en ella; no podríais mostrar el camino, si os habéis sentado, cansados y desalentados en la encrucijada de los caminos."

Celestin Freinet

A Dios por darme sabiduría para alcanzar esta meta y fuerza para seguir adelante y no desfallecer en momentos difíciles.

A mi más grande inspiración, mi motivo para superarme cada día, mi hijita mi princesa Emma Sophia.

A mis Padres, hermanos y toda mi familia por darme su apoyo y comprensión en todo momento pues me ayudaron a que este sueño se vuelva hoy realidad.

Un agradecimiento especial a esas personas especiales que me motivaron a tomar esta decisión que creyeron en mí y en lo que lograría.

INDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS

INDICE DE FIGURAS

RESUMEN

El trabajo de Investigación "Evaluación de la Calidad de los Proyectos de Inversión seleccionados año 2017 del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado "San José Oriol". Arequipa – 2019", es un estudio de campo en la Educación Superior, recoge información sobre la calidad los proyectos de inversión que realizan los egresados del Instituto San José Oriol para obtener el título Técnico Profesional.

Tiene como objetivo general: Determinar la Calidad de los Proyectos de Inversión de los egresados del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado "San José Oriol" seleccionados del año 2017, analizando las características de la Estructura de los proyectos de inversión, así como sus factores de calidad en cada uno de sus componentes mayores y menores.

El presente trabajo de investigación consta de una variable que es la Calidad de los Proyectos de Inversión, evaluándose cuatro indicadores, en el primer indicador se evaluó la Estructura de los Proyectos de Inversión según el Diseño Metodológico propuesto por el Instituto, el segundo indicador es la Creatividad, el tercero es la Innovación y el cuarto la Competitividad.

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la ficha de Evaluación y el Instrumento es una Rúbrica de Evaluación para proyectos de Inversión, Se trabajó con una muestra de 35 Proyectos de Inversión seleccionados del año 2017, de una población de 70 proyectos.

Para concluir podemos indicar que los proyectos en su mayoría se rigieron a la Estructura del Diseño Metodológico, sin embargo, en el Subindicador Estudio Técnico se ha observado que los resultados se encuentran por debajo de lo esperado, de igual forma en el Subindicador Estudio Ambiental la información está incompleta para lo cual se planteará una propuesta a la institución para mejorar el diseño ya establecido, y en cuanto al factor de Calidad: Creatividad existe una ausencia muy marcada sobre todo en el subindicador Originalidad.

Palabras claves: Evaluación, Calidad, Inversión, Estudio Ambiental, Creatividad.

ABSTRACT

The research work "Evaluation of the Quality of the Investment Projects selected year 2017 of the Private Technological Higher Education Institute" San José Oriol ". Arequipa - 2019 ", is a field study in Higher Education, collects information on the quality of the investment projects carried out by the graduates of the San José Oriol Institute to obtain the Professional Technical Degree.

Its general objective is: To determine the quality of the investment projects of the graduates of the Institute of Higher Technological Private Education "San José Oriol" selected from the year 2017, analyzing the characteristics of the structure of the investment projects, as well as their factors of quality in each of its major and minor components.

The present work of investigation consists of a variable that is the Quality of the Investment Projects, evaluating four indicators, in the first indicator the Structure of the Investment Projects was evaluated according to the Methodological Design proposed by the Institute, the second indicator is the Creativity, the third is Innovation and the fourth is Competitiveness.

The technique used for data collection was the evaluation form and the instrument is an evaluation rubric for investment projects. We worked with a sample of 34 selected investment projects from 2017, from a population of 70 projects.

To conclude we can indicate that most of the projects were governed by the Methodological Design Structure, however, in the Technical Study Sub-Indicator it has been observed that the results are below the expected, likewise in the Sub-Indicator Environmental Study the information is incomplete for which a proposal to the institution to improve the already established design, and regarding the Quality factor: Creativity there is a very marked absence especially in the sub-indicator Originality.

Keywords: Evaluation, Quality, Investment, Environmental Study, Creativity.

INTRODUCCION

En la actualidad, los proyectos de inversión requieren una base que los justifique, dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse. La información recopilada y analizada y las premisas y supuestos a partir de las cuales se elaborarán los antecedentes, deben nacer de la realidad en la cual el proyecto está inserto. La evaluación se enmarca en una rutina metodológica que en general puede aplicarse a cualquier proyecto.

La presente constituye una investigación documental, orientada al análisis del diseño metodológico realizado a las tesis seleccionadas del año 2017 de los graduados del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, los proyectos de inversión siguen un modelo establecido por dicha Institución, por lo que se ha podido observar una problemática ligada al Diseño Metodológico.

Se analiza secuencialmente la estructura del diseño de acuerdo a sus componentes mayores y menores, así como la coherencia del Planteamiento Teórico, Planteamiento Operacional, Recolección de datos y Resultados.

Pues es nuestra responsabilidad como docentes proporcionar a los alumnos herramientas y elevar la exigencia cada vez más y de esta forma contribuir a mejorar la calidad de los proyectos de inversión de los graduados ofreciéndoles no solo nuevas y mejores metodologías y esquemas si no también una asesoría permanente.

Durante la elaboración de este proyecto, año 2017, el esquema que presenta el Instituto a los alumnos que deseen graduarse para obtener su Título Técnico Profesional, es el presentado en este estudio.

Luego de varias búsquedas de investigación en relación a la variable Calidad de los Proyectos de Inversión. Entre ellos tenemos a John Jairo García Peña. (2009). Martin Larry Rosado Linares (1994), R Campus (2015) La teoría que más se adecúa a la variable fue el instrumento Rúbrica, tomada de la última referencia, la cual se tomó como modelo para evaluar la Estructura de los Proyectos; por lo tanto, el instrumento tiene fuerte confiabilidad. Para evaluar los factores de calidad: Creatividad, Innovación y Competitividad, tenemos a Torrance (1974), Besemery Treffinger (1981), Fryer (1996), Edward B. Roberts (1996), Haidar J,I.(2012). El instrumento que más se adecúa para evaluar los tres factores de calidad fue la Rubrica, tomada de la primera referencia, la cual se tomó como modelo para evaluar la Creatividad, Innovación y Competitividad.

Para evaluar la calidad de los proyectos de inversión, el instrumento fue validado por medio de jueces expertos, Sub director Académico del Instituto San José Oriol, Mg. Sander M. Laquise Ticona, Magister en Educación Superior, quien da la certeza de la ficha de Evaluación, que se está usando, que para este caso será la Rubrica como Instrumento de evaluación.

La motivación personal más importante surge a partir de mi labor como docente del Instituto Superior Tecnológico Superior San José Oriol, ya que por segundo año consecutivo formé parte del equipo que evalúa los Proyectos de Inversión que son presentados por los alumnos al concurso anual de ideas de negocios, la cual desarrollan los alumnos para que con dicho proyecto puedan posteriormente graduarse y obtener su título Técnico Profesional, observando que en la estructura que desarrollan los alumnos había algunas carencias o deficiencias que se pueden mejorar.

HIPÓTESIS.

Dado que la calidad educativa y sobre todo las capacidades investigativas en nuestros estudiantes es una realidad que interesa a todos al momento de evaluar la estructura del diseño Metodológico de los proyectos de inversión desarrollados por los graduados que obtuvieron su título Profesional en los centros de Formación Superior.

Es probable que, con nuevas y mejoradas propuestas de los modelos de proyectos de inversión se pueda conseguir un mayor nivel académico y por ende una mejor calidad en los futuros proyectos de inversión.

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la Calidad de los Proyectos de Inversión de los egresados del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado "San José Oriol" seleccionados del año 2017.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Evaluar la Estructura del Diseño Metodológico de los Proyectos de Inversión seleccionados del año 2017 de los graduados del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado San José Oriol.

- Evaluar la Creatividad, Innovación y Competitividad, así como los criterios de calidad en cada uno de ellos, que tienen los Proyectos de Inversión seleccionados del año 2017 de los graduados del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado San José Oriol.

CAPITULO I MARCO TEÓRICO

1. MARCO CONCEPTUAL.

1.1.- Concepto de Proyecto de Inversión[1]

El proyecto de inversión se puede definir como un conjunto de actividades con objetivos y trayectorias organizadas para la resolución de problemas con recursos privados o públicos limitados. También se define como el paquete de inversiones, insumos y actividades diseñadas con el fin de eliminar o reducir varias restricciones del desarrollo, para lograr productos, servicios o beneficios en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios. La importancia del proceso de Planeación dentro de la construcción de un proyecto de inversión es indispensable.

La evaluación de proyectos es una herramienta económica que nos auxilia en el análisis de un proyecto de inversión, arrojara varios resultados con los que la toma de decisiones será más sencilla, aunque existan varios tipos de proyectos la metodología tiende a ser la misma.

- Análisis de mercado
- Análisis técnico operativo.
- Análisis económico y financiero.
- Socioeconómico.
- Retroalimentación.
- Resumen y conclusiones.

Hoy en día la evaluación de proyectos considera la incorporación del riesgo. Autores como Ye y Tiong proponen una clasificación de los métodos usados para la valuación de proyectos:

[1] Ye, Sudong; Tiong,Robert L.K. Junio 22 2018.<https://wikipedia.org/wiki/Proyecto_de_inversion>

1. Métodos basados en el retorno esperado.
2. Métodos basados en el riesgo al que se exponen los proyectos.
3. Métodos que consideran el retorno esperado y el riesgo.

Los métodos basados en el retorno esperado se construyen a partir de un escenario del proyecto, con valores estimados a partir de un cierto grado de certeza. De acuerdo al periodo de pago (retorno de la inversión) se prefieren los proyectos donde el periodo de pago es más corto; el proyecto será viable si la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor a la tasa de referencia que el inversionista espera y el Valor Presente Neto (VPN) es igual o mayor que cero.

Los métodos que consideran únicamente el riesgo dan lugar a la creación de sistemas de puntajes e índices, de modo que una inversión se contrasta contra una escala predeterminada por una autoridad certificada, y entonces se juzga sobre su bondad económica. Los índices de compañías como Standard and Poors y Moody's, dominan el mercado, para efectos de calificación de títulos valores y emisores de los mismos. Una inversión se clasifica según los índices mencionados u otros similares, y considerando el perfil de riesgo del inversor se decide entonces si valdría la pena invertir o no. Sin embargo, por una parte, los índices han sido diseñados para considerar únicamente el riesgo de crédito y además, dan cuenta de la calidad de una inversión, más no del grado en que tal inversión es atractiva para un inversionista.

1.2. Clasificación de Proyectos.

Existen una gran variedad de clasificación de proyectos de inversión como:

- Agropecuarios (producción animal o vegetal).
- Industriales (extractivas como minería, calzado y cementeras).
- De servicios (educación, salud, etc.)
- De bienes. (tangibles).
- Servicios. (intangibles).

Por los resultados a obtener

- Rentables.
- No rentables.
- No medibles.
- De remplazo.
- De expansión.
- Finalidad del Proyecto.
- Por tamaño y actividades de la empresa.

Por su naturaleza

- Dependientes.
- Independientes.
- Mutuamente excluyentes.

1.3.- Concepto de Calidad.

La calidad es una herramienta básica e importante para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.

Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

Sin embargo, a la hora de implementar un plan de gestión de calidad, es preciso mirar el término con más detenimiento y buscar indicadores de calidad que lo valoren.

Porque la calidad, digámoslo claro, no sólo se mide al final de los procesos. También es necesario evaluarla en las fases iniciales e intermedias, cada una de las cuales aporta un valor específico a la cadena de labores que integran un proceso.

Los indicadores de calidad cumplen esa función. Son instrumentos de medición que se emplean para evaluar la calidad de los procesos o productos, o dicho de otra manera, determinan el nivel de cumplimiento de los objetivos para los cuales se han desplegado una serie de actividades concretas.

1.4..-Concepto de Creatividad.

Es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

Los tres grandes sentidos del concepto:

- Acto de inventar cualquier cosa nueva (Ingenio).
- Capacidad de encontrar soluciones originales.
- Voluntad de modificar o transformar el mundo

1.4.1.-Indicadores de Creatividad[2]

a. Fluidez

Es la cantidad de ideas que eres capaz de generar en un tiempo determinado. Cuantas más, mejor. Como comprobamos en el ejercicio de dividir un cuadrado en 4 partes iguales, la cantidad es esencial para alcanzar la calidad: a mayor cantidad, mayor probabilidad de generar una idea de calidad.

b. Originalidad

Una idea es original cuando poca gente la tiene. Es lo que en el punto anterior entendíamos por calidad: cuando empiezas a generar ideas, las primeras que se te ocurren suelen ser habituales, es decir, se le ocurren a más gente. Pero cuanto más exprimes tu pensamiento creativo, más originales son las ideas que surgen.

[2] Pensamiento Creativo.org. 26 Junio 2018. <http:pensamientocreativo/indicadores-creatividad>

c. Flexibilidad

Es la capacidad de cambiar con facilidad de un tipo de pensamiento a otro. Si cuando estás generando ideas anotas en un papel las que vayan surgiendo (no importa si son diez, veinte o cincuenta), después podrás compararlas entre sí. Si al compararlas compruebas que todas giran alrededor de la misma temática, será señal de que a tu pensamiento creativo le falta flexibilidad.

Por ejemplo, te piden idear un diseño nuevo para una taza de café. Si todas las ideas que se te ocurren giran en torno a la apariencia física de la taza o si todas giran en torno a su material, tu pensamiento no ha sido flexible. En cambio, si un diseño sirve para crear una taza que no vierta su contenido ni aunque vuelque, otro para mejorar el sabor del café y otro más para abaratar el precio, la flexibilidad de tu pensamiento ha sido máxima.

d. Curiosidad

Una persona curiosa, que quiere aprender la mayor cantidad posible de cosas sin importarle si pertenecen a su campo profesional o no, tiene más conocimientos que una persona a la que sólo le interesa aprender cosas relacionadas con su campo. Y cuantos más conocimientos guardes en tu cabeza, más recursos tendrás para usar como apoyo a la hora de generar ideas originales y asociaciones remotas.

e. Grado de elaboración

A una persona creativa le gusta crear. Es habitual que sus creaciones, aunque sólo sean simples garabatos en un papel, escritos o dibujados, contengan muchos más detalles que los de una persona con niveles bajos de creatividad.

En este punto influye también el tiempo: si estamos sometidos a alguna presión temporal, es comprensible que, por muy creativos que seamos, no tengamos todo el tiempo que nos gustaría para poner detalles.

f. Síntesis

Cuando sabemos mucho sobre un tema, es habitual que a la hora de explicárselo a otra persona nos vayamos por las ramas, repitamos cosas y lo hagamos de forma

desestructurada. En esos casos tienes que preguntarte: "¿soy capaz de explicarlo de forma más sencilla?".

La persona creativa tiene capacidad de síntesis, es decir, de explicar con pocas palabras lo que tiene en mente. La película *Alien, el octavo pasajero* fue vendida a los inversores como "*Tiburón en el espacio*". Sin más. Y ellos entendieron perfectamente. Un ejemplo claro tanto de símil como de síntesis.

g. Empatía

El pensamiento creativo implica abrirse a otros puntos de vista. Si una persona no piensa como yo, en lugar de empecinarme en tratar de convencerla de que mi punto de vista es el correcto, puedo preguntarme: "¿por qué piensa así esta persona?, ¿qué es lo que hace que piense así?, ¿y si pruebo a pensar así durante un momento?"

La empatía es la capacidad de nuestra inteligencia emocional para ponernos en los zapatos de otra persona (fíjate, otra metáfora). Cuando nos ponemos en los zapatos de otra persona, además de aumentar las probabilidades de congeniar con ella, veremos las cosas de otra forma y eso puede ayudarnos a generar ideas que bajo nuestro punto de vista estaban ocultas.

1.4.2- Otros Indicadores de creatividad. - Antes de abordar el tema de los activadores de la creatividad es importante destacar cuáles son aquellas características que nos indican que en algún producto o idea…hay creatividad. ¿Cuáles son esos indicadores? A continuación, se describen algunos de ellos.

Los autores[3] señalan una serie de factores como indicadores de la creatividad que sirven para obtener información sobre el estilo y el potencial creativo de las personas. Estos indicadores básicos suponen una valoración y comprensión del propio proceso creador, resumidos de la siguiente manera:

[3]Ricardo Marín y Saturnino de la Torre (1991) Manual de Creatividad. Aplicaciones Educativas.

a. **Originalidad:** Hace referencia a lo nuevo, único, irrepetible y auténtico.

Es un concepto que varía de significado según su contexto: Una película en versión original es aquella en el idioma en el que fue grabada, una pieza de recambio original es aquella de la misma marca que el artículo, el modelo original aquel a partir del cual se han creado copias o versiones, etc.

Se dice que una obra de arte es original cuando cumple con alguno de estos criterios:

Es novedosa de alguna manera.

Es inédita distinguiéndose de copias, falsificaciones y otras obras derivadas.

Su origen, entendido como autoría, es auténtico.

b. **Flexibilidad:** se opone a la rigidez, a la inmovilidad, a la incapacidad de modificar comportamientos y generar nuevas respuestas frente al cambio y a situaciones novedosas.

c. **Productividad o Fluidez:** Se refiere a la cantidad de respuestas y soluciones dadas por el sujeto ante una situación. Para evaluar este rasgo, los tests verbales contabilizan el número de respuestas, y los tests gráficos, el número de imágenes que la persona ha construido.

d. **Elaboración:** Tiene relación con el proceso y organización de la información, valorándose positivamente la capacidad de las personas para expresarse con la mayor precisión posible.

e. **Síntesis:** Relacionado con la capacidad de elaborar esquemas, organizar la información y extraer los rasgos más valiosos.

f. **Apertura mental:** Hace referencia a la posibilidad que tiene la persona para afrontar retos y obstáculos y resolverlos, buscando la mayor cantidad de alternativas posibles.

g. **Comunicación:** Es la capacidad de transmitir y compartir mensajes, productos y descubrimientos con otras personas.

h. **Sensibilidad para los problemas:** Empatía para percibir y descubrir situaciones difíciles y problemáticas. Cada persona trata de encontrar la mejor solución posible.

A estos indicadores[4], puede adicionarle los siguientes:

i. **Expresión:** La capacidad de sacar de adentro, con fuerza (del lat. exprimiere, ex – presión) Es un rasgo fundamental para indicar la creatividad. A mayor capacidad de expresión, mayor posibilidad del individuo para liberarse de ataduras y romper esquemas y estereotipos inhibidores de la creatividad.

j. **Sentido del Humor:** La ocurrencia, el chiste, la risa, la alegría; son factores fundamentales para activar y mantener la creatividad. Difícilmente vemos seres creativos cargados de aburrimiento, apesadumbrados. La luz de la creatividad acaba con muchas sombras.

k. **El Factor Sorpresa:** La persona creativa con frecuencia nos sorprende con algo fuera de lógica o inventado del acto mismo de los acontecimientos. Muchos cómicos y humoristas como Chaplin, son fieles representantes de este indicador de creatividad. Quien nos sorprende… ¡Nos despierta de lo cotidiano!

[4] Paz (2004).Como medir la Creatividad y la Innovación

1.4.3- Mitos y Realidades de la Creatividad.[5]

MITO	REALIDAD
La creatividad no existe más que en los genios	Todo ser humano dispone de una cuota de creatividad potencial(genética) al nacer, que se puede desarrollar a partir del entorno cultural.
La creatividad no puede ser enseñada.	Cualquier ser humano puede aprender a innovar por desarrollo sistemático de su creatividad potencial.
La creatividad se desarrolla por si sola en un ambiente estimulante	Es necesario cultivar la creatividad, capacitándose adecuadamente.
La creatividad es un proceso aleatorio	El azar favorece solo a los espíritus preparados (Pasteur).
La creatividad es independiente de la inteligencia	La Creatividad es una forma de inteligencia.
La creatividad se produce primordialmente por los subconscientes.	La creatividad se produce primordialmente por procesos conscientes deliberados.
La creatividad de ideas emitidas lleva a la calidad de ideas innovadoras	La calidad de la creatividad potencial, adecuadamente cultivada, lleva a la calidad en ideas innovadoras.
La creatividad necesita solamente la frescura intuitiva de la inocencia.	La creatividad se nutre de la experiencia en creatividad encontramos el binomio de la inocencia con la experiencia.
La creatividad, como la inteligencia, resulta de procesos de adaptación al medio.	La creatividad resulta fundamentalmente de procesos de adaptación intelectual al medio.
La verdadera creatividad es artística, bohemia y rebelde.	La verdadera creatividad es científica, disciplinada y sistemática.

[5] Shira P White.(2004).Nuevas Ideas sobre Nuevas Ideas.

1.4.4.- Componentes para generar Ideas Creativas[6]

COMPONENTES	ELEMENTOS
SER UN EXPERTO **INCLUYE:** Todo lo que una persona sabe y puede hacer en su área dominante.	• CONOCIMIENTOS • HABILIDADES, TECNICAS REQUERIDAS • TALENTO
HABILIDADES CREATIVAS **INCLUYE:** Estilos de pensamiento y estilos de trabajo, formas de ir hacia el mundo.	• UN ACERCAMIENTO COGNOSCITIVO FLEXIBLE • ESTILO PERSISTENTE Y ENERGICO EN EL TRABAJO. • ORIENTADO A LA INDEPENDENCIA Y A LA TOMA DE RIESGO
TAREAS U OBJETOS CON MOTIVACION INTRINSECA La persona será más creativa cuando se sienta motivada por el interés, el gozo, la satisfacción, el reto que representa el trabajo mismo, y no por presiones externas	• SIMPATIA O AVERSIONPOR EL TRABAJO • PRESENCIA O AUSENCIA DE PRESIONES FUERTES EXTERNAS.

[6] Alejandro Schnarch Kirberg.(2008). Creatividad Aplicada

1.5.- Concepto de Innovación.

a. **Concepto[7]:** Innovación es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino, por ejemplo, introducirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello.

La innovación exige la conciencia y el equilibrio para transportar las ideas, del campo imaginario o ficticio, al campo de las realizaciones e implementaciones. Innovar proviene del latín *innovare*, que significa acto o efecto de innovar, tornarse nuevo o renovar, introducir una novedad. La innovación es la creación e implantación de una novedad en un entorno específico con el fin de generar cualquier beneficio.

La importancia de la innovación se establece en que permite a las organizaciones y/o empresas, conquistar nuevos mercados, aumentar la productividad, y mejorar la competitividad. LA IMPORTANCIA DE INNOVAR Hoy día, ser competitivo sólo es posible de una manera sostenible con una alta productividad, ya que diferencias en coste de capital, materias primas, energía y transporte ya no son decisivos.

b.- ¿Cómo medir los procesos innovativos?

La misión principal de las encuestas de innovación es la de reunir un conjunto de datos e información respecto de las conductas y las estrategias innovativas de las firmas y de los procesos de innovación en general, tal que sea posible construir un conjunto de indicadores capaces de satisfacer, a la vez, las condiciones de pertinencia, confiabilidad y comparabilidad que se les exige.

- **La pertinencia:** Alude a la capacidad de los indicadores de proporcionar a los usuarios (empresas, investigadores y responsables de la formulación de políticas) los elementos de juicio que éstos requieren para analizar el presente, prever el futuro y, consecuentemente, definir, revisar y evaluar sus estrategias y líneas de acción en relación con los procesos de innovación. Al respecto, es central la composición o conformación del set de indicadores a construir, el que debe ser elegido antes de

[7] Edward B. Roberts.(1996). Gestión de la Innovación Tecnológica

comenzar con el diseño del formulario de encuesta y con la preparación del trabajo de campo. En otras palabras, los indicadores que se espera estar en condiciones de elaborar definen las variables a relevar y determinan las características y las modalidades del ejercicio a llevar a cabo.

- **La confiabilidad**: Está asociada a la calidad de los indicadores, lo que otorga la máxima importancia a los métodos y procedimientos que se empleen en el relevamiento de la información y en su procesamiento posterior.

- **Comparabilidad**: esta es una condición ineludible para el aprovechamiento de los indicadores en la medida que estos procesos se analizan relacionando unos con otros, cotejando trayectorias, esfuerzos y resultados. Como las comparaciones suelen también ser realizadas con respecto a un mismo objeto de atención (país, sector, tipo de empresa, etc.) entre dos puntos en el tiempo, es importante, en este sentido cuidar la comparabilidad de los indicadores elaborados a partir de sucesivos ejercicios de medición. Los requerimientos de comparabilidad involucran, como se ve, tanto a los aspectos relativos a la composición del conjunto de indicadores a construir como a los procedimientos para la obtención de la información de tal manera que dos indicadores con un mismo nombre o designación estén reflejando procesos o características efectivamente semejantes

c.- La importancia de Innovar.

Existe una relación positiva entre indicadores de la innovación y la productividad. Por tanto, resulta más fácil demostrar que una innovación deficiente origina una baja productividad y una pérdida del valor económico. La Importancia de Innovar es fundamental evitar las consecuencias secundarias de una innovación deficiente, como son una espiral negativa de desmotivación, baja productividad, pesimismo, depresión, etc. La innovación introduce optimismo e ilusión en la compañía, logra la alineación de objetivos y forma equipos eficaces.

d.- Tipos de innovación.

Las empresas incorporan la innovación de formas muy diversas, pudiendo hacerlo para obtener una mayor calidad en sus productos o servicios, disminuir costes,

ofrecer una mayor gama de productos o servicios, o ser más rápidas en su introducción en el mercado.

El establecimiento de tipologías de innovación ha atraído el interés de numerosos estudiosos e investigadores, cuyos trabajos han conducido a diferentes clasificaciones, entre las que destacamos dos: Aquella que utiliza como criterio clasificatorio el grado de novedad de la innovación, y La que atiende a su naturaleza.

- **Factibilidad.** Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. .
  El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas diferentes tipos de factibilidades .
  Los tipos de factibilidades básicamente son:

  * Factibilidad técnica: si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema. ¿Existe la tecnología apropiada? ¿podemos acceder a esta? ¿mejora .el sistema actual? .

  * Factibilidad económica: relación beneficio costo de hacer el sistema. Se responden preguntas como ¿Vale la inversión el desarrollo de este sistema? ¿hay algún beneficio? ¿cuáles son los costos de cada etapa? ¿cuánto tardará en desarrollarse? .

  * Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización. Se responden preguntas como ¿la organización puede sostener el sistema? ¿cómo funcionará tras implementarse? ¿es realmente necesario al sistema? ¿contamos con personal que sepa manejarlo?
  Para cada solución factible se presenta una planificación preliminar de su implementación.
  Estos resultados se entregan a la gerencia, quienes son los que aprueban o no la realización del sistema informático .

El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar.

e.-Grado de novedad de la innovación.

- **Innovación Incremental**. Se trata de pequeños cambios dirigidos a incrementar la funcionalidad y las prestaciones de la empresa que, si bien aisladamente son poco significativas, cuando se suceden continuamente de forma acumulativa pueden constituir una base permanente de progreso. Así, se observa cómo el crecimiento y el éxito experimentado por las empresas automotrices en los últimos tiempos responde, en gran parte, a programas a largo plazo caracterizados por una sistemática y continua mejora en el diseño de productos y procesos.

- **Innovación radical**. Implica una ruptura con lo ya establecido. Son innovaciones que crean nuevos productos o procesos que no pueden entenderse como una evolución natural de los ya existentes. Aunque no se distribuyen uniformemente en el tiempo como las innovaciones incrementales, si surgen con cierta frecuencia. Se trata de situaciones en las que la utilización de un principio científico nuevo provoca la ruptura real con las tecnologías anteriores (Un ejemplo puede ser la máquina de vapor o el microprocesador).

f.- Naturaleza de la innovación.

- **Innovación tecnológica.** Surge tras la utilización de la tecnología como medio para introducir un cambio en la empresa. Este tipo de innovación tradicionalmente se ha venido asociando a cambios en los aspectos más directamente relacionados con los medios de producción. La tecnología puede ser creada por la propia empresa o adquirida a cualquier suministrador, público o privado, nacional o extranjero. El único agente imprescindible para que exista innovación tecnológica es la empresa, ya que es la responsable de su utilización para introducir el cambio.

. **Innovación Comercial.** Aparece como resultado del cambio de cualquiera de las diversas variables del marketing. El éxito comercial de un nuevo producto o servicio esencialmente depende de la superioridad del mismo sobre

los restantes y del conocimiento del mercado y la eficacia del marketing desarrollado al efecto. Entre las innovaciones de dominio comercial destacan: nuevos medios de promoción de ventas, nuevas combinaciones estética-funcionalidad, nuevos sistemas de distribución y nuevas formas de comercialización de bienes y servicios.

- **Innovación organizativa.** En este caso el cambio ocurre en la dirección y organización bajo la cual se desarrolla la actividad productiva y comercial de la empresa. Es un tipo de innovación que, entre otras cosas, posibilita un mayor acceso al conocimiento y un mejor aprovechamiento de los recursos materiales y financieros. Entre las innovaciones organizativas de posible aplicación en la empresa distinguimos dos: las que actúan a un nivel externo y las que lo hacen a un nivel interno.

g.-Gestión de la innovación

La clave del éxito de una innovación no reside tanto en disponer de la tecnología como de la dirección del proceso de cambio tecnológico. Porque la verdadera ventaja que la empresa posee es su capacidad para reconocer señales del entorno que le alerten sobre amenazas y oportunidades, interpretar estas señales y definir una estrategia, adquirir o generar los conocimientos y recursos tecnológicos que necesite, implementar la tecnología elegida para aplicar el cambio y, finalmente, aprender de esta experiencia. La gestión de la innovación, al definir el modo en que todas estas actividades se integran, se convierte así en un instrumento directivo de primera magnitud, capaz de contribuir substancialmente al éxito y al desarrollo de la empresa.

La gestión de la innovación puede definirse como "la organización y dirección de los recursos, tanto humanos como económicos, con el fin de aumentar la creación de nuevos conocimientos, la generación de ideas técnicas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los ya existentes y, la transferencia de esas mismas ideas a las fases de fabricación, distribución y uso"

h.- Elementos claves de gestión de la innovación.

El inconveniente que afronta la gestión de la innovación es que la organización perdure en el mercado de modo que se debe crear estrategias para que permanezca en un estado continuo de cambio y, para poder hacerlo, la empresa debe:

- Focalizar la atención y los esfuerzos en alguna estrategia concreta para la mejora del negocio, o para dar una solución específica a un problema. Incluso las organizaciones mejor dotadas de recursos no pueden plantearse abarcar todas las oportunidades de innovación que ofrece el entorno, y debe seleccionar aquellas que en mayor medida puedan contribuir al mantenimiento y mejora de su competitividad en el mercado.

• Capacitar la estrategia que se haya elegido, dedicando los recursos necesarios para ponerla en práctica. Esta capacitación puede implicar sencillamente la compra directa de una tecnología, la explotación de los resultados de una investigación existente, o bien realizar una costosa búsqueda para encontrar los recursos apropiados .

• Implantar la innovación, partiendo de la idea y siguiendo las distintas fases de su desarrollo hasta su lanzamiento final como un nuevo producto o servicio en el mercado, o como un nuevo proceso o método dentro de la organización. • Aprender de la experiencia, lo que supone reflexionar sobre los elementos anteriores y revisar experiencias tanto de éxito como de fracaso.

i.- Recomendaciones para adoptar una innovación tecnológica con éxito.

Primero, es necesario evaluar la viabilidad de los proyectos. Para ello, hay que analizar con detalle los factores de riesgo y contar con los recursos necesarios para controlarlos. Un equipo mixto de técnicos y usuarios debe supervisar todas las etapas, que deben ser cortas y responder a objetivos concretos. La evaluación del progreso de cada etapa debería correr a cargo de personas desvinculadas del proyecto.

Segundo, un proyecto de implantación de tipo tecnológico debe tener el apoyo de la dirección general. Ésta debe proporcionar normas formales, regulaciones, roles y recompensas, así como redes y valores informales para integrar la tecnología en el negocio. Los altos mandos deben ser conscientes de que sólo podrán reescribir las normas de la industria si son capaces de reescribir las normas de su organización .

Tercero, hay que asegurar un uso adecuado de la tecnología para explotar todos sus beneficios. La medición constante del progreso del proyecto es esencial no sólo para controlar los gastos y el tiempo. También es necesaria para hacer explícito el avance del proyecto y mantener elevada la moral del equipo.

j.- Relación entre innovación y mejora continua.

Las empresas pueden basar sus proyectos innovadores en la adopción de pequeños cambios progresivos en la organización o en el desarrollo de proyectos de más ambiciosos Los constantes cambios en el mercado obligan a las empresas a adaptarse a las nuevas necesidades y demandas de los clientes desarrollando proyectos de innovación. Sin embargo, ser una empresa innovadora no implica la obligación de desarrollar enormes proyectos de I+D. .

Así, la innovación en la empresa puede adoptar dos formas: mejora continua o cambio radical. La mejora continua se basa en la adopción de pequeños cambios en la organización como la evolución de un producto con nuevos ingredientes o materiales, la optimización del servicio de atención al cliente con personal más calificado o durante más horas, el perfeccionamiento del envasado o la distribución, etc. La adopción de sistemas de gestión de la calidad en la organización es un ejemplo de mejora continua general en la organización

Por el contrario, la producción de un artículo nuevo, el desarrollo de una tecnología novedosa o la prestación de un servicio inédito son ejemplos de innovación radical. Mientras que la innovación incremental se basa en la mejora de un producto o servicio ya establecido o en el desarrollo de otros nuevos por medio de los conocimientos previamente existentes en la organización, el cambio radical suele implicar una transformación más drástica de los artículos o servicios ofrecidos.

k.- Importancia de La Investigación y La Innovación Tecnológica

La investigación y la innovación tecnológica poseen un valor estratégico económico y son fundamentales para el desarrollo integral del país. La globalización ha motivado el incremento de inversión en Investigación y Desarrollo. De tal forma que, los parámetros que caracterizan la gestión de empresas, como: mercado, liderazgo y dirección; desarrollo de personal, conocimiento, planeamiento y control; administración y mejora de productos, procesos, equipos; articulación, solidez empresarial, impacto en la sociedad, efectividad y valor agregado; están orientados por el mejoramiento de los productos y procesos, la mejora continua de la calidad, y la gestión de la innovación.

Así, la dinámica empresarial ha tenido que adaptarse a los actuales escenarios y adoptar la estrategia del conocimiento; puesto que han surgido diversas oportunidades y desarrollo de nuevos mercados, regulaciones y normas que obligan a cambiar las estrategias.

La innovación tecnológica es un proceso de generación de ideas (invención) que se implantan con algún valor agregado (conversión de la idea en una aplicación útil a la sociedad o desarrollo comercial). Este proceso tiene múltiples estadios dependientes del conocimiento de las necesidades de los clientes, de las actividades de los competidores y de los ciclos de retroalimentación en las distintas etapas, que constituyen la esencia de la innovación.

Además, las empresas, para asegurar su permanencia en el mercado, deben desarrollar capacidades de gestión tecnológica y de proyectos; generar un sistema de exploración tecnológica, de investigación y desarrollo; así como, impulsar nuevas formas de vinculación entre el sector productivo, académico y de gobierno.

Hoy, la mejor forma de incrementar la competitividad es a través de la innovación. Y puesto que, la innovación tecnológica es una de las principales fuentes de subsistencia de las empresas, la empresa que no innova, deja de vender sus productos en pocos años.

Cabe señalar que, la habilidad de absorber tecnología, de usarla eficientemente y hasta de crearla, no depende solamente de las decisiones internas de las empresas, sino también del nivel de disponibilidad y calidad de la infraestructura tecnológica y de financiamiento del país. Esta infraestructura para la innovación productiva se está construyendo con los Parques Tecnológicos y el establecimiento de Redes de Gestión Empresarial y Servicios Tecnológicos entre empresas, instituciones de educación superior y centros de investigación.

1.6.- Concepto de Competitividad.

Concepto[8]: Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad.

Las ocho variables de análisis de la competitividad son:

· **Apertura:** mide la profundidad de la integración de una nación a la economía global en términos de su orientación exportadora y del grado de libertad con que se manejan el comercio y la inversión extranjera.

· **Desempeño del gobierno:** evalúa el papel de los mercados de capital como facilitadores del consumo y el ahorro en el tiempo, el comportamiento del ¿Cómo medir la competitividad? 19 ahorro y la eficacia y eficiencia de los intermediarios financieros en proveer recursos a la inversión productiva.

· **Infraestructura:** mide la cantidad y la calidad del sistema de transportes, de la red de telecomunicaciones, de la generación y distribución de energía eléctrica, de las facilidades portuarias y de almacenaje y de toda la infraestructura física que puede afectar, positiva o negativamente, la productividad de la inversión privada.

· **Tecnología:** evalúa la intensidad de la investigación y el desarrollo, el nivel general de la tecnología y la calidad del acervo de conocimiento tecnológico a disposición de los inversionistas.

· **Gestión gerencial:** mide la calidad de los recursos gerenciales, de las estrategias competitivas, del desarrollo de productos, del control de calidad, de los recursos humanos y del mercado en el ámbito de la empresa privada.

· **Mercado laboral**: evalúa, en primer lugar, la eficiencia real y potencial de los recursos humanos y, en segundo lugar, la flexibilidad de los mercados de trabajo. · Calidad de las instituciones: mide la confiabilidad de las instituciones legales y sociales que fundamentan una economía de mercado, la competencia, el imperio de la ley y la protección de los derechos sobre la propiedad".

[8] Haidar,J.I.(2012) "Impact of Business Regulatory Reforms on Economic Gwowth"

1.7.- La Calidad de la Investigación.

La calidad en Investigación[9] concierne a la calidad de los métodos empleados por los investigadores para obtener sus resultados. Promover la calidad en investigación es tratar de mejorar de forma continua las prácticas de investigación de forma que permitan: garantizar los resultados y productos de la investigación y asegurar la trazabilidad de los procesos y actividades de investigación.

a. ¿De qué trata la calidad en investigación?

La calidad en investigación concierne a la calidad de los métodos empleados por los investigadores para obtener sus resultados. Promover la calidad en investigación es tratar de mejorar de forma continua las prácticas de investigación de forma que permitan:

- Garantizar los resultados y productos de la investigación
- Asegurar la trazabilidad de los procesos y actividades de investigación

No trata de la calidad DE la investigación, pues ésta se evalúa por "pares" en los campos de investigación de cada área científica.

Los métodos e instrumentos de gestión de calidad en investigación facilitan la puesta en marcha de buenas prácticas: científicas y de investigación, que finalmente de forma indirecta concurren en mejorar la calidad de los resultados de la investigación.

Los métodos e instrumentos de gestión de calidad en investigación se deben extender también a los procesos de apoyo y de gestión. La calidad en investigación de un Centro de Investigación afecta, en primer lugar, a los grupos de investigación que experimentan y manipulan, y analizan y miden., pero también concierne a los servicios de administración y gestión que deben proveer a los grupos de los apoyos y servicios necesarios para que realicen su actividad.

[9] Las ideas principales de este artículo están tomadas de "Les enjeux de la qualité en recherche", de Vincent Dollé, Chargé de Francia.(2016)

b.-¿Por qué debe promoverse la Calidad en Investigación?

En principio, la puesta en marcha de acciones de calidad en los grupos de investigación es en la mayor parte de los casos voluntaria. Por tanto, deben percibirse por tanto los beneficios que pueden esperarse y lograrse, y deben compensar la inversión en tiempo y otros medios consagrada a la calidad EN investigación.

c.-. Beneficios esperados

Los beneficios esperados, se resumen a continuación:

- ***Proporcionar un marco general de acción para la investigación ganando tiempo para la creatividad***

  En el proceso de investigación y de generación de conocimiento la creatividad es esencial. La creatividad es, de hecho, una de las características más propias y destacadas de la investigación. Se suele admitir que en los procesos de investigación, el 20% del tiempo se dedica a actividades innovadoras y creativas y el 80% a actividades rutinarias.

  Si para este último tipo de actividades más clásicas y repetitivas se implantan métodos de gestión de calidad adaptados a la investigación, (P.Ej.: procedimientos para realización de medidas o ensayos bien definidos e implantados, ó para archivo y tratamiento de la documentación, etc), se podrá ganar tiempo para la reflexión y la innovación en la investigación.

- ***Ofrecer garantías y dar confianza***

  Los grupos de investigación que mejoran la trazabilidad de sus actividades y la fiabilidad de sus resultados, o que, llegado el momento, acaban obteniendo marcas de calidad referidas a normas reconocidas:

  Pueden ofrecer más fácilmente garantías de sus resultados y dar confianza a quienes los utilizan van adquiriendo una reputación de "*calidad*" tanto mayor cuanto más se implanten sistemas y herramientas de calidad que puedan ser verificadas por entidades externas.

d. Responder mejor a las demandas de socios y destinatarios de la investigación

Organizarse para conocer mejor la demanda de los destinatarios y utilizadores finales de los resultados de investigación (es decir los "clientes"), es aumentar la capacidad de satisfacer sus expectativas. Es importante no olvidar que además de la comunidad científica y la sociedad en general, son "*clientes*" (y tanto o más principales):

- Los financiadores: públicos o privados en sus diferentes modalidades
- Los grupos de investigación con los que se colabora
- Los clientes internos

Las herramientas de calidad pueden diseñarse para tener más específicamente en cuenta sus demandas y, así, satisfacerlas mejor a lo largo de todo el proceso de I+D. De esta forma, a través del empleo de buenas prácticas y de la solidez de los métodos empleados se puede conseguir finalmente una mejor calidad de los resultados obtenidos.

e. Mejorar la eficacia económica en un entorno de competencia

- ***Mejora de la posición competitiva***

La obtención de recursos económicos para realizar nuevos proyectos o líneas de investigación se produce en una situación de cada vez mayor concurrencia competitiva, de, cada vez, más competencia, tanto en los que se refiere a la obtención de fondos públicos como privados. En este contexto los grupos que por sus buenas prácticas de investigación y de laboratorio aumenten:

Las garantías en la fiabilidad de sus resultados

La seguridad de la buena gestión de los medios que les son confiados y del cumplimiento de los plazos establecidos

- ***Disminución de los costes de no calidad***

En el mundo industrial los costes asociados a no calidad pueden llegar a alcanzar, e incluso superar, el 20% de la facturación de las empresas. La "*no calidad*" en investigación también existe. Por ejemplo:

Muestras mal etiquetadas o de origen dudoso que se convierten en no utilizables

Instrumentos de medida mal mantenidos o no calibrados pueden descalificar y hacer volver a realizar una serie de medidas

Medios de cultivo defectuosos que implican la no validez de un ensayo

Ficheros de bases de datos mal almacenados que pueden dar lugar a volver a realizar nuevas campañas de observaciones, etc.

Incidentes como los mencionados, fruto de la "*no calidad*" en la investigación, tienen como consecuencia importantes costes en términos:

Financieros: despilfarro, cierre de líneas de investigación...

Temporales: retrasos, incumplimiento de plazos...

Que disminuyen la credibilidad y la eficacia de los grupos de investigación y de los organismos a los que pertenecen. Las utilizaciones de técnicas de calidad en investigación pueden, sin duda, contribuir a disminuir los costes de "*no calidad*" en investigación.

f. Capitalizar los resultados y mejorar la gestión del conocimiento

Una parte muy importante de la capacidad de I+D de un equipo está constituida por la de los investigadores temporales. Los doctorandos, postdoctorales, investigadores en intercambio., etc. contribuyen, de forma importante, con su trabajo a la producción científica del equipo de acogida.

Existen a este respecto, por una parte, unos periodos transitorios de acogida en que se deben preparar de forma adecuada la introducción e integración de estos miembros temporales en la organización. Los equipos de investigación que a través de un empeño en calidad formalizan de forma correcta los procesos de acogida, a través de sistemas claros que introduzcan a los nuevos miembros en cuestiones tales como:

- Procedimientos para los ensayos y medidas más habituales
- Procedimientos de utilización de equipos

- Procedimientos de manipulación de muestras y productos
- Condiciones de seguridad del laboratorio
- Archivo de la documentación. etc.

Están en condiciones de reducir el tiempo de aprendizaje e integración y ganarlo para la realización de investigación efectiva por parte de los investigadores temporales y de todo el grupo de investigación.

g. Mejorar la competitividad científica

Si las buenas prácticas de investigación y de laboratorio ayudan a seleccionar los métodos más adecuados, gestionar mejor los equipos y los recursos científicos y obtener una fiabilidad mayor de los resultados, todo ello contribuirá de forma global a la mejora de la competitividad científica del equipo de investigación disminuyendo los riesgos.

Gestionar correctamente la trazabilidad de muestras, productos y actividades de investigación son además elementos que permiten poner en valor más fácilmente los resultados obtenidos y garantizar la propiedad intelectual de los trabajos realizados.

h. Producir información y conocimientos científicos fiables

Para hacer frente a las necesidades crecientes de información y a las nuevas preocupaciones de la sociedad, asociadas frecuentemente a los nuevos riesgos en áreas en que la evolución de los conocimientos es muy rápida, resulta indispensable movilizar las competencias y los conocimientos científicos para poder alimentar los debates en un clima de confianza.

Los debates, sobre las relaciones entre ciencia y sociedad, realizados a partir de estereotipos, tópicos, "*impresiones*" y "*miedos*" dan lugar a situaciones de desconfianza. Estos debates deben poder establecerse a partir de conocimientos científicos fiables que permitan a los investigadores informar y rendir cuentas.

i. Facilitar el trabajo en red, los intercambios y el diálogo entre grupos de investigación.

En la actualidad una gran parte de las actividades de investigación se organiza mediante proyectos realizados en red en el que participan investigadores de distintas instituciones que movilizan competencias y utilizan recursos complementarios.

En este tipo de proyectos los objetivos deben estar bien definidos, los resultados obtenidos se revisan a intervalos periódicos y se trabaja con presupuestos fijos y negociados. Cuando los equipos de investigación de estos proyectos realizados en red:

- respetan las mismas prácticas y métodos de investigación.
- hablan el mismo lenguaje, proveniente de la utilización de herramientas de calidad comunes, el diálogo y los intercambios de información se ven facilitados.

Cuando en el seno de estas unidades de investigación en red formada por investigadores de equipos e instituciones diferentes se adopta un enfoque común de gestión de calidad en investigación, se produce un factor de cohesión al utilizar prácticas, procedimientos y metodologías comunes de cara a obtener objetivos, también, comunes.

Lo anterior facilita, asimismo, una mejor y mas eficaz utilización de equipamientos y plataformas tecnológicas, ya que se realiza según procedimientos comunes que son explícitos, conocidos, respetados y realizados por todos.

1.8.- Concepto de Rubrica.

1.8.1.¿Qué es una rúbrica? ¿Por qué y cómo se utiliza?

Una rúbrica es un instrumento cuya principal finalidad es compartir los criterios de realización de las tareas de aprendizaje y de evaluación con los estudiantes y entre el profesorado. La rúbrica, como guía u hoja de ruta de las tareas, muestra las expectativas que alumnado y profesorado tienen y comparten sobre una actividad o varias actividades, organizadas en diferentes niveles de cumplimiento: desde el menos aceptable hasta la resolución ejemplar, desde lo considerado como insuficiente hasta lo excelente.

La rúbrica tiene sus orígenes en escalas de medida4 utilizadas en los campos de la psicología y de la educación, donde se relaciona un objeto cualitativo (por ejemplo, un texto) con objetos cuantitativos (por ejemplo, unas unidades métricas).

Así, las rúbricas se pueden aplicar en todos los niveles y ámbitos educativos: desde la utilización solo de símbolos en etapas de prelectura hasta la evaluación, por ejemplo, de una tesis doctoral o de un proyecto de innovación.

La rúbrica es un potente instrumento para la evaluación de cualquier tipo de tarea, pero hay que destacar especialmente su valor para evaluar tareas auténticas, tareas de la vida real. En este sentido, se manifiesta como un instrumento idóneo para evaluar competencias, pues permite diseccionar las tareas complejas que conforman una competencia en tareas más simples distribuidas de forma gradual y operativa. La rúbrica muestra expectativas de alcanzar las diferentes actividades con relación a los distintos grados de consecución. Esto facilita que el estudiante sea consciente de hasta dónde llegan sus aprendizajes y cuál es el máximo nivel deseable

Es un instrumento que, desde un principio y durante todo el proceso, permite compartir los criterios que se aplicarán para evaluar el progreso en un marco de evaluación formativa y continuada. Reduce la subjetividad de la evaluación y facilita que distinto profesorado de una misma asignatura se coordine y comparta los criterios de evaluación. Permite al estudiante monitorizar la propia actividad, autoevaluándose y favoreciendo la responsabilidad ante los aprendizajes.

El uso de la rúbrica facilita un feedback casi inmediato, puesto que permite acortar sustancialmente el tiempo de retorno al ofrecer unos resultados cuantitativos y cualitativos basados en estándares conocidos previamente al desarrollo de la tarea. 11 El proceso de elaboración de la rúbrica obliga al profesorado a reflexionar profundamente sobre cómo quiere enseñar y cómo lo va a evaluar. Por eso, la rúbrica puede llegar a ser un potente motor de cambio metodológico.[10]

[10] cuaderno 26. rúbricas para la evaluación de competencias.

2.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Antecedente Investigativo N° 1

Martin Larry Rosado Linares (1994). "CARACTERISTICAS DEL DISEÑO METODOLOGICO DE LAS TESIS DE PREGRADO EN EL PROGRAMA PROFESIONAL DE ODONTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTAMARIA DE AREQUIPA 1984-1993".

Esta investigación asume el análisis metodológico, taxonómico y organizativo del diseño investigativo de las tesis de Pregrado del programa de Odontología de la Universidad Católica de Santa María 1984-1993.

Para este menester se ha elegido una muestra estratificada por años, conformada por 143 tesis, a partir de un universo de 616 tesis, con un margen de error del 5%, un a confiabilidad del 95,5% y una probabilidad del 50%.

Los datos recolectados luego procesados y analizados han mostrado en lo que respecta a estructura, el planteamiento teórico y la recolección mayormente incompleta, por la falta mayoritaria de las variables en el primero y el no explicitación predominante de ámbito de la recolección en el segundo. El planteamiento operacional y los resultados, aunque frecuentemente completos han revelado en otros casos algunas deficiencias referidas fundamentalmente al no explicitación el instrumento y la omisión de respuestas respectivamente.

La coherencia global ha sido predominante media estricta, siendo más frecuente en tesis sustentadas en el año de 1990. Aunque se ha percibido un incremento en la frecuencia de tesis con alta coherencia global hacia el año de 1993.

Así mismo se ha visualizado algún progreso evolutivo en el manejo de los esquemas investigativos en lo que respecta a coherencia y ordenamiento lógico, generando 7 diseños básicos A, B, C, D, E, F y G; Y 4 subdiseños CH, CVH, DH y DVH, establecidos en orden jerárquico acorde a su calidad metodológica. Así los diseños más evolucionados (A y B); han sido los más actuales asumidos mayormente por investigaciones periodontales cuasi experimentales, relacionales de campo, con fines mayormente de titulación.

Antecedente Investigativo N° 2

Rosario Margarita Santos Rodas (2004). APLICACIÓN DE UN DISEÑO METODOLÓGICO BASADO EN EL APRENDIZAJE ACTIVO Y EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, PARA LA ENSEÑANZA DE LA ELECTROQUÍMICA Y SUS APLICACIONES EN EL NIVEL SECUNDARIO. Tesis presentada por: ROSARIO MARGARITA SANTOS RODAS para optar el grado académico de: MAGISTER EN LA ENSEÑANZA DE LA QUÍMICA. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU. LIMA 2004

La presente investigación tiene como objetivo general determinar la efectividad de un diseño metodológico, de estructura modular, elaborado utilizando recursos informáticos basados en el aprendizaje activo y el uso de las tecnologías de información y comunicación, para la enseñanza de la electroquímica y sus aplicaciones en alumnas del 3° grado del nivel secundario. El desarrollo de la presente investigación se divide en tres partes: La primera parte consistió en la elaboración del material de enseñanza, los instrumentos de evaluación y la selección de los grupos de estudio. Con respecto al material de enseñanza se diseñaron tres módulos de aprendizaje elaborados en power point. Los instrumentos de evaluación fueron cinco fichas de aplicación, dos encuestas y una guía de laboratorio. Para la selección de los grupos de estudio, se escogieron dos secciones de un total de nueve, del primer turno del Colegio Nacional "María Parado de Bellido". La segunda parte consistió en la implementación de metodologías activas utilizando como medio de enseñanza-aprendizaje la estructura modular la cual tuvo como objetivo estimular en las alumnas la utilización de sus inteligencias múltiples. Finalmente en la tercera parte se analizan los resultados obtenidos. Para el caso de las encuestas aplicadas, se usó una estadística descriptiva. Con respecto a las fichas de aplicación y la práctica de laboratorio se utilizó una estadística inferencial utilizando como método estadístico la prueba t, alcanzando los siguientes resultados: • El diseño de estructura modular logró estimular las inteligencias múltiples en las alumnas. • Las alumnas incrementaron sus aprendizajes significativos en los temas tratados, además lograron incrementar valores tales como la tolerancia, solidaridad, responsabilidad y a valorar los aportes de los miembros del grupo.

Antecedente Investigativo N° 3

a.- Autor.

Hernan Elmer Pauro Asillo (2007) INFLUENCIA DE LA CAPACIDAD CREATIVA EN LA VISION EMPRESARIAL DE LOS ALUMNOS DE LA MAESTRIA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS, DE LA ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD CATOLICA SANTA MARIA, AREQUIPA 2007.

Se empleó la técnica del cuestionario y como instrumento un formulario de preguntas. Así mismo la investigación de campo se realizó en la escuela de Postgrado de la Universidad Católica de Santa María, el público objetivo de la investigación fue integrado por los alumnos del postgrado de administración de negocios, considerando el universo toral que está conformado por catorce personas.

La información recogida fue procesada estadísticamente en diecinueve cuadros los que reflejan los resultados obtenidos en el formulario de preguntas cuyo análisis e interpretación han permitido llegar a conclusiones que conllevan a afirmar que nuestra hipótesis planteada ha sido comprobada parcialmente.

Finalmente presentamos sugerencias que puedan facilitar soluciones prácticas al investigado.

CAPITULO II METODOLOGÍA

2.1.- TÉCNICA E INSTRUMENTOS

Técnicas.

Para la recolección de datos se utilizará la técnica de Ficha de Evaluación

Instrumento.

Se utilizará una Rúbrica para la evaluación de los Proyectos de inversión, y una Rúbrica para Evaluar la Creatividad, la Innovación y la Competitividad.

VARIABLE E INDICADORES

Variable	Indicadores	Subindicadores	Técnica Instrumento	Ítem
Calidad de los Proyectos de Inversión	**1.- Estructura del Documento**	**Definición del Proyecto** • Nombre del Proyecto. • Justificación del Proyecto. • Objetivos del Proyecto.	Ficha de Evaluación Rubrica	1 2 3
		Estudio de Mercado • Análisis de la demanda. • Análisis de la Competencia. • Análisis de la Comercialización.		4 5 6
		Estudio técnico • Proceso y Tecnología. • Localización del Proyecto.		7 8
		Estudio de la Organización • Puestos de Trabajo. • Funciones y Responsabilidades. • Organigrama Funcional • Visión y Misión de la Empresa. • Diagrama de Gantt.		9 10 11 12 13
		Estudio Ambiental • Contaminación Acústica y Polución del aire. • Impactos Estéticos y Paisajísticos • Tratamiento de Desechos y Residuos.		14 15 16
		Estudio de la Inversión • Inversión Total.		17
		Presupuesto del Proyecto • Venta del Bien/Servicio Principal. • Venta de Subproductos o Desechos. • Costo de Producción Proyectado. • Presupuesto de Gastos de Ventas. • Presupuesto de Gastos de Administración. • Costo Unitario de Producción		18 19 20 21 22 23
		Estudio del Financiamiento • Alternativas de Financiamiento. • Condiciones Generales de las fuentes de financiamiento. • Servicio de la deuda.		24 25 26

		Evaluación Económica y Financiera • Flujo de Caja Proyectado. • Indicadores y Criterios de Evaluación.	Ficha de Evaluación Rubrica	27 28
	2.- Creatividad	• Originalidad		1
		• Flexibilidad		2
		• Curiosidad		3
		• Grado de Elaboración		4
	3.- Innovación	• Factibilidad		5
		• Confiabilidad		6
		• Comparabilidad		7
	4.Competitividad	• Tecnología		8
		• Accesibilidad		9

RUBRICA PARA EVALUAR UN PROYECTO DE INVERSION (basada en R. Campus, 2012)				
CRITERIOS/NIVELES	**EXCELENTE (5 pts.)**	**BUENO 4 pts.**	**SATISFACTORIO 3 pts.**	**DEFICIENTE 2 pts.**
NOMBRE DEL PROYECTO	Describe de forma puntual y clara el nombre del proyecto de tal manera que sea sugestivo	Describe el nombre del proyecto de tal manera que sea sugestivo	Describe el nombre del proyecto pero no es sugestivo.	Solo describe el nombre sin ninguno de los aspectos antes mencionados.
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	Se explica las razones por las que se hará el proyecto de forma clara y precisa.	Se explica las razones por las que se hará el proyecto.	No explica de forma clara las razones por las que se hará el proyecto.	Se omiten explicar las razones por las que se hará el proyecto.
OBJETIVOS	Los objetivos son claros y precisos, nos permiten saber hacia dónde vamos y lo que esperamos del proyecto. Se describe el objetivo General y los objetivos específicos.	Se definen los objetivos y permiten de alguna manera saber hacia dónde vamos con el proyecto, aunque son difíciles de medir y evaluar. Se describe el objetivo General y los objetivos específicos.	Se establecen objetivos para el proyecto, pero no permiten determinar si los resultados son medibles y si responden a las necesidades planteadas. Se describe solo los objetivos específicos.	Se establecen de alguna manera objetivos que no son claros, no es posible medirlos o evaluarlos.
ESTUDIO DEL MERCADO	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del estudio de mercado como: Análisis de la demanda, análisis de la competencia y análisis de la comercialización.	Se encuentran los puntos a desarrollar del estudio de mercado como : Análisis de la demanda, análisis de la competencia y análisis de la comercialización.	No cuenta con los todos puntos a desarrollar del estudio de mercado: solo con 2 de los 3 puntos a desarrollar.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio de mercado: cuenta con un solo punto.
ESTUDIO TECNICO	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del estudio técnico como: Proceso (Parámetros en caso de proyectos de alimentos) , tecnología (Especificar Software) y Localización del Proyecto (Método de Ranking9).	Se encuentran los puntos a desarrollar del estudio técnico como: Proceso (con parámetros en caso de proyectos de alimentos) , tecnología (Especifica Software) y Localización del Proyecto (si usaron método de Ranking).	No cuenta con los todos puntos a desarrollar del estudio de mercado: solo con 2 de los 3 puntos a desarrollar.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio de mercado: cuenta con un solo punto.
ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN	Se encuentra claramente los puntos a desarrollar del estudio de organización como: Puestos de Trabajo, Funciones y Responsabilidades, Organigrama funcional, Diagrama de Gantt y con	Se encuentra los puntos a desarrollar del estudio de organización como: Puestos de Trabajo, Funciones y Responsabilidades, Organigrama funcional, Diagrama de Gantt y con	No cuenta con todos puntos a desarrollar del estudio de la organización. solo con 4 de los 5 puntos a desarrollar.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio de mercado: cuenta con menos de 4 puntos a desarrollar.

	la Misión y Visión de la empresa de forma clara y precisa.	la Misión y Visión de la empresa de forma clara y precisa.		
ESTUDIO AMBIENTAL	Determina de forma clara y precisa el grado de Contaminación en cuanto a la Contaminación Acústica, impactos estéticos y Paisajísticos, precisa como realizara el tratamiento de residuos y finalmente desarrolla el Procedimiento para la Identificación, Evaluación y Calificación de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos.	Determina el grado de Contaminación en cuanto a la Contaminación Acústica, impactos estéticos y Paisajísticos, precisa como realizara el tratamiento de residuos y finalmente desarrolla el Procedimiento para la Identificación, Evaluación y Calificación de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos.	No cuenta con todos puntos a desarrollar del estudio	Cuenta con los puntos a desarrollar del estudio menos con el Procedimiento para la Identificación, Evaluación y Calificación de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos
ESTUDIO DE LA INVERSION	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del estudio de la Inversión como : Activos Tangibles, intangibles y capital de trabajo	Se encuentran los puntos a desarrollar del estudio de la Inversión como : Activos Tangibles, intangibles y capital de trabajo	No cuenta con los todos puntos a desarrollar del estudio de la inversión, solo con 2 de los 3 puntos.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio de la inversión.
PRESUPUESTO DEL PROYECTO	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del Presupuesto como; Venta del bien, venta de subproductos, costo de producción, gastos de ventas y administración y costo unitario de producción.	Se encuentran los puntos a desarrollar del Presupuesto como; Venta del bien, venta de subproductos, costo de producción, gastos de ventas y administración y costo unitario de producción.	No cuenta con todos puntos a desarrollar del presupuesto del proyecto, solo con 5 de 6 puntos.	Cuenta con menos de 5 puntos a desarrollar del presupuesto del proyecto.
ESTUDIO DEL FINANCIAMIENTO	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del estudio de financiamiento como: Alternativas, Condiciones generales de las fuentes de financiamiento y Servicio de la Deuda.	Se encuentran los puntos a desarrollar del estudio de financiamiento como: Alternativas, Condiciones generales de las fuentes de financiamiento y Servicio de la Deuda.	No cuenta con todos puntos a desarrollar del estudio de financiamiento, solo con 2 de los 3 puntos.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio del financiamiento.
EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar de la Evaluación Económica y financiera como: Flujo de Caja proyectado e Indicadores y criterios de evaluación.	Se encuentran los puntos a desarrollar de la Evaluación Económica y financiera como: Flujo de Caja proyectado e Indicadores y criterios de evaluación.	No cuenta con todos puntos a desarrollar del estudio, y los que desarrolla están incompletos,	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio

RUBRICA PARA EVALUAR LA CREATIVIDAD DE UN TRABAJO (basada en Torrance, 1974)

Criterios/ niveles	**El trabajo es extraordinariamente creativo (5)**	**El trabajo es muy creativo (4)**	**El trabajo es creativo (3)**	**El trabajo es algo creativo (2)**	**El trabajo no es creativo (1)**
Originalidad	El trabajo muestra una gran cantidad de ideas que son inusuales, infrecuentes, no banales ni obvias.	El trabajo muestra algunas ideas que son inusuales, infrecuentes, no banales ni obvias.	El trabajo muestra al menos dos ideas que son inusuales, infrecuentes no banales ni obvias.	El trabajo muestra al menos una idea inusual, infrecuente, no banal ni obvia.	El trabajo no muestra ideas originales
Fluidez	El trabajo presenta un gran número de ideas novedosas, llamativas y muy eficaces.	El trabajo presenta algunas ideas novedosas, llamativas y eficaces.	El trabajo presenta al menos dos ideas novedosas, llamativas y eficaces.	El trabajo presenta al menos una idea novedosa, llamativa y eficaz.	El trabajo no presenta ideas novedosas, llamativas y eficaces.
Flexibilidad	El trabajo presenta una gran variedad de ideas	El trabajo presenta alguna variedad de ideas	El trabajo presenta al menos tres ideas	El trabajo presenta al menos dos ideas	El trabajo no presenta variedad de ideas
Elaboración	El problema ha sido elaborado con imaginación para permitir una solución convincente y poderosa.	El problema ha sido elaborado con algo de imaginación para permitir una solución convincente y poderosa.	El problema ha sido elaborado completando al menos una idea convincente y poderosa.	El problema ha sido elaborado pero sin ser completado de manera convincente ni poderosa.	El problema no ha sido elaborado hasta ser completado.

RUBRICA PARA EVALUAR LA INNOVACIÓN

Criterios/ niveles	Extraordinariamente Innovador (5)	Muy Innovador(4)	Innovador (3)	Algo Innovador(2)	No es Innovador (1)
Factibilidad	El proyecto tiene definido su proceso de producción, así como sus materiales, insumos y demás requerimientos	El proyecto tiene definido su proceso de producción, insumos pero faltan requerimientos del proceso de producción.	Conoce los insumos del procesos; pero no tiene definidos los requerimientos de este.	Falta definir insumos y requerimientos del proceso de producción.	No tiene definido sus procesos de producción ni sus insumos
Confiabilidad	Hay una descripción excelente y clara del diseño de la investigación se presentan los métodos, y se indican los procedimientos a utilizar.	Hay una descripción apropiada, y clara del diseño de la investigación, se presentan los métodos y procedimientos de análisis.	Hay una descripción del diseño de la investigación, instrumentos, procedimientos de análisis, pero falta mayor claridad.	Hay una descripción vaga del diseño de la investigación, instrumentos, procedimientos de análisis.	No hay una descripción clara del diseño de la investigación, instrumentos, procedimientos de análisis.
Comparabilidad	El proyecto reúne todos los datos e indicadores que están reflejando procesos o características efectivamente semejantes, como comparaciones con respecto a un mismo objeto de atención.	El proyecto reúne datos e indicadores que están reflejando procesos o características efectivamente semejantes, como comparaciones con respecto a un mismo objeto de atención.	El proyecto reúne algunos datos e indicadores que reflejan características efectivamente semejantes, como comparaciones con respecto a un mismo objeto de atención.	El proyecto reúne escasos datos e indicadores que están reflejando procesos o características efectivamente semejantes.	El proyecto no reúne datos ni indicadores que están reflejando procesos o características efectivamente semejantes.

RUBRICA PARA EVALUAR LA COMPETITIVIDAD

Criterios/ niveles	Extraordinariamente Competitivo(5)	Muy Competitivo (4)	Competitivo (3)	Algo Competitivo (2)	No es Competitivo (1)
Tecnología	El Proyecto cuenta con todas las herramientas tecnológicas, son de alto nivel y determinantes para que el proyecto contribuya decisivamente su posición en el mercado.	El Proyecto cuenta con las herramientas tecnológicas y son determinantes para que el proyecto contribuya decisivamente su posición en el mercado.	Las herramientas tecnológicas previstas no son muy relevantes pero si permiten una posición en el mercado.	Las herramientas tecnológicas previstas son poco comunes.	No prevé el uso de herramientas tecnológicas
Accesibilidad	El proyecto cuenta con características necesarias que lo hacen competitivo en el mercado.	El proyecto cuenta con algunas características que lo hacen competitivo en el mercado.	El proyecto no cuenta con características que lo hacen accesible al público al que está dirigido.	El proyecto no cuenta con características necesarias que lo hacen competitivo en el mercado.	El proyecto no presenta esta característica de accesibilidad.

2.2.- Campo de Verificación.

2.2.1.- Ubicación Espacial.

La ubicación corresponde al ámbito específico de la biblioteca del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol ubicado en Villalba 310 de la Ciudad de Arequipa, Provincia de Arequipa y Distrito Cercado.

2.2.2.- Ubicación Temporal.

Se trata de un estudio coyuntural es decir que está referido al presente año.

2.2.3.- Unidades de Estudio.

Para esta investigación se ha tomado una muestra de 35 Proyectos de Inversión de los graduados del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol del año 2017, a partir de un universo de 70 Proyectos de Inversión.

2.3.- Estrategia de Recolección de datos.

Para efectos de la recolección de datos, se coordinará con el Director del Instituto Superior Tecnológico San José Oriol, para realizar las Evaluaciones de los 35 Proyectos de Inversión que se encuentran en la biblioteca del Instituto.

2.4.- Organización

Recursos.

- **Humanos:** La Investigadora
- **Institucionales:** Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol
- **Materiales:** Instrumentos de recolección de datos, material de escritorio, computadora, insumos de computadora.
- **Financieros:** La Investigación será solventada con recursos propios de la investigadora.

2.5.- Validación del Instrumento.

Se validará el Instrumento es decir una la ficha de evaluación a través de una Rúbrica, Asimismo, los instrumentos serán validados por jueces expertos de la localidad.

CAPITULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Luego de haber concretado el proceso de recolección de datos conforme a lo planificado se ha seguido un proceso de sistematización y procesamiento de la información la misma que se traduce en la matriz de sistematización de datos. Así tenemos dos matrices como resultados de la aplicación de las Rúbricas para evaluar la Estructura de los Proyectos de Inversión y tres rúbricas para evaluar La Creatividad, La Innovación y la Competitividad, que contienen la información recopilada de los 35 Proyectos de Inversión de los graduados del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol del año 2017, dichos proyectos fueron seleccionados de un universo de 70 tesis del 2017 de la carrera de Administración siendo agrupados en 5 rubros como son: Alimentos, Textil, Capacitación, Arte y alquileres.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

Tabla N°1

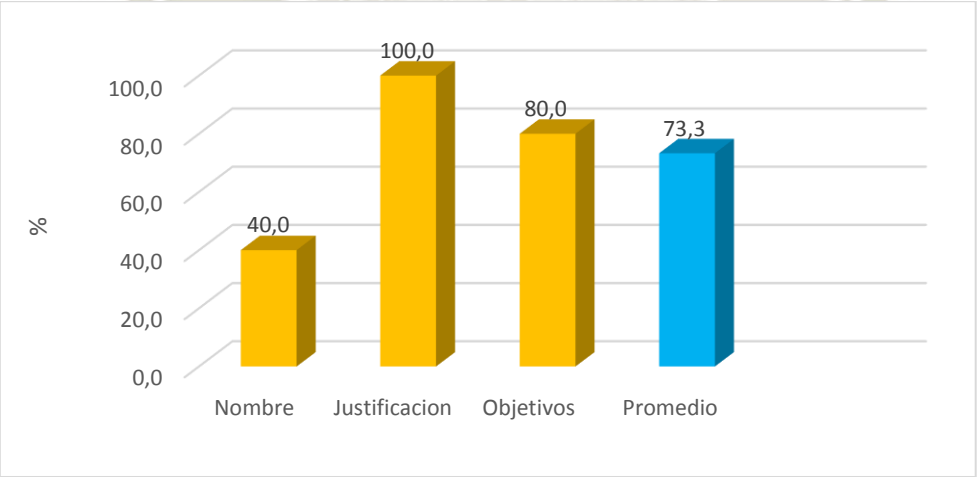
Definición del Proyecto

Subindicadores	Excelente		Bueno		Satisfactorio		Deficiente		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Nombre del Proyecto		0	0	0	0	0	70	40	70	40.0
2.- Justificación del Proyecto	175	100	0	0	0	0		0	175	100.0
3.- Objetivos del Proyecto	0	0	140	80	0	0		0	140	80.0
Promedio									128.3	73.3

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°1

Definición del Proyecto



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°1 y Figura N°1, observamos que en cuanto al indicador Definición del Proyecto, con un 73.3. % de promedio, nos indica que más de la mitad de los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, Si cumplen con desarrollar la estructura del Diseño Metodológico, que, si bien no usan terminología impactante para definir su proyecto, si saben dar sustento a su justificación y saben definir sus objetivos.

Tabla N°2

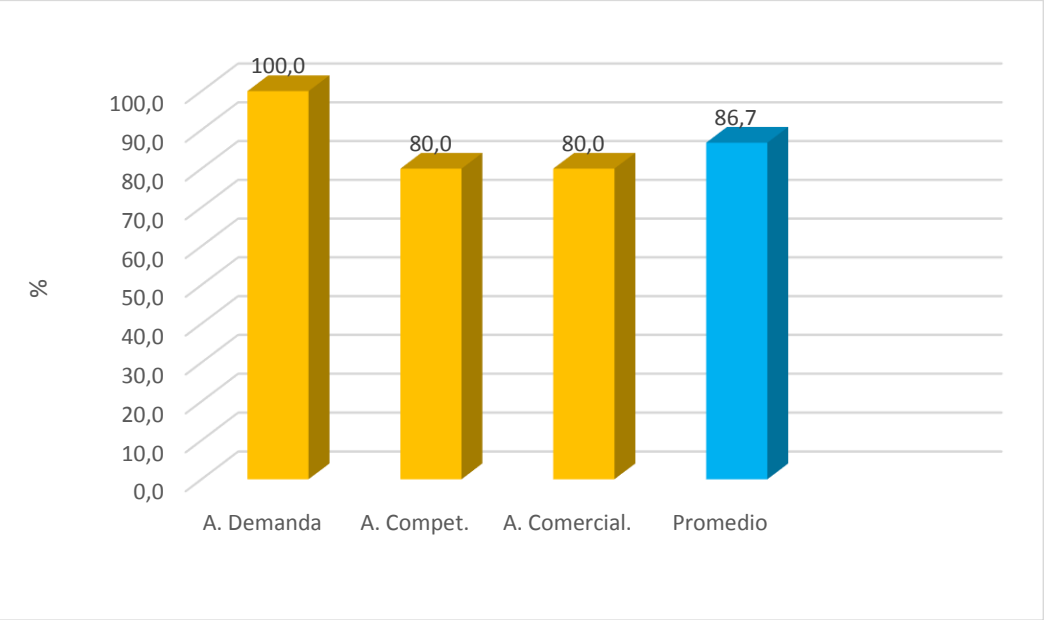
Estudio de Mercado

Subindicadores	Excelente		Bueno		Satisfactorio		Deficiente		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Análisis de la Demanda	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
2.- Análisis de la Competencia		0	140	80	0	0	0	0	140	80.0
3.- Análisis de la Comercialización	0	0	140	80	0	0	0	0	140	80.0
Promedio									151.7	86.7

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°2

Estudio de Mercado



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°2 y Figura N°2, observamos que en cuanto al indicador Capítulo Estudio de Mercado, con un 86.7% de promedio nos indica que la mayoría de los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, han desarrollado de forma correcta la estructura del Diseño Metodológico.

Tabla N°3

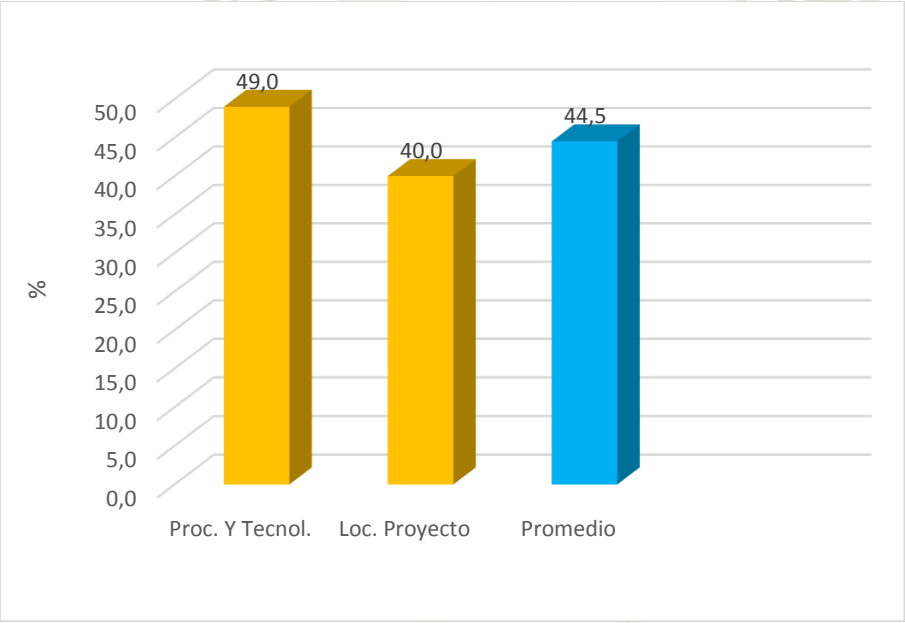
Estudio Técnico

Subindicadores	Excelente		Bueno		Satisfactorio		Deficiente		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Proceso y Tecnología	0	0	0	0	86	49	0	0	86	49.0
2.- Localización del Proyecto	0	0	0	0	0	0	70	40	70	40.0
Promedio									78.0	44.5

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°3

Estudio Técnico



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°3 y Figura N°3, observamos que en cuanto al Indicador Estudio Técnico con un 44.5% de promedio nos indica que menos de la mitad de los proyectos de Inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol no han desarrollado de forma correcta el Protocolo del Diseño Metodológico, en la mayoría de los proyectos la información está incompleta o no se desarrolló adecuadamente como es el caso del indicador Localización del Proyecto, para lo cual se realizará una propuesta para mejorar el desarrollo de esta parte de la estructura del Protocolo.

Tabla N°4

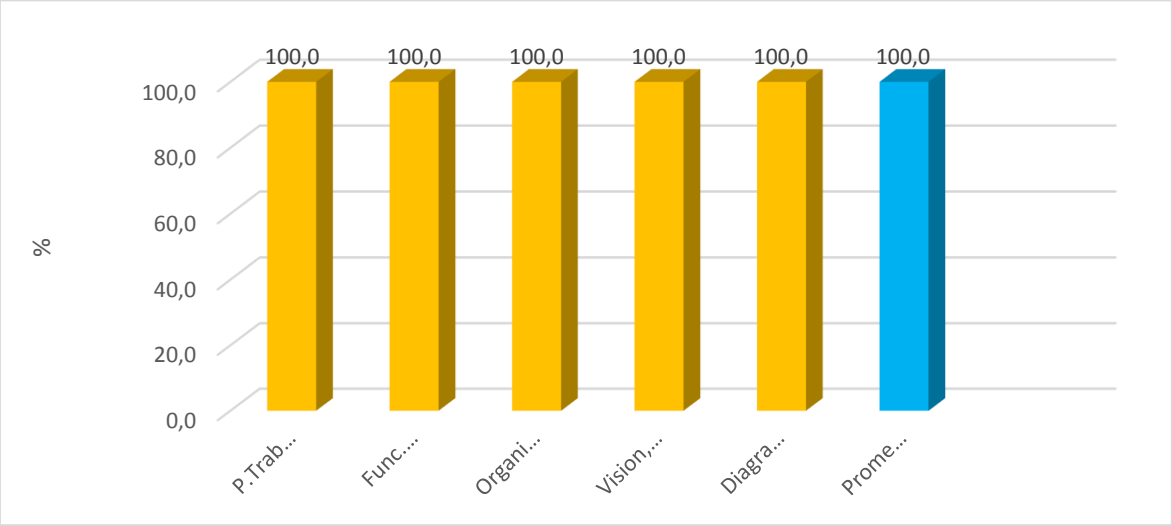
Estudio de la Organización

Subindicadores	Excelente		Bueno		Satisfactorio		Deficiente		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Puestos de Trabajo	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
2.- Funciones y Responsabilidades	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
3.- Organigrama funcional	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
4.- Visión y Misión de la Empresa	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
5.- Diagrama de Gantt/Implem.	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
Promedio									175.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°4

Estudio de la Organización



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°4 y Figura N°4, observamos que en cuanto al indicador Estudio de la Organización, con un 100% de promedio nos indica que todos los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, han desarrollado de forma correcta la estructura del Diseño Metodológico.

Tabla N°5

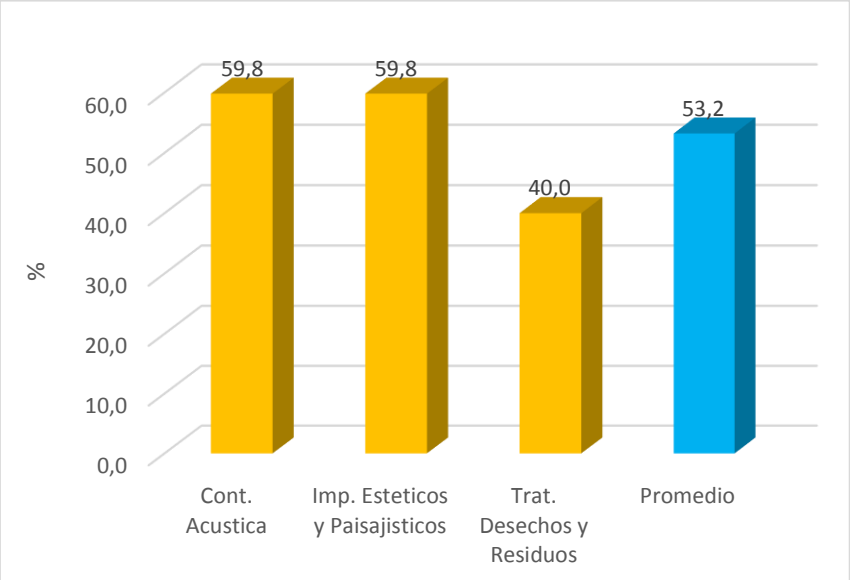
Estudio Ambiental

Subindicadores	Excelente		Bueno		Satisfactorio		Deficiente		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Contaminación Acústica y Polución de Aire	0	0	0	0	105	59.83	0	0	105	59.8
2.- Impactos Estéticos y Paisajísticos	0	0	0	0	105	59.83	0	0	105	59.8
3.- Tratamiento de Desechos y Residuos	0	0	0	0	0	0	70	40	70	40.0
Promedio									93.3	53.2

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°5

Estudio Ambiental



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°5 y Figura N°5, observamos que en cuanto al indicador Estudio Ambiental, con un 53.28. % de promedio nos indica que un poco más de la mitad de los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, han desarrollado de forma correcta la estructura del Diseño Metodológico. Sin embargo, hay una deficiente información en canto al subindicador Tratamiento de desechos y Residuos, para lo cual se realizará una propuesta para mejorar el desarrollo de esta parte de la estructura del Protocolo.

Tabla N°6

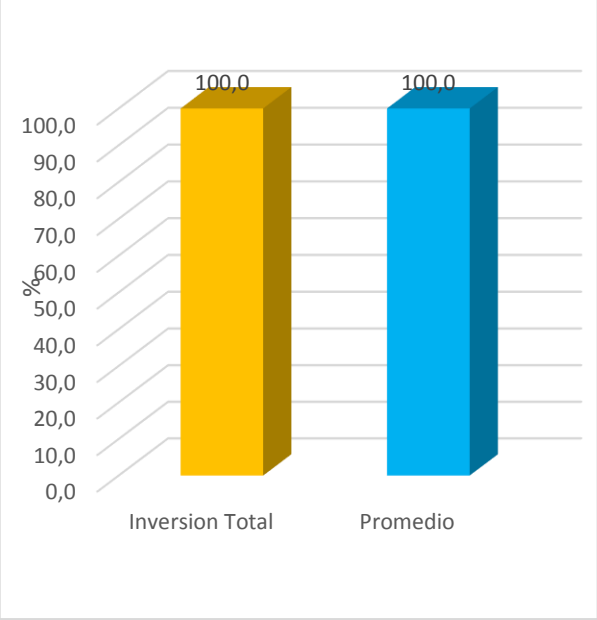
Estudio de la Inversión

Subindicadores	Excelente		Bueno		Satisfactorio		Deficiente		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Inversión total	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
Promedio									175.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°6

Estudio de la Inversión



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°6 y Figura N°6, observamos que en cuanto al indicador Estudio de la Inversión, con un 100% de promedio nos indica que todos los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, han desarrollado de forma correcta la estructura del Diseño Metodológico.

Tabla N°7

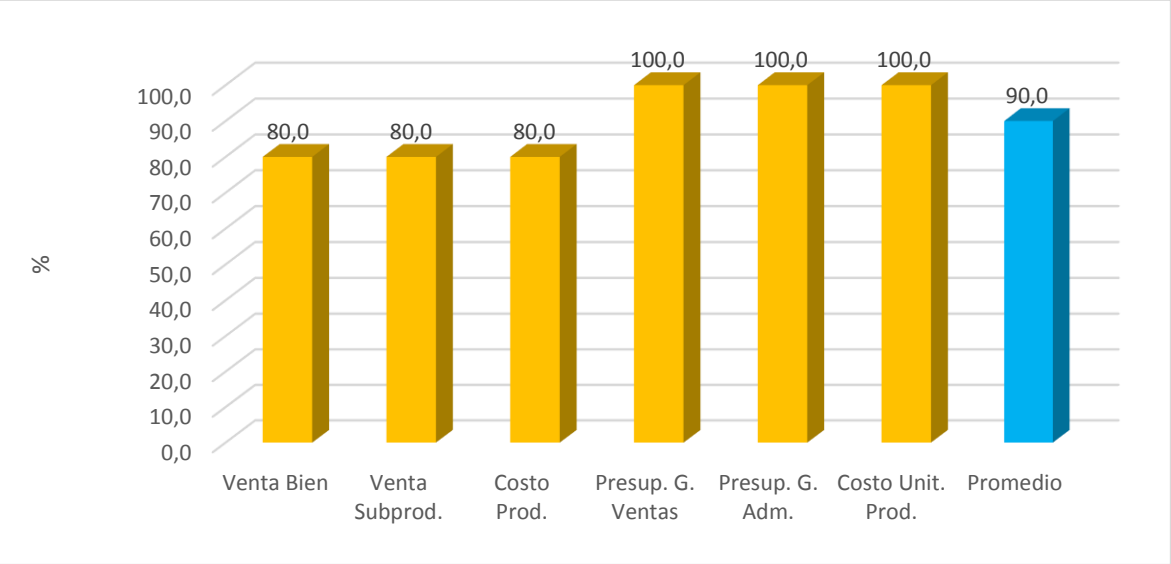
Presupuesto del Proyecto

Subindicadores	Excelente		Bueno		Satisfactorio		Deficiente		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Venta del Bien/Servicio Principal	0	0	140	80	0	0	0	0	140	80.0
2.- Venta de Subproductos y Desechos	0	0	140	80	0	0	0	0	140	80.0
3.- Costo de Producción Proyectado	0	0	140	80	0	0	0	0	140	80.0
4.- Presupuesto de Gastos de Ventas	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
5.- Presupuesto de Gastos de Administración	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
6.- Costo Unitario de Producción	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
Promedio									157.5	90.0

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°7

Presupuesto del Proyecto



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°7 y Figura N°7, observamos que en cuanto al indicador Presupuesto del Proyecto, con un 90% de promedio nos indica que casi todos los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, han desarrollado de forma correcta la estructura del Diseño Metodológico.

Tabla N°8

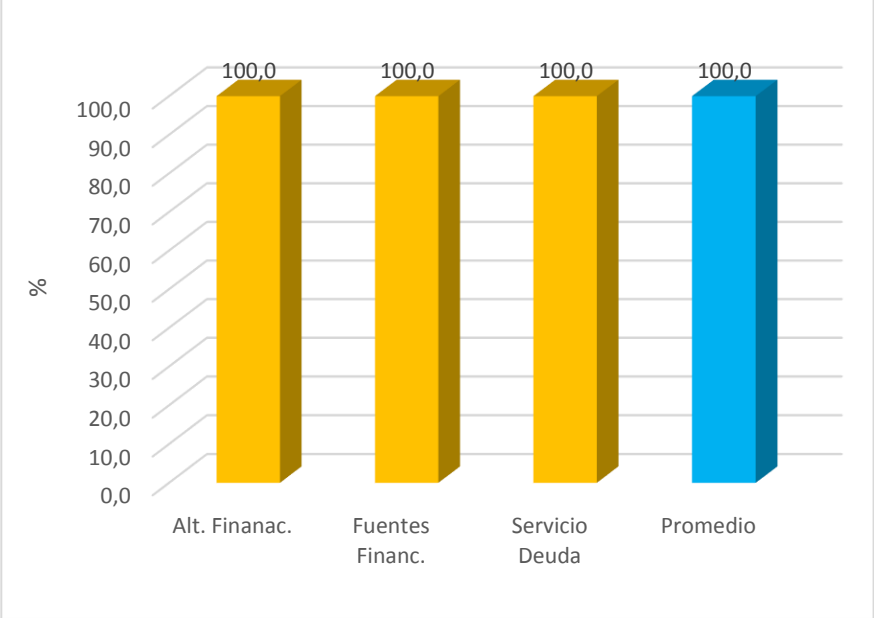
Estudio del Financiamiento

Subindicador	Excelente		Bueno		Satisfactorio		Deficiente		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Alternativas de Financiamiento	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
2.- Condiciones Generales de las fuentes de Financiamiento	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
3.- Servicio de la Deuda	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
Promedio									175.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°8

Estudio del Financiamiento



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°8 y Figura N°8, observamos que en cuanto al indicador Estudio de Financiamiento, con un 100% de promedio nos indica que todos los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, han desarrollado de forma correcta la estructura del Diseño Metodológico.

Tabla N°9

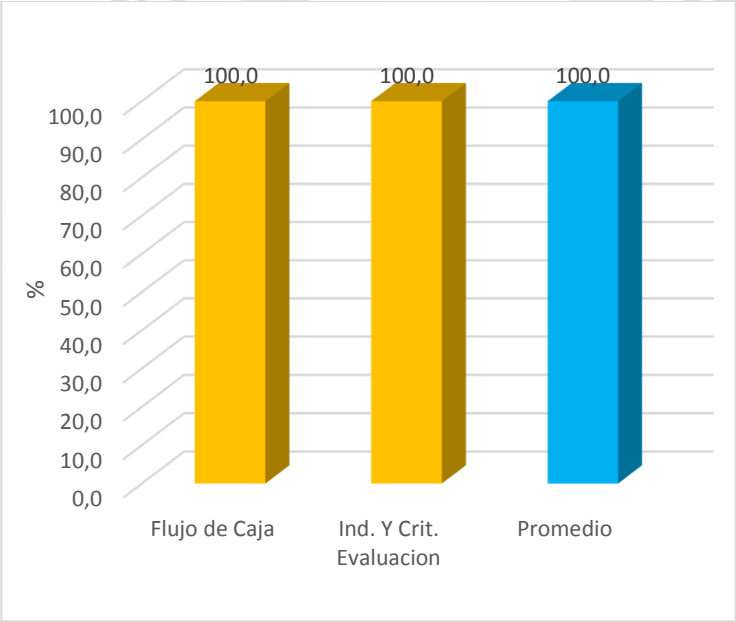
Evaluación Económica y Financiera

Subindicador	Excelente		Bueno		Satisfactorio		Deficiente		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Flujo de Caja Proyectado	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
2.- Indicadores y Criterios de Evaluación	175	100	0	0	0	0	0	0	175	100.0
Promedio									175.0	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°9

Evaluación Económica y Financiera



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°9 y Figura N°9, observamos que en cuanto al indicador Evaluación Económica y Financiera, con un 100% de promedio nos indica que todos los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, han desarrollado de forma correcta la estructura del Diseño Metodológico.

Tabla N°10

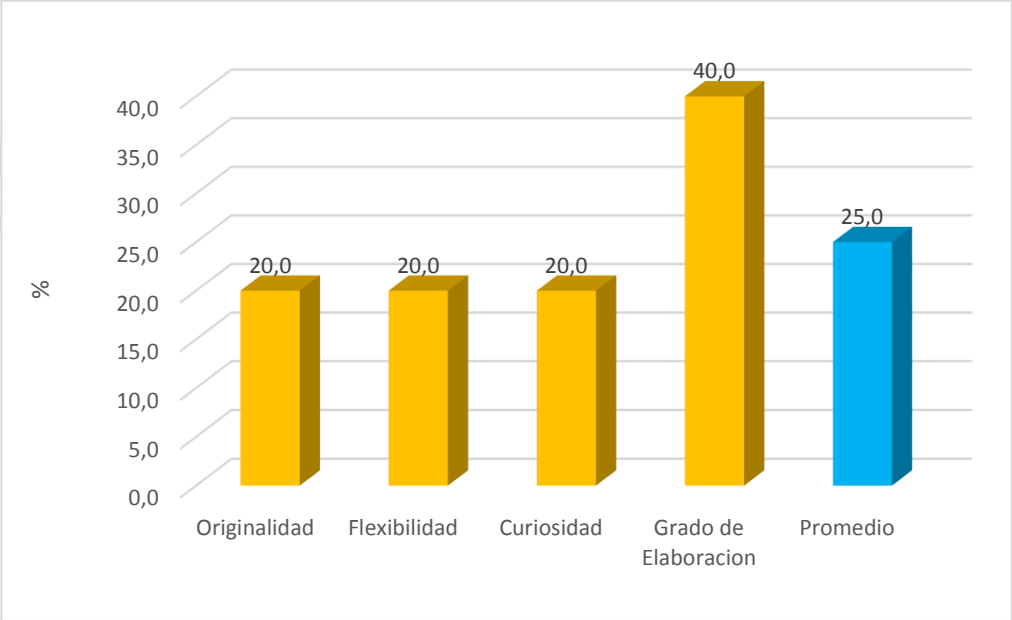
Creatividad

Subindicadores	Extraordinariamente Creativo		Muy Creativo		Creativo		Algo Creativo		No es Creativo		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.- Originalidad	0	0	0	0	0	0	0	0	35	20	35	20.0
2.- Flexibilidad	0	0	0	0	0	0	0	0	35	20	35	20.0
3.- Curiosidad	0	0	0	0	0	0	0	0	35	20	35	20.0
4.- Grado de Elaboración	0	0	0	0	0	0	70	40	0	0	70	40.0
Promedio											43.8	25.0

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°10

Creatividad



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°10 y Figura N°10, observamos que en cuanto al indicador Creatividad, con un 25% de promedio nos indica que, en los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, no consideran este factor de calidad como algo primordial en el desarrollo de su proyecto ya que los resultados se encuentra por debajo de lo esperado, siendo este un factor muy relevante en la actualidad, debido a que estamos viviendo en una sociedad muy competitiva y debemos asegurarnos un lugar en el mercado.

Tabla N°11

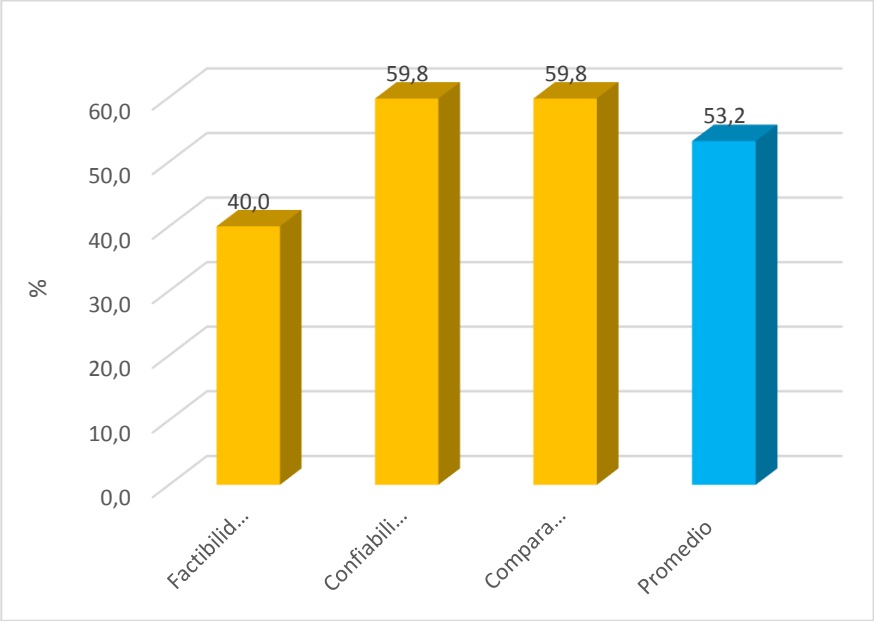
Innovación

Subindicadores	Extraordinariamente Innovador		Muy Innovador		Innovador		Algo Innovador		No es Innovador		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Factibilidad	0	0	0	0	0	0	70	40	0	0	70	40.0
Confiabilidad	0	0	0	0	105	59.8	0	0	0	0	105	59.8
Comparabilidad	0	0	0	0	105	59.8	0	0	0	0	105	59.8
Promedio											93.3	53.2

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°11

Innovación



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°11 y Figura N°11, observamos que en cuanto al indicador Innovación, con un 53.2% de promedio nos indica que, solo un poco más de la mitad de los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, si consideran este factor de calidad en el desarrollo de su Proyecto, sin embargo, cabe señalar que este factor es importante en la actualidad ya que la innovación va de la mano con la Investigación y el desarrollo.

Tabla N°12

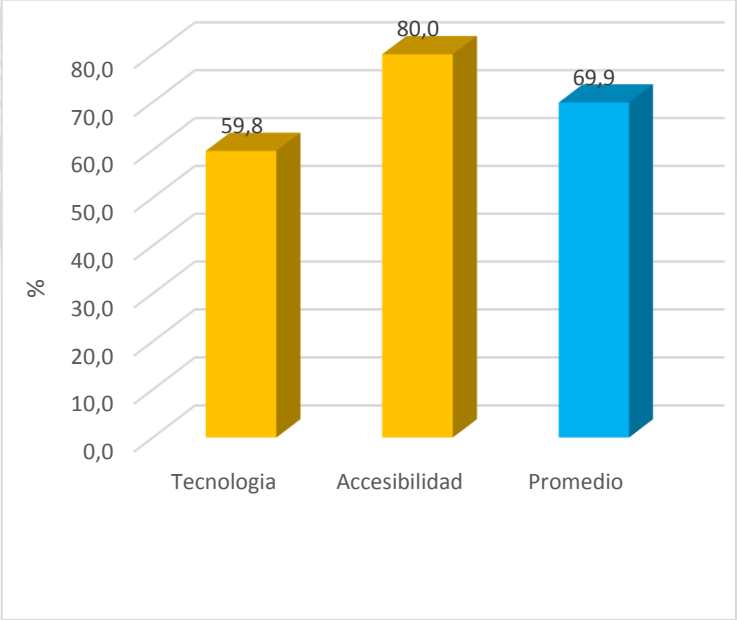
Competitividad

Subindicadores	Excelente		Bueno		Regular		Suficiente		Necesita Mejorar		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Tecnología	0	0	0	0	105	59.8	0	0	0	0	105	59.8
Accesibilidad	0	0	140	80	0	0	0	0	0	0	140	80.0
Promedio											122.5	69.9

Fuente: Elaboración Propia

Figura N°12

Competitividad



Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla N°10 y Figura N°10, observamos que en cuanto al indicador Competitividad, con un 69.9% de promedio nos indica que, en los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, si consideran este factor de calidad como algo primordial en el desarrollo de su Proyecto de Inversión, siendo este un factor muy relevante en la actualidad.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En cuanto al universo de tesis existentes en la biblioteca del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol son 70 tesis de graduados durante el año 2017, de las cuales tome la mitad de ellas para ser evaluadas y analizadas, por lo cual titulé la presente investigación como Evaluación de la calidad de los Proyectos de Inversión seleccionados del año 2017.

En cuanto a la evaluación que se hizo a las tesis de los graduados podemos apreciar que la gran mayoría de los proyectos de inversión del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, han desarrollado de forma correcta la estructura del Diseño Metodológico, sin embargo hay algunos componentes menores que merecen una atención especial ya que presentan una ausencia de datos, o los datos no están bien descritos y planteados o en algunos casos existe una ausencia de datos o simplemente no se desarrolló como indica el protocolo del Diseño Metodológico.

También se evaluó la presencia de factores de calidad como la creatividad, factor que debe considerarse en los proyectos ya que son rasgos importantes que deben estar presentes en los proyectos de inversión como la originalidad, la curiosidad y el grado de elaboración, según el análisis encontramos que no hay presencia de tal factor en las tesis pues la gran mayoría de proyectos no han considerado este factor al momento de definir su proyecto, sobre todo en el nombre.

En cuanto a la innovación, solo un poco más de la mitad de los proyectos de inversión consideran este factor como importante pues son factibles y confiables, sin embargo, cabe señalar que este factor es importante en la actualidad ya que la innovación va de la mano con la Investigación y el desarrollo.

Finalmente, en cuanto a la Competitividad otro factor que si está presente en los proyectos de inversión ya que más de la mitad de proyectos si lo consideran relevante e importante para tener presencia en el mercado.

Por un lado existe un especial interés y motivación personal por el esclarecimiento del problema propuesto y por el otro lado la investigación será una útil contribución académica en cuanto a un mejoramiento del diseño metodológico existente en el Instituto, tal como también lo plantea en otros estudios similares (Martin Larry Rosado Linares, 1994), ya que un estudio de esa magnitud contribuye cada vez más a un mejoramiento continuo y por ende a mejorar la calidad de los proyectos de inversión desarrollados por los graduados, y esta labor debe estar canalizada por un diseño orientador, un modelo o esquema organizativo de elevada coherencia y acorde a la naturaleza de cada carrera.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Los resultados obtenidos fueron, en cuanto al cumplimiento del protocolo de la estructura del Diseño Metodológico, la mayoría de los proyectos de inversión si dan cumplimiento a dicho protocolo.

SEGUNDA: En cuanto al Indicador Estudio Técnico podemos indicar que en casi la mitad de los proyectos la información está incompleta o no se desarrolló adecuadamente, para lo cual se realizará una propuesta para mejorar el desarrollo de esta parte de la estructura del Protocolo.

TERCERA: En cuanto al indicador Estudio Ambiental podemos indicar que no han sabido realizar un buen estudio ambiental, ya que no han considerado varios aspectos importantes en este estudio como el análisis de impactos ambientales significativos ni la parte legal en cuanto a su proyecto de Inversión, tema que debe considerarse en la actualidad como importante debido a la situación actual que estamos viviendo en cuanto a la contaminación a nivel mundial, para lo cual se realizada la propuesta de intervención.

CUARTA: Los resultados obtenidos en cuanto a la Creatividad, la mayoría de los proyectos de inversión no consideran este factor como algo primordial, siendo este un factor muy relevante en la actualidad, debido a que estamos viviendo en una sociedad muy competitiva.

QUINTA: En cuanto a la Innovación podemos decir que hay un porcentaje considerable de proyectos que no consideran este factor de calidad en el desarrollo de su proyecto, factor que debe considerarse en la actualidad.

SEXTA: En cuanto a la competitividad podemos concluir que en su mayoría los proyectos de inversión si consideran importante este factor ya que dichos proyectos son factibles, indudablemente confiables y deben ser comparables.

SEPTIMA: Los proyectos de inversión se clasificaron en cinco rubros como: alimentos, textil, capacitación, arte y alquileres notándose que no hay ninguna diferencia entre rubro y rubro al momento de dar cumplimiento al protocolo del Diseño Metodológico, con lo que se concluye que debe establecerse componentes que diferencien un proyecto de otro por el rubro.

OCTAVA: Finalmente podemos concluir la presente investigación que en cuanto a la Evaluación de la Calidad de los proyectos de inversión se encontró propuestas que pueden ser mejoradas, con nuevos modelos bien estructurados en sus componentes mayores y menores de tal manera que se consiga obtener un Diseño Metodológico óptimo, logrando así conseguir Proyectos de calidad que serán desarrollados por los futuros graduados del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol.

Para concluir Contrastando los resultados con la hipótesis planteada se puede afirmar que ésta ha sido parcialmente comprobada y los objetivos han sido cumplidos.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Al Departamento Académico del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol para que incorporen en la estructura de los Proyectos de Inversión que desarrollan los egresados para obtener su Título Técnico Profesional, un Estudio Ambiental más amplio incluyendo un Procedimiento para La Identificación, Evaluación y Calificación de Aspectos e Impactos Ambientales.

SEGUNDA: A los integrantes de la Unidad de Investigación e Innovación Tecnológica del Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol, para que desarrollen dicho procedimiento aplicados a un Proyecto de Inversión y capaciten a los docentes que dictan el curso de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible que se enseña a los alumnos en las diferentes carreras del Instituto, ya que es responsabilidad de los docentes no solo tener conocimiento si no dominar el desarrollo de este procedimiento.

TERCERA: A los docentes que dictan el curso de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, para que lo incluyan en el silabo del curso y sea impartido en clases como parte del contenido del curso aplicándolo a un caso práctico, es decir a un Proyecto de inversión que puede ser el mismo que vienen desarrollando en el curso de Investigación e Innovación Tecnológica que casualmente se desarrolla en el mismo semestre con el curso de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.

CUARTA: A los docentes que dictan el Curso de Formulación y Evaluación de Proyectos en el sexto Semestre, se hará el alcance de una nueva propuesta para el desarrollo del Estudio Técnico en cuanto a la Localización del Proyecto.

BIBLIOGRAFIA.

Sánchez, E. J, y Palma B. (2015). *La evaluación de las competencias comunicativas para el fortalecimiento del lenguaje oral en niños de primer año preescolar*. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo.

García Sanz, M.P. (2014). *La evaluación de competencias en Educación Superior mediante rúbricas: un caso práctico.* Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado, 17(1), 87-106

Valverde, J. y Ciudad, A. (2014*). El uso de rúbricas para la evaluación de competencias en estudiantes universitarios.* Estudio sobre fiabilidad del instrumento. Revista de Docencia Universitaria, 12(1), 49-79

Ortega Andrade, N.A., Romero Ramírez, M.A., Guzmán Saldaña, R.M. (s/f). *Rúbrica para evaluar la elaboración de un proyecto de investigación basado en el desarrollo de competencias*. Recuperado de: https://goo.gl/Vj7kCSKral, K. (2013). Programa del curso Investigación Educativa, de la Maestría en Pedagogía. Universidad de Colima.

Muñoz, L. (2013). *Los enemigos de la creatividad.* Accesible en http://www.youtube.com/watch?v=v0SZn-Flhv8

Copernicus Alliance (2012). *People's Sustainability Treaty on Higher Education*. Rio, juny de 2012. Disponible en: http://hetreatyrio20.com/ wordpress/wp-content/uploads/2013/06/treaty_rio.pdf.

Haidar,J.I.(2012) *"Impact of Business Regulatory Reforms on Economic Gwowth"*

REFERENCIAS DE INTERNET

Ye, Sudong; Tiong, y Robert L.K. Recuperado el 22 de Junio del 2018.https://wikipedia.org/wiki/Proyecto_de_inversion

EAE Business School. .Recuperado el 25 de Junio del 2018. <htttps://retos-operaciones-logistica.eae.es/indicadores de calidad

Pensamiento Creativo.org. Recuperado el 26 de Junio del 2018. <http:pensamientocreativo/indicadores-creatividad>

ANEXOS

MODELO DE INSTRUMENTO

RUBRICA PARA EVALUAR UN PROYECTO DE INVERSION (basada en R. Campus, 2012)				
CRITERIOS/NIVELES	**EXCELENTE (5 pts.)**	**BUENO 4 pts.**	**SATISFACTORIO 3 pts.**	**DEFICIENTE 2 pts.**
NOMBRE DEL PROYECTO	Describe de forma puntual y clara el nombre del proyecto de tal manera que sea sugestivo	Describe el nombre del proyecto de tal manera que sea sugestivo	Describe el nombre del proyecto pero no es sugestivo.	Solo describe el nombre sin ninguno de los aspectos antes mencionados.
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	Se explica las razones por las que se hará el proyecto de forma clara y precisa.	Se explica las razones por las que se hará el proyecto.	No explica de forma clara las razones por las que se hará el proyecto.	Se omiten explicar las razones por las que se hará el proyecto.
OBJETIVOS	Los objetivos son claros y precisos, nos permiten saber hacia dónde vamos y lo que esperamos del proyecto. Se describe el objetivo General y los objetivos específicos.	Se definen los objetivos y permiten de alguna manera saber hacia dónde vamos con el proyecto, aunque son difíciles de medir y evaluar. Se describe el objetivo General y los objetivos específicos.	Se establecen objetivos para el proyecto, pero no permiten determinar si los resultados son medibles y si responden a las necesidades planteadas. Se describe solo los objetivos específicos.	Se establecen de alguna manera objetivos que no son claros, no es posible medirlos o evaluarlos.
ESTUDIO DEL MERCADO	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del estudio de mercado como: Análisis de la demanda, análisis de la competencia y análisis de la comercialización.	Se encuentran los puntos a desarrollar del estudio de mercado como : Análisis de la demanda, análisis de la competencia y análisis de la comercialización.	No cuenta con los todos puntos a desarrollar del estudio de mercado: solo con 2 de los 3 puntos a desarrollar.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio de mercado: cuenta con un solo punto.
ESTUDIO TECNICO	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del estudio técnico como: Proceso (Parámetros en caso de proyectos de alimentos) , tecnología (Especificar Software) y Localización del Proyecto (Método de Ranking9).	Se encuentran los puntos a desarrollar del estudio técnico como: Proceso (con parámetros en caso de proyectos de alimentos) , tecnología (Especifica Software) y Localización del Proyecto (si usaron método de Ranking).	No cuenta con los todos puntos a desarrollar del estudio de mercado: solo con 2 de los 3 puntos a desarrollar.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio de mercado: cuenta con un solo punto.
ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN	Se encuentra claramente los puntos a desarrollar del estudio de organización como: Puestos de Trabajo, Funciones y Responsabilidades, Organigrama funcional, Diagrama de Gantt y con	Se encuentra los puntos a desarrollar del estudio de organización como: Puestos de Trabajo, Funciones y Responsabilidades, Organigrama funcional, Diagrama de Gantt y con	No cuenta con todos puntos a desarrollar del estudio de la organización. solo con 4 de los 5 puntos a desarrollar.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio de mercado: cuenta con menos de 4 puntos a desarrollar.

	la Misión y Visión de la empresa de forma clara y precisa.	la Misión y Visión de la empresa de forma clara y precisa.		
ESTUDIO AMBIENTAL	Determina de forma clara y precisa el grado de Contaminación en cuanto a la Contaminación Acústica, impactos estéticos y Paisajísticos, precisa como realizara el tratamiento de residuos y finalmente desarrolla el Procedimiento para la Identificación, Evaluación y Calificación de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos.	Determina el grado de Contaminación en cuanto a la Contaminación Acústica, impactos estéticos y Paisajísticos, precisa como realizara el tratamiento de residuos y finalmente desarrolla el Procedimiento para la Identificación, Evaluación y Calificación de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos.	No cuenta con todos puntos a desarrollar del estudio	Cuenta con los puntos a desarrollar del estudio menos con el Procedimiento para la Identificación, Evaluación y Calificación de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos
ESTUDIO DE LA INVERSION	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del estudio de la Inversión como : Activos Tangibles, intangibles y capital de trabajo	Se encuentran los puntos a desarrollar del estudio de la Inversión como : Activos Tangibles, intangibles y capital de trabajo	No cuenta con los todos puntos a desarrollar del estudio de la inversión, solo con 2 de los 3 puntos.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio de la inversión.
PRESUPUESTO DEL PROYECTO	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del Presupuesto como; Venta del bien, venta de subproductos, costo de producción, gastos de ventas y administración y costo unitario de producción.	Se encuentran los puntos a desarrollar del Presupuesto como; Venta del bien, venta de subproductos, costo de producción, gastos de ventas y administración y costo unitario de producción.	No cuenta con todos puntos a desarrollar del presupuesto del proyecto, solo con 5 de 6 puntos.	Cuenta con menos de 5 puntos a desarrollar del presupuesto del proyecto.
ESTUDIO DEL FINANCIAMIENTO	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar del estudio de financiamiento como: Alternativas, Condiciones generales de las fuentes de financiamiento y Servicio de la Deuda.	Se encuentran los puntos a desarrollar del estudio de financiamiento como: Alternativas, Condiciones generales de las fuentes de financiamiento y Servicio de la Deuda.	No cuenta con todos puntos a desarrollar del estudio de financiamiento, solo con 2 de los 3 puntos.	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio del financiamiento.
EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA	Se encuentran claramente los puntos a desarrollar de la Evaluación Económica y financiera como: Flujo de Caja proyectado e Indicadores y criterios de evaluación.	Se encuentran los puntos a desarrollar de la Evaluación Económica y financiera como: Flujo de Caja proyectado e Indicadores y criterios de evaluación.	No cuenta con todos puntos a desarrollar del estudio, y los que desarrolla están incompletos,	No cuenta con los puntos a desarrollar del estudio

RUBRICA PARA EVALUAR LA CREATIVIDAD DE UN TRABAJO (basada en Torrance, 1974)

Criterios/ niveles	El trabajo es extraordinariamente creativo (5)	El trabajo es muy creativo (4)	El trabajo es creativo (3)	El trabajo es algo creativo (2)	El trabajo no es creativo (1)
Originalidad	El trabajo muestra una gran cantidad de ideas que son inusuales, infrecuentes, no banales ni obvias.	El trabajo muestra algunas ideas que son inusuales, infrecuentes, no banales ni obvias.	El trabajo muestra al menos dos ideas que son inusuales, infrecuentes no banales ni obvias.	El trabajo muestra al menos una idea inusual, infrecuente, no banal ni obvia.	El trabajo no muestra ideas originales
Fluidez	El trabajo presenta un gran número de ideas novedosas, llamativas y muy eficaces.	El trabajo presenta algunas ideas novedosas, llamativas y eficaces.	El trabajo presenta al menos dos ideas novedosas, llamativas y eficaces.	El trabajo presenta al menos una idea novedosa, llamativa y eficaz.	El trabajo no presenta ideas novedosas, llamativas y eficaces.
Flexibilidad	El trabajo presenta una gran variedad de ideas	El trabajo presenta alguna variedad de ideas	El trabajo presenta al menos tres ideas	El trabajo presenta al menos dos ideas	El trabajo no presenta variedad de ideas
Elaboración	El problema ha sido elaborado con imaginación para permitir una solución convincente y poderosa.	El problema ha sido elaborado con algo de imaginación para permitir una solución convincente y poderosa.	El problema ha sido elaborado completando al menos una idea convincente y poderosa.	El problema ha sido elaborado pero sin ser completado de manera convincente ni poderosa.	El problema no ha sido elaborado hasta ser completado.

RUBRICA PARA EVALUAR LA INNOVACIÓN

Criterios/ niveles	Extraordinariamente Innovador (5)	Muy Innovador(4)	Innovador (3)	Algo Innovador(2)	No es Innovador (1)
Factibilidad	El proyecto tiene definido su proceso de producción, así como sus materiales, insumos y demás requerimientos	El proyecto tiene definido su proceso de producción, insumos pero faltan requerimientos del proceso de producción.	Conoce los insumos del procesos; pero no tiene definidos los requerimientos de este.	Falta definir insumos y requerimientos del proceso de producción.	No tiene definido sus procesos de producción ni sus insumos
Confiabilidad	Hay una descripción excelente y clara del diseño de la investigación se presentan los métodos, y se indican los procedimientos a utilizar.	Hay una descripción apropiada, y clara del diseño de la investigación, se presentan los métodos y procedimientos de análisis.	Hay una descripción del diseño de la investigación, instrumentos, procedimientos de análisis, pero falta mayor claridad.	Hay una descripción vaga del diseño de la investigación, instrumentos, procedimientos de análisis.	No hay una descripción clara del diseño de la investigación, instrumentos, procedimientos de análisis.
Comparabilidad	El proyecto reúne todos los datos e indicadores que están reflejando procesos o características efectivamente semejantes, como comparaciones con respecto a un mismo objeto de atención.	El proyecto reúne datos e indicadores que están reflejando procesos o características efectivamente semejantes, como comparaciones con respecto a un mismo objeto de atención.	El proyecto reúne algunos datos e indicadores que reflejan características efectivamente semejantes, como comparaciones con respecto a un mismo objeto de atención.	El proyecto reúne escasos datos e indicadores que están reflejando procesos o características efectivamente semejantes.	El proyecto no reúne datos ni indicadores que están reflejando procesos o características efectivamente semejantes.

RUBRICA PARA EVALUAR LA COMPETITIVIDAD

Criterios/ niveles	Extraordinariamente Competitivo(5)	Muy Competitivo (4)	Competitivo (3)	Algo Competitivo (2)	No es Competitivo (1)
Tecnología	El Proyecto cuenta con todas las herramientas tecnológicas, son de alto nivel y determinantes para que el proyecto contribuya decisivamente su posición en el mercado.	El Proyecto cuenta con las herramientas tecnológicas y son determinantes para que el proyecto contribuya decisivamente su posición en el mercado.	Las herramientas tecnológicas previstas no son muy relevantes pero si permiten una posición en el mercado.	Las herramientas tecnológicas previstas son poco comunes.	No prevé el uso de herramientas tecnológicas
Accesibilidad	El proyecto cuenta con características necesarias que lo hacen competitivo en el mercado.	El proyecto cuenta con algunas características que lo hacen competitivo en el mercado.	El proyecto no cuenta con características que lo hacen accesible al público al que está dirigido.	El proyecto no cuenta con características necesarias que lo hacen competitivo en el mercado.	El proyecto no presenta esta característica de accesibilidad.

VALIDACION DE INSTRUMENTOS

FORMATO DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Título del Proyecto:
Evaluación de la calidad de los proyectos de inversión seleccionados año 2017 del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado "San José Obrero" Arequipa 2019

Nombre del estudiante:
Rodriguez Ramos, Geovanna Angélica

Experto: Mg. Sander Milton Laquise Ticona

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición, reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa (X) en el casillero correspondiente.

N°	Indicadores	Definición	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	**Claridad y Precisión**	Los criterios de la rúbrica están redactados de forma clara y precisa sin ambigüedades.	X				
2	**Coherencia**	Los criterios de la rúbrica guardan relación con la hipótesis, la variable e indicadores del Proyecto.	X				
3	**Validez**	Los criterios de la rúbrica han sido redactados teniendo en cuenta la validez del contenido.	X				
4	**Organización**	La estructura es adecuada. comprende todos los criterios a evaluar.	X				

5	**Confiabilidad**	El instrumento es confiable porque es aplicable.	X				
6	**Orden**	Las rubricas han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular.	X				
7	**Extensión**	El número de criterios y niveles no es excesivo son los indicados según la variable y los indicadores a evaluar.	X				

Observaciones:

.....

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Arequipa: ....19/06/19.....

.....

Firma del Experto

DNI: 29706920

I.E.S.T.P. "SAN JOSE ORIOL"

Mg. Sander M. Laquise Ticona
SUB DIRECTOR ACADEMICO

FICHA SUNEDU

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
LAQUISE TICONA, SANDER MILTON DNI29706920	MAGISTER EN EDUCACION SUPERIOR Fecha de Diploma:11/03/2004	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
LAQUISE TICONA, SANDER MILTON DNI 29706920	LICENCIADO EN EDUCACION SECUNDARIA CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS Fecha de Diploma:31/05/2001	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
LAQUISE TICONA, SANDER MILTON DNI 29706920	BACHILLER EN CIENCIAS DE LA EDUCACION Fecha de Diploma:21/03/2001	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
LAQUISE TICONA, SANDER MILTON DNI 29706920	LICENCIADO EN EDUCACION SECUNDARIA. ESPECIALIDAD: CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS Fecha de Diploma:31/05/2001	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

MATRICES

MATRIZ DE SISTEMATIZACION DE DATOS DE LA ESTRUCTURA DE LOS PROYECTOS DE INVERSION

N°	PROYECTOS DE INVERSION	CAP1			CAP2			CAP3		CAP4					CAP5			CAP6	CAP7						CAP8			CAP9		TOTAL PUNTAJE
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
	1.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO DE ALIMENTOS																													
1	Proyecto de inversion para implementar un restaurante "Todo Saludable"	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
2	Proyecto de Inversion para implementar un restaurante Mexicano"Wraps Burrritos"	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
3	Proyecto de Inversion para instalar un Restaurante Comida Saludable "Foot Saludable"	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
4	Proyecto de Pre-factibilidad de un Restaurante Tipico Llamado "Kori Challwa" con especialidad en trucha.	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
5	Proyecto de Inversion para implementar un Restaurante Pescados y Mariscos "Tormenta"	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
6	Proyecto para instalar un restaurante "AQP Vegetariano "	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
7	Proyecto de Inversion para implementar un restaurante Tematico " Ari-Quepay"	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
8	Proyecto de Inversion para implementar un restaurante en AQP " Tiburon"	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
9	Proyecto de Inversion para la comercializacion de Comida Rapida en el Distrito de Paucarpata en el año 2017.	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
10	Proyecto de inversión para implementar una Cevicheria en Cayma	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
11	Proyecto de Inversion para implementar un Café Creperia en Cerro Colorado	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
12	Proyecto de Inversion para instalar una Cafeteria "Coffee and Bar"	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
13	Proyecto para instalacion de una panaderia denominada" Mundo C.&.L"	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
14	Proyecto de inversion para implementar una Sangucheria "D la Casa "	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
15	Proyecto de Inversion para implemetar un Snack "Ambrosia "	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
16	Proyecto de Pre Factibilidad para instalar un Bar "Happy S.C.R.L " en Arequipa	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
17	Proyecto de Inversion para la creacion de una empresa productora de Desayunos Naturales	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
18	Proyecto de inversion para implementar una empresa de CATERING Y EVENTOS	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
19	Proyecto de Inversion para instalar una Empresa de eventos y Catering "Swit Drems"	2	5	4	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**118**
	2.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO TEXTIL																													
20	Proyecto de Inversion para implementar una Fabrica textil "Roxan Confecciones "	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
21	Proyecto de Inversion para instalar una empresa textil con fibra de Alpaca	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
22	Proyecto de Pre-factibilidad de una empresa dedicada a la fabricacion de Peluches mecanicos en la ciudad de Arequipa	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
23	Proyecto de inversion para implementar una empresa Lanera "Sumacc Willma"	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
24	Proyecto de Inversion para implementar una comercializadora de zapatos "Amigables"	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
25	Proyecto de Implementacion de una empresa comercializadora de Ropa Femenina y asesoramiento de imagen de la Mujer Moderna.	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
26	Proyecto de Inversion para instalar una Boutique	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
27	Proyecto de inversion para la instalacion de una Boutique	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
	3.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO DE CAPACITACION																													
28	Proyecto de inversion para crear una empresa de capacitacion en buen desempeño laboral	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
29	Proyecto de inversion para implementar Cursos de Capacitacion"Desempeño Laboral"	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
30	Proyecto de Inversion para crear un centro de Idiomas " Yachay School"	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
	4.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO ARTE																													
31	Proyecto de Inversion para instalar una escuela de Arte Para Discapacitados	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
32	Proyecto de Inversion para la Implementacion de una Escuela de Arte Escenica para personas con o sin discapacidad en la ciudad de Arequipa.	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
33	Proyecto de Inversion para instalar un taller de Arte " Bellacropolis "	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
	5.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO DE ALQUILERES																													
34	Proyecto para implementar una empresa de alquiler de equipos de sonido	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
35	Proyecto de Pre-factibilidad de una empresa de alquiler de camionetas y camiones para mineras en la ciudad de Arequipa	2	5	4	5	4	4	3	2	5	5	5	5	5	3	3	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**119**
	GRUPO TOTAL	**70**	**175**	**140**	**175**	**140**	**140**	**86**	**70**	**175**	**175**	**175**	**175**	**175**	**105**	**105**	**70**	**175**	**140**	**140**	**140**	**175**	**175**	**175**	**175**	**175**	**175**	**175**	**175**	**4146**

MATRIZ DE SISTEMATIZACION DE DATOS DE LOS FACTORES DE CALIDAD DE LOS PROYECTOS DE INVERSION

N°	PROYECTOS DE INVERSION	FACTORES DE CALIDAD									TOTAL PUNTAJE
		CREATIVIDAD				INNOVACION			COMPETITIVIDAD		
	1.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO DE ALIMENTOS	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	
1	Proyecto de inversion para implementar un restaurante "Todo Saludable"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
2	Proyecto de Inversion para implementar un restaurante Mexicano"Wraps Burritos"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
3	Proyecto de Inversion para instalar un Restaurante Comida Saludable "Foot Saludable"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
4	Proyecto de Pre-factibilidad de un Restaurante Tipico Llamado "Kori Challwa" con especialidad en trucha.	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
5	Proyecto de Inversion para implementar un Restaurante Pescados y Mariscos "Tormenta"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
6	Proyecto para instalar un restaurante "AQP Vegetariano "	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
7	Proyecto de Inversion para implementar un restaurante Tematico " Ari-Quepay"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
8	Proyecto de Inversion para implementar un restaurante en AQP " Tiburon"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
9	Proyecto de Inversion para la comercializacion de Comida Rapida en el Distrito de Paucarpata en el año 2017.	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
10	Proyecto de inversión para implementar una Cevicheria en Cayma	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
11	Proyecto de Inversion para implementar un Café Creperia en Cerro Colorado	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
12	Proyecto de Inversion para instalar una Cafeteria "Coffee and Bar"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
13	Proyecto para instalacion de una panaderia denominada" Mundo C.&.L"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
14	Proyecto de inversion para implementar una Sangucheria "D la Casa "	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
15	Proyecto de Inversion para implemetar un Snack "Ambrosia "	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
16	Proyecto de Pre Factibilidad para instalar un Bar "Happy S.C.R.L " en Arequipa	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
17	Proyecto de Inversion para la creacion de una empresa productora de Desayunos Naturales	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
18	Proyecto de inversion para implementar una empresa de CATERING Y EVENTOS	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
19	Proyecto de Inversion para instalar una Empresa de eventos y Catering "Swit Drems"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
	2.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO TEXTIL										
20	Proyecto de Inversion para implementar una Fabrica textil "Roxan Confecciones "	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
21	Proyecto de Inversion para instalar una empresa textil con fibra de Alpaca	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
22	Proyecto de Pre-factibilidad de una empresa dedicada a la fabricacion de Peluches mecanicos en la ciudad de Arequipa	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
23	Proyecto de inversion para implementar una empresa Lanera "Sumacc Willma"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
24	Proyecto de Inversion para implementar una comercializadora de zapatos "Amigables"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
25	Proyecto de Implementacion de una empresa comercializadora de Ropa Femenina y asesoramiento de imagen de la Mujer Moderna.	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
26	Proyecto de Inversion para instalar una Boutique	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
27	Proyecto de inversion para la instalacion de una Boutique	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
	3.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO DE CAPACITACION										
28	Proyecto de inversion para crear una empresa de capacitacion en buen desempeño laboral	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
29	Proyecto de inversion para implementar Cursos de Capacitacion"Desempeño Laboral"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
30	Proyecto de Inversion para crear un centro de Idiomas " Yachay School"	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
	4.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO ARTE										
31	Proyecto de Inversion para instalar una escuela de Arte Para Discapacitados	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
32	Proyecto de Inversion para la Implementacion de una Escuela de Arte Escenica para personas con o sin discapacidad en la ciudad de Arequipa.	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
33	Proyecto de Inversion para instalar un taller de Arte " Bellacropolis "	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
	5.- PROYECTOS DE INVERSION DEL RUBRO DE ALQUILERES										
34	Proyecto para implementar una empresa de alquiler de equipos de sonido	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
35	Proyecto de Pre-factibilidad de una empresa de alquiler de camionetas y camiones para mineras en la ciudad de Arequipa.	1	1	1	2	2	3	3	3	4	**20**
	GRUPO TOTAL	**35**	**35**	**35**	**70**	**70**	**105**	**105**	**105**	**140**	**700**

PROTOCOLO DE PROYECTO DE INVERSION

Estructura del Proyecto de Inversión propuesto por el Instituto Superior Tecnológico Privado San José Oriol.

CAPITULO I

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

1. NOMBRE DEL PROYECTO

Describir de forma puntual y clara el nombre del proyecto, que tal manera que sea atractivo e interesante.

2. **JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

2.1. Naturaleza del proyecto

Proyecto de naturaleza privada SAA, SAC, EIRL, SCRL, ETC Especificar el Régimen tributario

2.2. Oportunidad del negocio

Viabilidad del negocio, considerando si es factible o no el proyecto de inversión.

3. **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

3.1. Objetivo general

Determinar la viabilidad del proyecto, parte importante y crucial del proyecto

3.2. Objetivos específicos

Los objetivos se redactan en verbo en infinitivo, la variable o indicador y las unidades de estudio. Deben tener como mínimo 2 objetivos específicos.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

1. **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

1.1. Definición del bien o servicio.

Definir de que trata ya sea el bien o el servicio que ofrecen. Deben tener valor agregado

1.2. Necesidades que satisface el producto o servicio

Describir los beneficios que ofrecerá del producto o el servicio. En caso de alimentos elaborados deben describir que propiedades funcionales tienen.

1.3. Clientes potenciales:

Quiénes son y donde están. Identificar claramente sus clientes potenciales El sector de mercado que abarcaran. Y a que publico está dirigido.

2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

2.1. Identificación de los competidores

RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN	TELEFONO

2.2. Análisis FODA de la competencia directa

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES		
AMENAZAS		

3. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

3.1. Decisiones sobre el bien o servicio

Describir como se realizara el bien o el servicio.

3.2. Decisiones sobre la distribución

Describir como se distribuirá el bien o el servicio. En caso fueran alimentos envasados, describir el material de envasado, el etiquetado con sus características según norma técnica peruana para etiquetado de alimentos.

3.3. Decisiones sobre precio

Describir el costo o valor del bien o el servicio. Indicar como se calculó el costo o valor

3.4. Decisiones sobre comunicación

Describir cómo será la difusión del bien o el servicio.

CAPITULO III ESTUDIO TECNICO

1. PROCESO Y TECNOLOGÍA.

1.1. Descripción del proceso.

1	Realizar un flujograma donde se explique el proceso de elaboración del producto o servicio. En caso de alimentos envasados el diagrama de flujo debe tener parámetros de control.(tiempo, temperatura, porcentajes, cantidades, etc)
2	
3	

1.2. Tecnología.

1.2.1. Vehículos

Describir si se contara con alguna unidad de transporte.

1.2.2. Maquinarias y equipos

1	Describir todas las maquinarias y equipos con sus respectivas fichas técnicas así como marcas y precios..
2	
3	

1.2.3. Software

En caso se use algún software indicar el tipo y proveedor .

1.2.4. Muebles, enseres, herramientas

1	Especificar cantidades y características técnicas.
2	

1.3. Otros requerimientos

1.3.1. Materia prima

1	Detallar en caso sea alimentos las materias primas
2	
3	

1.3.2. Recurso humano

N°	CARGO
1	Colocar el personal que trabajara
2	
3	

1.3.3. Servicio de agua, luz y gas

	SERVICIO	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	OTROS
1	AGUA	M^3		
2	ENERGÍA ELÉCTRICA	Kw		
3	GAS	Balón Kg		

2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

2.1. Macro localización del Negocio

2.2. Micro localización del proyecto

CAPITULO IV

ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN

1. PUESTOS DE TRABAJO

No	CARGO
1	Nombrar todos los puestos de trabajo que tendrá la empresa
2	
3	
4	
5	

2. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

	CARGO	FUNCIÓN	RESPONSABILIDAD
1			
2			
3			
4			
5			

3. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

4. VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA

VISIÓN
MISIÓN

5. DIAGRAMA DE GANTT - IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

CAPITULO V

ESTUDIO AMBIENTAL

1. LA CONTAMINACIÓN ACÚSTICA Y LA POLUCIÓN DEL AIRE

CONTAMINACIÓN ACÚSTICA
Determinar de forma clara y precisa el grado de contaminación
POLUCIÓN DEL AIRE
Determinar de forma clara y precisa el grado de contaminación

2. IMPACTOS ESTÉTICOS Y PAISAJÍSTICOS

Determinar de forma clara y precisa el grado de contaminación

3. TRATAMIENTO DE DESECHOS Y RESIDUOS

Determinar de forma clara y precisa como se realizará el tratamiento de residuos en su empresa.

CAPITULOS VI

ESTUDIO DE LA INVERSION

1. **INVERSIÓN TOTAL**

1.1. Activos tangibles

1.1.1. Inversión en maquinarias y equipos

	MÁQUINAS	CANTIDAD	COSTO
1			
2			
3			

	EQUIPO	CANTIDAD	COSTO
1			
2			
3			

1.1.2. Inversión en herramientas y muebles

	HERRAMIENTAS	CANTIDAD	COSTO
1			
2			
3			

	MUEBLES	CANTIDAD	COSTO
1			
2			
3			

1.2. Activos intangibles

1.2.1. Gastos de organización

	CONCEPTO	COSTO	OTROS
1	Minuta		
2	Escritura		
3			

1.2.2. Patentes y licencias

	CONCEPTO	COSTO	OTROS
1			
2			
3			

1.2.3. Promoción de lanzamiento (M e r c a d e o)

	CONCEPTO	COSTO	OTROS
1	Radio		

2	Tv		
3			

1.3 Capital de trabajo

	CONCEPTO	IMPORTE
1		
2		
3		

CAPITULO VII

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

1. **VENTA DEL BIEN / SERVICIO PRINCIPAL**

	BIEN / SERVICIO	CANT. ESTIMADA	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
1	A			
2	B			
3	C			

2. **VENTA DE SUBPRODUCTOS O DESECHOS**

	BIEN / SERVICIO	CANT. ESTIMADA	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
1	A			
2	B			
3	C			

3. **COSTO DE PRODUCCIÓN PROYECTADO**

3.1. Presupuesto de materia prima

3.2. Presupuesto de mano de obra directa

3.3. Presupuesto de costos indirectos de fabricación

4. **PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS**
5. **PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**
6. **COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN**

CAPITULO VIII

ESTUDIO DEL FINANCIAMIENTO

1. **ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO**

	Aporte Propio	**Financiamiento**	**Total**	
Inv. Tangible				
Inv. Intangible				
Capital Trabajo				

2. **CONDICIONES GENERALES DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

		Tasa	**Tasas**	
1	BCP			
2	BBVA			
3	Interbank			

3. **SERVICIO DE LA DEUDA**

PERIODO	CAPITAL	INTERES	SEGURO	ITF	CUOTA		

CAPITULO IX

EVALUACION ECONÓMICA Y FINANCIERA

1. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

2. INDICADORES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

PROPUESTA DE INTERVENCION

PROPUESTA PARA LA IDENTIFICACION, EVALUACION Y CALIFICACION DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES SIGNIFICATIVOS

1.- PRESENTACION.

Cuando hablamos de impacto ambiental estamos hablando principalmente de los daños o transformaciones que las acciones del ser humano pueden generar en la naturaleza. Con el crecimiento de las sociedades industrializadas y de los centros urbanos que se expanden cada vez más, el impacto ambiental es cada vez más notorio ya que son más los recursos naturales que deben ser utilizados, así como también es mayor la cantidad de espacio que debe ser reacondicionado para poder ser habitado por el ser humano, raza en permanente crecimiento.

2.- OBJETIVO.

Los estudios de impacto ambiental tienen como principal objetivo justamente controlar y analizar cuáles de esas transformaciones alteran realmente el medio ambiente, generando mayores perjuicios que beneficios a las personas (como también a la flora y fauna) que habitan el lugar.

3.- DISPOSICIONES ESPECIFICAS:

Todo aspecto e impacto ambiental identificado que influya sobre la salud de las personas o medio ambiente debe ser objeto de evaluación de acuerdo a lo establecido en los procedimientos que se proponen a continuación como es Procedimiento para La Identificación, Evaluación y Calificación de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos.

1.- PROCEDIMIENTO PARA LA IDENTIFICACION, EVALUACION Y CALIFICACION DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES SIGNIFICATIVOS.

1.1 OBJETIVO

Establecer el procedimiento para realizar la evaluación de los procesos, productos y servicios, así como de los proyectos, nuevos productos o nuevas actividades con la finalidad de identificar los Aspectos Ambientales y establecer un criterio de significancia de los Impactos Ambientales.

1.2 ALCANCE

Es aplicable a los diferentes procesos, productos y servicios desarrollados en condición de operación normal, anormal y potencial, teniendo en cuenta los Aspectos Ambientales pasados, actuales y potenciales de acuerdo a las Leyes vigentes, así como de los proyectos.

El presente procedimiento se aplica para la:

a) Identificación inicial de los Aspectos e Impactos Ambientales

b) Revisión y actualización de los Aspectos e Impactos Ambientales significativos,

c) Identificación de los Aspectos e Impactos Ambientales de proyectos, nuevos productos o nuevas actividades.

1.3. RESPONSABILIDAD

1.3.1 DIRECCION ACADEMICA.

Son responsables de tener conocimiento del procedimiento y dar su aprobación

.

1.3.2 UNIDAD DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.

Es responsabilidad del comité evaluar los procesos y Aspectos Ambientales Significativos, que han sido identificados.

1.3.3. DOCENTES.

Enseñar a los alumnos y desarrollar en clases el procedimiento en un caso práctico.

1.4 DEFINICIONES

1.4.1 Aspecto Ambiental: Elemento de las actividades, productos o servicios de una organización que pueden interactuar con el ambiente.

1.4.2. Desempeño Ambiental: Resultados mensurables del Sistema de Gestión Ambiental relativos a un control (por parte de una organización) de sus Aspectos Ambientales; en función de su Política, Objetivos y Metas Ambientales.

1.4.3. **Entrada:** Elementos que ingresa a un proceso unitario.

1.4.4. **Impacto Ambiental:** Cualquier cambio en el ambiente, sea adverso o beneficioso; resultante de las actividades totales o parciales, productos o servicios de una organización.

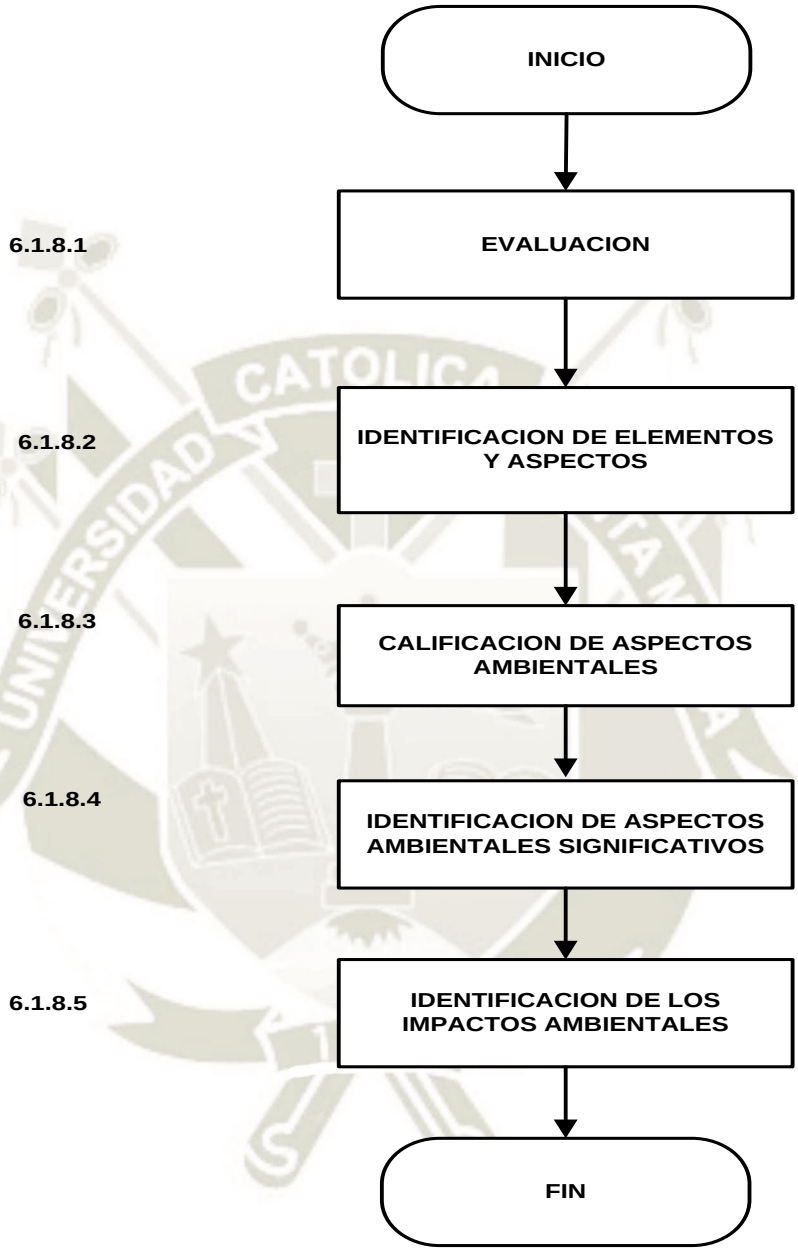
1.4.5. **Residuo:** Todo material al que no se le otorga un valor de uso directo en la pesquería. Elemento, producto o servicio que resulta de una o varias actividades

1.4.6. **Salida:** Elemento, producto o servicio resultado de la realización de una o varias actividades.

1.5.- PROCEDIMIENTO.

Nº	Descripción
1.	El comité evalúa los procesos, productos y servicios El Comité, estudia y verifica: **a)** Si la secuencia del proceso, producto o servicio es correcta o debe ser modificada. **b)** Si existen actividades que puedan ser eliminadas, o que puedan ser combinadas con otras o que precisen ser agregadas. **c)** Identificación de los Aspectos e Impactos Ambientales de proyectos, nuevos productos o nuevas actividades antes, durante y después de su implementación.
2.	Cada área identifica todos los elementos y Aspectos Ambientales de los procesos o servicios (Anexo B). • Sé deberán tomar en cuenta las condiciones normales, Condiciones de arranque, así como situaciones de emergencia o cualquier otra condición particular. • Para ejecutar la identificación de elementos y aspectos considerarán las entradas y salidas tales como: energía, fluidos, desechos, emisiones, ruidos, u otro aspecto ambiental y registrado en el formato de Identificación de Elementos y Aspectos Ambientales.
3.	Cada área, luego de efectuar el desglose anterior, deberá aplicar las escalas de significancia según los parámetros indicados en el Anexo C con los cuales califica los aspectos ambientales en cualquiera de sus tres niveles De acuerdo al criterio de significancia y niveles (alto, medio, bajo), Cada área procede a valorizar los Aspectos Ambientales significativos de acuerdo a los valores establecidos en el anexo D,
4.	Se registran los resultados de significancia en el Formato para la Evaluación y Calificación de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos"
5.	Cada área, de acuerdo a la valorización obtenida procede a identificar los Aspectos Ambientales significativos (positivo, negativo o potencial. Si el Aspecto Ambiental tiene requisito legal ambiental, entonces se convierte automáticamente en significativo, independientemente de puntuaciones de los demás criterios de significancia. Así mismo la organización por voluntad podrá considerar aspectos ambientales como significativos.
6.	El Comité, procede a revisar todos los Impactos Ambientales positivos, negativos y potenciales. Establece un control sobre los Aspectos Ambientales Significativos:

ANEXO A



ANEXO B

LISTADO DE PROCESOS, ELEMENTOS Y ASPECTOS AMBIENTALES

LISTA DE PROCESOS

PRODUCCIÓN

1. Procedimiento para la recepción de la materia prima en talleres
2. procedimiento para el tratamiento de efluentes en talleres

MANTENIMIENTO

3. Procedimiento para el mantenimiento preventivo
4. Procedimiento para el mantenimiento correctivo
5. procedimiento para el control de normas de mantenimiento de talleres

LOGISTICA

6. Procedimiento para el despacho de materiales e insumos
7. Procedimiento para la recepción y almacenamiento de materiales e insumos
8. Procedimiento para el pesaje de insumos, materiales y productos

ADMINISTRACION

9. Actividades de oficina administrativa
10. Actividades de servicio higiénicos
11. Procedimiento para la evaluación y registro de incidentes
12. Sub productos
13. Proyectos

LISTA DE ELEMENTOS AMBIENTALES

1. Suministro de mano de obra
    a. Personal propio

2. Suministro de papel
    a. Formato
    b. Registro
    c. Catálogo
    d. Manual
    e. Libros
    f. Papel higiénico
    g. Papel periódico
    h. Papel filtro
3. Suministro de útiles de oficina
    a. Lapicero
    b. Plumón
    c. Fólder
    d. Calculadora
    e. Perforador
    f. Pizarra
    g. Cinta de embalaje
    h. Regla
    i. Micas
    j. Archivadores

k. Sellos
l. Tampón
m. Corrector
n. Cuaderno
o. Engrapador
p. Regla

4. Suministro de Sistemas de comunicación
   a. correo electrónico
   b. Internet
   c. Teléfono
   d. Escáner
   e. Red

5. Suministro de botiquín
   a. Medicinas

6. Suministro de electrodomésticos
   a. Aspiradora
   b. Refrigeradora
   c. Licuadora
   d. Cafetera,etc

7. Suministro de material de laboratorio
   a. Material de vidrio
   b. Material de plástico
   c. Espátulas
   d. Pro pipeta
   e. regla metálica
   f. ictiometro

8. Suministro de productos químicos
   a. Alcohol
   b. Sal

9. Suministro de energía
   a. Eléctrica Contratada
   b. Vahos
   c. Vapor
   d. Baterías
   e. fluorescentes
10. Suministro de agua
   a. agua potable

11. Suministro de equipos y útiles de cómputo
   a. Monitor
   b. CPU
   c. Teclado
   d. Mouse
   e. tinta de impresora y/o tonner
   f. Impresora

12. Suministro de materiales de limpieza
   a. Esponja
   b. Escobilla
   c. lava vajilla
   d. detergente industrial
   e. trapo
   f. recogedor
   g. escoba
   h. Escobillón

13. Suministro de equipos de laboratorio
    a. Balanza de precisión
    b. Licuadora
    c. pHmetro
    d. Refractómetro
    e. Cocinilla
    f. Balanza
    g. Termómetro digital
    h. Termómetro patrón

14. Suministro de útiles de protección personal
    a. Lentes
    b. Casco
    c. Ropa de trabajo
    d. Protector de oídos
    e. Guantes de asbesto
    f. Mascarillas de polvo
    g. Mascara antigas
    h. Guantes de jebe
    i. Ropa de agua
    j. Guante de cuero
    k. Guante de hilo
    l. Guante de nylon
    m. Botas de jebe

15. Suministro de equipos
    a. Maquina de coser

16. Suministro de materiales de mantenimiento
    a. Repuestos
    b. Componentes electrónicos
    c. Material
    d. Asbesto

17. Suministro de útiles de tocador
    a. Jabón liquido
    b. Champú
18. Suministro de combustible
    a. Gasolina
    b. Petróleo R-6
    c. Petróleo D-2
    d. Gas
19. Suministro de desinfectantes
    a. Hipoclorito
    b. Salmex
    c. Alcohol yodado
    d. Citricidal

20. Suministro de Plaguicidas
    a. Desinsectantes
    b. Rodenticidas

21. Suministro de vehículos de carga
    a. Camiones
    b. Contenedores
    c. Cisternas

22. Suministro de lubricantes y grasas

23. Suministro de productos de cocina
    a. Frutas
    b. Verduras,

c. Menestras
d. Tubérculos

32. Suministros de aire

LISTA DE ASPECTOS AMBIENTALES

1. Generación de empleo

2. Consumo de papel

3. Generación de ruido

4. Generación de residuos sólidos no peligrosos
   a. Papel
   b. útiles de protección
   c. material de vidrio
   d. restos orgánicos
   e. trapo
   f. hilos
   g. plástico
   h. cartón
   i. madera

5. Generación de residuos sólidos peligrosos
   a. tinta de impresora
   b. envases de reactivos
   c. pilas
   d. tinta de lapiceros
   e. trapos contaminados
   f. envases de plaguicidas
   g. lubricantes y grasas usadas
   h. fluorescentes

6. Generación de efluentes de limpieza
   a. Agua de limpieza de equipos

7. Potencial derrame de combustible, grasas y lubricantes

8. Potencial fuga y/o explosión de gases comprimidos

9. Consumo de energía
   a. eléctrica.: fluorescentes, focos, computadoras.
   b. Vapor
   c. Vahos
   d. Fluido térmico

10. Consumo de agua potable.

11. Consumo de combustible

12. Emisión de gases de combustión de vehículos (camionetas, camión)
    a. camioneta
    b. camion
    c. vehículos de traslado interno

13. Emisión de gases tóxicos
    a. desinfectantes
    b. Trabajos de soldadura

14. Potencial Incendios

15. Potencial sismos y tsunamis
16. Potencial descarga eléctrica
17. Reutilización de material metálico
18. Consumo de repuestos
19. Consumo de comburente
20. uso de agua de mar
21. Emisiones de gases y /o vapores de proceso
22. Consumo de grasas y lubricantes
23. Consumo de sal
24. Reutilización de energía calórica
25. Generación de efluentes de aguas servidas.
26. Erradicación de vectores
27. Ocupación del área acuática
28. Potencial Generación de residuos sólidos peligrosos
29. Consumo de insumos
    a) De laboratorio
    b) De producción
    c) De mantenimiento
    d) Desinfectantes
30. Consumo de materiales de limpieza
31. Potencial derrame de residuos al mar
32. Consumo de equipos de fuentes de poder
33. Atrayentes de vectores
34. Uso de fluorescentes

LISTA DE IMPACTOS AMBIENTALES

1. Mejorar la calidad de vida
2. Contaminación del suelo
3. Contaminación del aire
4. Contaminación del mar
5. Alteración del hábitat
6. Reducción de la capacidad de relleno sanitario
7. Contaminación sonora
8. Daño a la salud
9. Potencial contaminación del suelo
10. Potencial contaminación del aire
11. Potencial contaminación del mar

12. Agotamiento del recurso natural
    a) Flora
    b) Agua

13. Minimiza la contaminación del suelo

14. Alteración del recurso natural
    a) Aire

15. Agotamiento del recurso no renovable

16. Agotamiento de recurso hidrobiológico

17. Agotamiento del agua de mar

18. Aprovechamiento del recurso

19. Minimizar la contaminación del agua de mar

20. Agotamiento del recurso mineral

21. Control de vectores

22. Incremento del impacto por consumo de reactivos

23. Potencial daño a la salud

24. Potencial alteración del habitad

ANEXO C

ESCALA DE SIGNIFICANCIA

CRITERIO DE SIGNIFICANCIA	**El aspecto es ALTO cuando causa o puede causar:**	**El aspecto es MEDIO cuando causa o puede causar:**	**El aspecto es BAJO cuando causa o puede causar:**
Magnitud del impacto ambiental	La cantidad del residuo, el uso de recursos o fuente que genera el aspecto ambiental es alto; es continuo en el tiempo; está por encima de los estándares establecidos.	La cantidad del residuo, el uso de recursos o fuente que genera el aspecto ambiental está cercano a los estándares establecidos. Si se produce pero no es continua en el tiempo.	La cantidad del residuo, uso de recursos o fuente que genera el aspecto ambiental es mínima o no se produce. No es perceptible.
Severidad del impacto ambiental	Daños graves o irreversibles al ambiente o al personal; el impacto es continuo o durante mucho tiempo; se manifiesta fuera del predio de la planta; es percibido por la comunidad vecina como algo grave.	Afecta o afectaría reversiblemente al ambiente o al personal; el impacto tiene una duración interrumpida; su impacto afecta únicamente al predio de la planta; su impacto es percibido como grave por vecinos aislados.	Hay una afectación mínima al ambiente o al personal; la comunidad vecina no se percibe afectada por el impacto real o potencial.
Duración del impacto ambiental	La permanencia del impacto ambiental es alta en el ambiente, el residuo o fuente que lo genera no es degradable, el ambiente no lo asimila, la capacidad de auto depuración es baja.	La permanencia del impacto ambiental no es alta en el ambiente, el residuo o fuente que lo genera es degradable, el ambiente puede asimilarlo en un tiempo corto, la capacidad de auto depuración es lenta.	La permanencia del impacto ambiental es baja en el ambiente, el residuo o fuente que lo genera es degradable, es asimilable en el ambiente, la capacidad de auto depuración es alta.
Costo de Reparación o Mitigación	Es necesario invertir en equipo o instalaciones nuevas: implica el mantenimiento mayor de un equipo; la reparación del daño es fuera de la empresa; la mitigación o control del impacto implica días perdidos de producción, indemnizaciones o sanciones costosas.	Es necesario llevar a cabo un mantenimiento rutinario a un equipo, comprar refacciones o equipo auxiliar que no implican un mantenimiento mayor; la reparación del daño es dentro del predio de la empresa.	Su control real o potencial no implica los costos mencionados en los otros grados de evaluación.

ANEXO D

- **VALORES DE SIGNIFICANCIA**

B = BAJA : DESDE 0 HASTA 3.0
A = ALTA : DESDE 3.5 HASTA 5.0

- **NIVELES DE SIGNIFICANCIA**

ALTO : 1
MEDIANO : 0.5
BAJO : 0

FORMATO PARA LA EVALUACION Y CALIFICACION DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES SIGNIFICATIVOS.

1.- ALCANCE

Este formato registra la Evaluación y Calificación de los Aspectos e Impactos Ambientales de los procesos.

2.- RESPONSABILIDADES

2.1.-UNIDAD DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.

Es responsable de identificar, evaluar, calificar y registrar los Aspectos e Impactos Ambientales de los procesos de su competencia.

3.- FORMATO

El formato que se utilizará para registrar la Identificación, Evaluación y Calificación de los Aspectos e Impactos Ambientales Significativos de los Procesos.

4.- INSTRUCCIONES DE USO Y LLENADO

4.1.- Los responsables del manejo del formato deben de asegurarse de consignar toda la información requerida.

4.2.- Descripción de los espacios de F-AC-0501 que deben llenar las personas encargadas.

a. Anotar la Instalación donde se realizará la evaluación de los Aspectos ambientales.
b. Anotar el área que se evaluara.
c. Anotar el responsable del área a evaluar.
d. Anotar el proceso que se evaluara.
e. Anotar el número del aspecto identificado.
f. Anotar la descripción del Aspecto Ambiental identificado.
g. Anotar si tiene o no requisito legal.
h. Anotar la inicial respectiva de la frecuencia.
i. Anotar los niveles de significancia del criterio de magnitud.
j. Anotar los niveles de significancia del criterio de severidad.
k. Anotar los niveles de significancia del criterio de duración.
l. Anotar los niveles de significancia del criterio de costo.
m. Anotar el valor de significancia.
n. Anotar si el aspecto es significativo o no.
o. Anotar Impacto Ambiental generados

5.- REGISTRO

Formato para la evaluación y calificación de Aspectos e Impactos Ambientales Significativos

INSTALACION: a										
AREA: b				**RESPONSABLE: c**						
PROCESO: d										
Nº de Aspecto	**Aspecto Ambiental**	**Requisito legal**	**Frecuencia**	**Criterios de Significancia**				**Valor de Significancia**	**Significativo**	**Impacto Ambiental**
				Magnitud	**Severidad**	**Duración**	**Costo**			
e	**f**	**g**	**h**	**i**	**j**	**k**	**l**	**m**	**n**	**o**

FRECUENCIA.	**NIVELES DE SIGNIFICANCIA**	**VALORES DE SIGNIFICANCIA**
C = continuo E= Estacional Es = Esporadico P= potencial	Alto = 1.0 Medio = 0.5 Bajo = 0.0	A = Alto : 3.5 a 5.0 B = Bajo : 0.0 a 3.0

PROPUESTA LOCALIZACION DEL PROYECTO

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

1.- Definición – El objetivo de este estudio es determinar el sitio más adecuado para ubicar el proyecto. La localización óptima es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, o también obtener el costo unitario mínimo. Con esta finalidad se consideran los requerimientos y los posibles lugares que podrían satisfacer los mismos. Sin embargo, para proyectos el problema de localizar se concentra en decidir si la industria debe localizarse cerca del centro productor de materias primas o cerca del mercado donde se consume el producto.

2.-Factores de localización:

- ✓ **Disponibilidad de materia prima**

  El factor que más influye en la selección del lugar, es la disponibilidad de materia prima, necesarias para la producción, este suministro de materias primas debe ser constante durante los meses de producción.

- ✓ **Cercanía del mercado**

  Se debe elegir un lugar que disponga de varias zonas de acceso, con el objeto de conseguir mayores servicios y mejores precios.

  Se buscará un mercado cercano para evitar mayores costos en el producto terminado.

- ✓ **Suministro de energía y combustible**

  Se debe asegurar la disponibilidad inmediata y constante de suministros de Luz, Agua y desagüe, por ser de vital importancia en el funcionamiento de la empresa.

- ✓ **Mano de obra**

  Para el trabajo en planta se va requerir de personal calificado y no calificado, tenemos que informarnos si existen o no y el precio de la misma.

- ✓ **Vías de acceso**

  Se debe elegir un lugar donde haya carreteras asfaltadas, para así facilitar el transporte rápido de la materia prima a la planta como del producto terminado al mercado.

3.-Metodología – Para el análisis de la localización, se utilizó el método cualitativo de puntajes ponderados, y el método cuantitativo por costos.

4.-Alternativas de localización. - Se consideraron tres posibles lugares para la localización, y deberá justificarse porque razón fueron consideradas.

- *Alternativa 1:*
- *Alternativa 2:*
- *Alternativa 3:*

5.-Análisis de costos de los principales factores de localización

- ✓ **Materia prima:** el precio es importante y para los lugares considerados los precios de esa materia prima son como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N°

PRECIO DEL PRODUCTO

ALTERNATIVA	COSTO EN SOLES / Kg

Fuente: Ministerio de Agricultura

- ✓ **Costo energía eléctrica:** éstos son como se observa en el siguiente cuadro:

CUADRO N°

COSTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

ALTERNATIVA	COSTO EN SOLES / Kg

Fuente: Sociedad Eléctrica Arequipa

- ✓ **Costo de agua potable:**

CUADRO N°

COSTO DE AGUA POTABLE

ALTERNATIVA	COSTO S/. m^3

Fuente: Empresa de saneamiento de Arequipa (SEDAPAR)

- ✓ **Costo de terreno:** se asume para las tres alternativas que no existe problemas de disponibilidad de terrenos y que en todo caso la diferencia, la establece el m^2 de cada lugar, tal como se observa en el siguiente. cuadro:

CUADRO N°

COSTO DE TERRENO

ALTERNATIVA	COSTO U.S. $ m^2

Fuente:

- ✓ **Costo de transporte:** éstos son como se observa en el siguiente cuadro:

CUADRO N°

COSTO DE TRANSPORTE

ALTERNATIVA	COSTO U.S. $ m^2

Fuente:

- ✓ **Costo de Mano de obra:** éstos son como se observa en el siguiente cuadro:

CUADRO N°
COSTO DE MANO DE OBRA

ALTERNATIVA	COSTO Soles / día

Fuente:

- ✓ **Evaluación cuantitativa de factores locacionales:**

  Se utilizó el método de ranking de factores. Se asignó un coeficiente de ponderación a cada factor locacional de la siguiente, forma:

CUADRO N°
EVALUACIÓN CUANTITATIVA DE FACTORES LOCACIONALES

Factor	Coeficiente de ponderación(%)
Costo de Materia prima	25
Costo de Energía Eléctrica	10
Costo de Agua	10
Costo de Terreno	05
Construcciones	05
Mano de Obra	15
Cercanía al mercado de Producto	20
Costo de transporte	10
TOTAL	**100**

Fuente: Elaboración propia

Luego, para cada factor se asigna un puntaje de calificación, de acuerdo al cumplimiento o nivel con que satisface los requerimientos de localización:

- ✓ **Escala de calificación:**

CUADRO N°

ALTERNATIVA	Puntaje
Malo	0
Regular	2
Bueno	4
Muy bueno	6

- ✓ **Localización óptima:** el cuadro siguiente da cuenta de los resultados de la calificación cualitativa y cuantitativa de las tres alternativas consideradas y el lugar seleccionado como la localización óptima del proyecto.

CUADRO N°

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Factor de Localización	Factor de Localización	Alternativas de Localización					
		Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Calif.	Ranking	Calif.	Ranking	Calif.	Ranking
Costo de Materia prima	25	0	0	4	100	6	150
Costo de Energía Eléctrica	10	2	20	4	40	6	60
Costo de Agua	10	4	40	4	40	4	40
Costo de Terreno	05	6	30	4	20	2	10
Construcciones	05	2	10	2	10	2	10
Mano de Obra	15	6	90	2	30	4	60
Cercanía al mercado de Producto	20	6	120	4	80	2	40
Costo de transporte	10	6	60	2	20	4	40
TOTAL	100		370		340		410

Fuente: Elaboración propia

- ✓ **Conclusión:** Después de la evaluación por el método de Ranking se determinó que la localización óptima será la que haya obtenido mayor puntaje.

EJEMPLO DE PROYECTO DE INVERSION

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO

"SAN JOSE ORIOL"

"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA RÁPIDA EN EL DISTRITO DE PAUCARPATA EN EL AÑO 2017"

Proyecto de Inversión presentado por:

CRISTHIAN MIGUEL MEZA HUARICALLO

Para optar el Titulo de Profesional Técnico en ADMINISTRACIÓN

AREQUIPA- PERÚ

2017

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. A mi familia quienes por ellos he logrado lo que soy ahora. Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, valores, principios, carácter, empeño, perseverancia, y coraje para conseguir mis objetivos.

A mis queridas amigas Karina y Vilma, que me apoyaron y me permitieron entrar en sus vidas desde el día en que nos conocimos, compartiendo bonitas experiencias junto a ellas dentro y fuera del salón de clase.

Finalmente le agradezco en una forma muy especial a mi gran amigo y hermano Arnold Jesús por haber hecho realidad este proyecto junto a él, y haber vivido experiencias inolvidables desde el primer día de clases hasta el día hoy que seguimos compartiendo alegrías, enojos, tristezas y aventuras que permanecerán por el resto de mi vida personal.

GRACIAS..!!!

INTRODUCCIÓN

Se puede definir un Proyecto de Inversión, como la propuesta por el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

De esta forma un proyecto surge de la identificación de unas necesidades. Consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos (incluyendo mercado) y financieros que permiten ver ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa.

Día a día y en cualquier sitio donde nos encontremos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre mismo. Desde la ropa que vestimos, los alimentos procesados que consumimos, hasta las modernas computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de venderse comercialmente, fueron evaluados desde varios puntos de vistas, siempre con el objetivo final de ///satisfacer una necesidad humana. Después de ello, "alguien" tomó la decisión para producirlo en masa para lo cual tuvo que realizar una inversión económica. En la actualidad, los proyectos de inversión requieren una base que los justifiquen. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse.

El hecho de realizar un análisis que se considere lo más completo posible, no implica que, al invertir, el dinero estará libre de riesgo. El futuro siempre es incierto y por esta razón el dinero siempre se está arriesgando. El hecho de calcular unas ganancias futuras, a pesar de haber realizado un análisis profundo, no asegura necesariamente que esas utilidades se vayan a ganar, tal como se haya calculado, sino ver una alternativa de ganancias futuras, es por ello que en éste proyecto te mostrará cómo se deben realizar si se quiere llevar a cabo un proyecto de inversión, así como las diferentes herramientas financieras que se pueden usar para facilitar el análisis de decisiones.

PRESENTACIÓN

Los proyectos de inversión permiten generar empleos a través de la adquisición de maquinaria, mano de obra y materia prima, que será transformada en la creación de nuevos productos o servicios capaces de atender las necesidades de las empresas o las del consumidor.

Por ello el presente proyecto espera que sea rentable para la creación de una nueva empresa, por consiguiente se describirá los capítulos del proyecto de inversión:

- CAPÍTULO I, Se habla sobre cómo le van a los restaurantes en el Perú y sobre todo el crecimiento que este tiene, pero también se explicará sobre la oportunidad y los objetivos del proyecto en la cual se quiere invertir.
- CAPÍTULO II, Desarrollamos y Analizaremos cuáles son las necesidades que se pretende satisfacer con nuestros productos y sobre todo dar a conocer los productos que pretendemos comercializar.
- CAPÍTULO III, Creamos nuestros procesos y describiremos las necesidades que se requerirá para el proyecto de inversión así como maquinarias, equipos, enseres, entre otros y sobre todo donde se ubicará nuestra empresa y la distribución de esta.
- CAPÍTULO IV, Describimos los puestos de trabajo, sus funciones y responsabilidades de cada puestos, diseñando nuestro organigrama y creando el diagrama del proyecto, desarrollando lo más importante de la empresa, nuestra visión y misión.
- CAPÍTULO V, Investigamos sobre los límites máximos de contaminación tanto acústico como del aire y que pretendemos respetar, así como también el impacto estético y paisajístico y daremos a conocer los tratamientos que daremos a nuestros residuos.
- CAPÍTULO VI, Investigamos sobre los costos de nuestra inversión tanto tangible como intangible, por otro lado también veremos el capital de trabajo que necesitaremos junto con un cronograma de la inversión para saber las fechas de la compra de los activos tangibles.
- CAPÍTULO VII, Analizamos y veremos el presupuesto que se necesitará para poder empezar nuestro proyecto de inversión así como también veremos el costo unitario de nuestro producto, y veremos si este es factible.

- CAPÍTULO VIII, Vemos con gran detalle y analizaremos las alternativas de financiamiento y elegiremos una para que nos pueda financiar nuestro proyecto, crearemos nuestra estructura de financiamiento para ver que se puede comprar con el financiamiento y que con nuestro aporte propio.
- CAPÍTULO IX, Evaluamos el financiamiento y la economía del proyecto, crearemos nuestros flujos para poder deducir las proyecciones de años futuros.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

1. NOMBRE DEL PROYECTO

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE COMIDA RÁPIDA EN EL DISTRITO DE PAUCARPATA EN EL AÑO 2017

2. DIAGNÓSTICO Y JUSTIFICACIÓN

2.1 NATURALEZA

2.1.1 Actividad Económica

La actividad económica de los restaurantes peruanos registró un crecimiento de 5,67%, en comparación con del año pasado, informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Este resultado se explica por la expansión de locales, amplia gama de alternativas de consumo, infraestructuras mejoradas, eventos empresariales, participación en ferias gastronómicas y la incidencia muy favorable del turismo interno y externo. La Encuesta Mensual de Restaurantes aplicada a 800 empresas dedicadas a los servicios de alimentación a nivel nacional indica que según tipo de negocio, los concesionarios de alimentos fueron los que más crecieron, seguidos por restaurantes, fuentes de soda y cafeterías, comidas rápidas, chifas, pollerías y otros negocios (cevicherías, restaurantes turísticos, pizzerías, bares y comida Internacional).Con un crecimiento de 12,37%, los concesionarios de alimentos fueron la rama más destacada, debido a la apertura de nuevas sucursales, incremento de clientes por la amplia gama de servicios, mejora de capacidad de atención, altos estándares de salubridad y competitividad. Los restaurantes mostraron buen desempeño, con un crecimiento de 6,28%, por la gran acogida de eventos empresariales, almuerzos corporativos en los servicios de buffet y menú, así como la participación en ferias gastronómicas por celebraciones especiales como el Día del Anticucho, Día del Chancho al Palo y Día del Cuy. Asimismo, los establecimientos de venta de pollos a la brasa

registraron un aumento de 2,32% por la ampliación de locales en centros comerciales, participación en eventos de instituciones públicas y privadas como aniversario de colegios, institutos, universidades y municipios, así como la aplicación de descuentos y promociones. El rubro de comida rápida creció en 3,85% impulsado por novedosas estrategias de marketing, entrega de postres y diversos artículos por consumo de combos, lanzamiento de nuevos productos, participación en eventos sociales y privados, precios accesibles y servicio rápido. De similar manera, los chifas registraron buena performance en su actividad económica y crecieron 3,41% sustentado en la variedad de potajes, ambientes acogedores y el servicio de catering para celebraciones como matrimonios, aniversarios y diversos agasajos. Mientras que las fuentes de soda y cafeterías crecieron en 4,26% por la mayor afluencia de clientes especialmente en el segmento joven. Asimismo, contribuyó con este resultado la ampliación y remodelación de locales en centros comerciales, innovación de cartas en sus propuestas de sándwiches, bebidas frías y calientes, pasteles y confiterías.

2.1.2 Tipo De Empresa

Sociedad Responsabilidad Limitada (S.R.L)

Modalidad apropiada para la pequeña y mediana empresa, con socios perfectamente identificados e implicados en el proyecto con ánimo de permanencia. Régimen jurídico más flexible que las sociedades anónimas. Está conformada por dos o más personas, los socios de la S.R.L. pueden ser físicas o jurídicas, con ventajas accesibles para un emprendedor:

- Libertad de la denominación social.
- Gran libertad de pactos y acuerdos entre los socios.
- Los contribuyentes deberán registrar sus operaciones en los siguientes libros y registros contables: Registro de Ventas Registro de Compras. Libro Diario de Formato Simplificado.

- No existe porcentaje mínimo ni máximo de capital por socio.
- Posibilidad de aportar el capital en bienes o dinero.
- Las sociedades conyugales que opten por tributar como tales como comprobantes de pagos ya sea boletas, facturas etc.
- Posibilidad de nombrar Administrador con carácter indefinido.
- Posibilidad de organizar el órgano de administración de diferentes maneras sin modificación de estatutos.
- No existe un número mínimo de socios trabajadores.
- Siendo muy utilizada por pequeños empresarios autónomos que de esta forma limitan su responsabilidad al capital aportado, evitando responder con su patrimonio personal ante las deudas de sus negocios.
- Clase de socios pueden ser socios trabajadores y/o socios capitalistas.

2.2 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

- Variedad de producto
- Precio cómodos y accesibles al publico
- Buena atención personalizada
- Fácil acceso de localización y movilización
- Personal bien calificado
- Local con un ambiente agradable
- Promoción de servicios en los productos
- Calidad de productos a consumir
-

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar la viabilidad técnico económico y financiero para la instalación de un restaurante de comida rápida denominado "El Rapidyn" del distrito de Paucarpata.

3.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Determinar y establecer la definición del proyecto.
- Determinar el estudio de mercado del proyecto.
- Determinar el estudio técnico del proyecto.
- Determinar el estudio de la organización del proyecto.
- Determinar el estudio ambiental y su impacto del proyecto.
- Determinar el estudio de la inversión del proyecto.
- Determinar el presupuesto del proyecto.
- Determinar el estudio de financiamiento del proyecto.
- Determinar la evaluación económica y financiera del proyecto.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.1 DEFINICIÓN DEL BIEN O SERVICIO

Nuestro proyecto va dirigido a niños, jóvenes, adultos y familias completas con el fin de satisfacer una necesidad o deseo alguno hacia ellos, por lo que nos caracterizamos de brindar un servicio de calidad hacia nuestros clientes incluyendo un ambiente agradable donde puedan compartir una experiencia inolvidable. A si mismo entrar a sus corazones y permitirnos servirles cubriendo sus necesidades que está en nuestras manos.

1.2 NECESIDADES QUE SATISFACE EL PRODUCTO

- Calidad del servicio con personal bien capacitado
- Precios cómodos al alcance de nuestro clientes
- Ambiente agradable
- Atención personalizada
- Le ofrecemos productos que le permitirá consumirlos fácilmente para así permitirle ganar más tiempo durante su vida diaria.
- Confiabilidad
- Garantía del servicio

1.3 CLIENTES POTENCIALES: QUIENES SON Y DONDE ESTÁN.

1.3.1 **Segmentación del mercado:**

Nuestra segmentación de mercado se especificó en cuanto a la variable geográfica, variable psicografica y variable socio-económica, en cuanto a la primera variable se especifica de esta manera, ya que el local está ubicado en una av., principal por lo que vimos la oportunidad de posicionarnos en ese sector por la falta de un servicio de comida rápida con calidad que no se brinda por el Sector.

En cuanto a la segunda variable nos enfocamos a la personalidad de gustos y preferencias de la población que esta ubicada en el círculo de nuestro negocio, permitiéndoles brindar su punto de vista de nuestro negocio y llegar a ellos con una aceptación.

La tercera variable nos enfocamos hacia la posición de nuestros clientes, es decir cuánto estarían dispuestos a pagar por los servicios que ofrecemos, Por lo que nuestro negocio estará dirigido hacia la clase B y C entre las edades de 8 a 55 años ya que nuestro negocio estará ubicado en un círculo de clase Media.

1.3.2 Diseño y tamaño de muestra:

N: Población Total

P: Probabilidad

Q: Probabilidad

E: Error muestral

n: Tamaño Muestral

Formula:

$$n = \frac{4(P)(Q)(N)}{E^2(N-1) + 4(P)(Q)}$$

Solución:

$$n = \frac{4(50)(50)(120446)}{10^2(120446-1) + 4(50)(50)}$$

$$n = 99.92$$

n= 100 encuestas

1.2.3 Diseño de la encuesta

1) **¿Consume usted comida al paso?**
   a. SI
   b. No
2) **¿Cada cuánto tiempo consume usted comida al paso?**
   a. Inter diario
   b. Semanal
   c. Cada 15 días
   d. 1 vez al mes

3) **¿Qué tipos de productos consume usted de comida al paso?**
   a. Salchipapas
   b. Caldos
   c. Sándwich
   d. Anticuchos
   e. Cenas
   f. Otros

4) **¿A qué locales acude usted?**
   a. Pollerías
   b. Restaurant
   c. Carros S.
   d. Snack
   e. Otros

5) **¿Por qué acude usted a estos servicios de comida al paso?**
   a. Precios cómodos
   b. Ambientes agradables
   c. Buena atención
   d. Promociones
   e. Otros

6) ¿Qué es lo más valoras al ir a comer un lugar de comida al paso?
   a. Apariencia del lugar
   b. Rapidez del servicio
   c. Tipo de comida
   d. Calidad de comida
   e. Variedad de comida
   f. Precio de la comida
7) ¿Cuándo asiste a estos puestos o locales cuanto es su promedio de gasto?
   a. 4-8 soles
   b. 5-10 soles
   c. 10-15 soles
   d. 15-20 soles
   e. 20- a mas
8) ¿Con que bebidas acompaña ud. sus comidas generalmente?
   a. Refresco
   b. Gaseosa
   c. Te
   d. Jugos
   e. Café
   f. Otros

9) ¿Si se le ofreciera los siguientes productos cuales les gustaría consumir?
   a. Cuy Broaster
   b. Cena
   c. Salchicono + refresco
   d. Salchipapa + refresco
   e. Pollo Broster + te
   f. Combicono + refresco

10) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos que se les está ofreciendo?

a. 5 soles
b. 4-6 soles
c. 5-8 soles
d. 6-8 soles
e. 10 soles a más

11) ¿Con quienes acude normalmente a consumir productos de comida rápida al paso?

a. Solo(a)
b. Amigos
c. Compañeros de trabajo
d. Familia
e. Otros

12) ¿Le gustaría que este local con sus productos, se instale en esta Av. Principal?

a. Si
b. No

13) ¿Una vez instalado el nuevo local le gustaría que tuviese un servicio de delivery para su casa?

a. Si
b. No

1.2.4 Tabulación de datos.

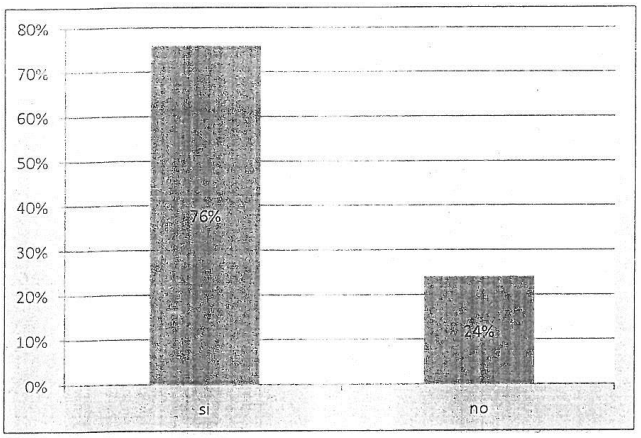
1) ¿consume usted comida al paso?

TABLA 1

Consumen	Consume Si 76%	Consume No 24%
si	76%	
no		24%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 1



Fuente: Elaboración propia

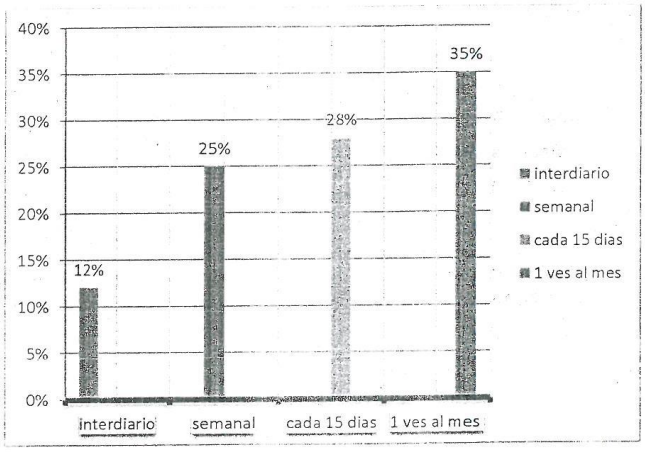
2) ¿Cada cuánto tiempo consume usted comida al paso?

TABLA 2

CONSUMEN	interdiario	semanal	cada 15 días	1 ves al mes
interdiario	12%			
semanal		25%		
cada 15 días			28%	
1 ves al mes				35%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 2



Fuente: Elaboración propia

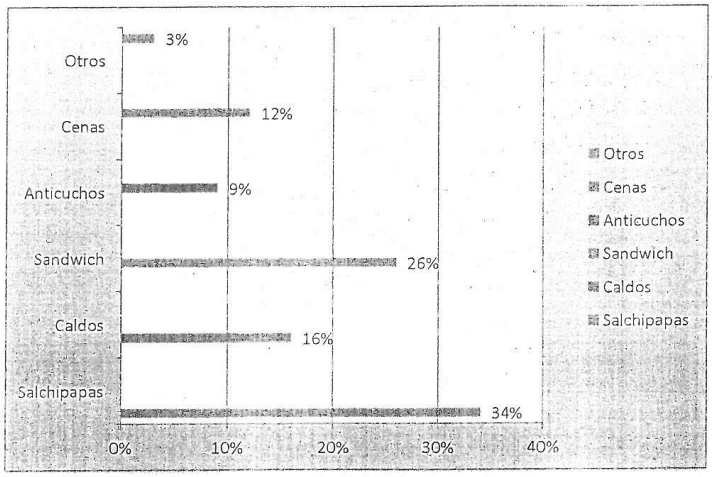
3) ¿Qué tipos de productos consume usted de comida al paso?

TABLA 3

comidas	Salchipapas	Caldos	Sándwich	Anticuchos	Cenas	Otros
Salchipapas	34%					
Caldos		16%				
Sándwich			26%			
Anticuchos				9%		
Cenas					12%	
Otros						3%

Fuente: **Elaboración propia**

GRAFICO 3



Fuente: **Elaboración propia**

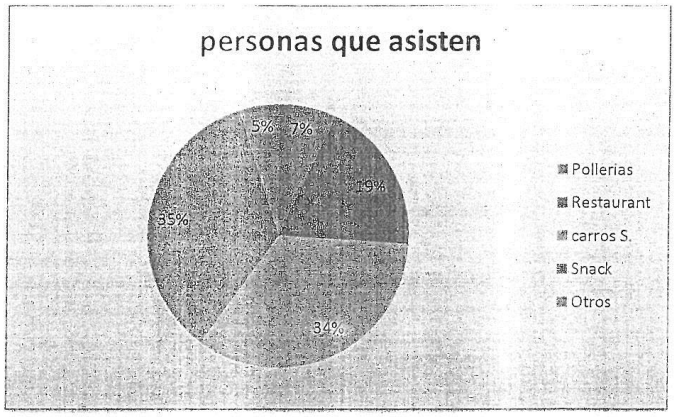
4) ¿A qué locales acude usted?

TABLA 4

	personas que asisten
Pollerías	7%
Restaurant	19%
carros S	34%
Snack	35%
Otros	5%

Fuente: **Elaboración propia**

GRAFICO 4



Fuente: Elaboración propia

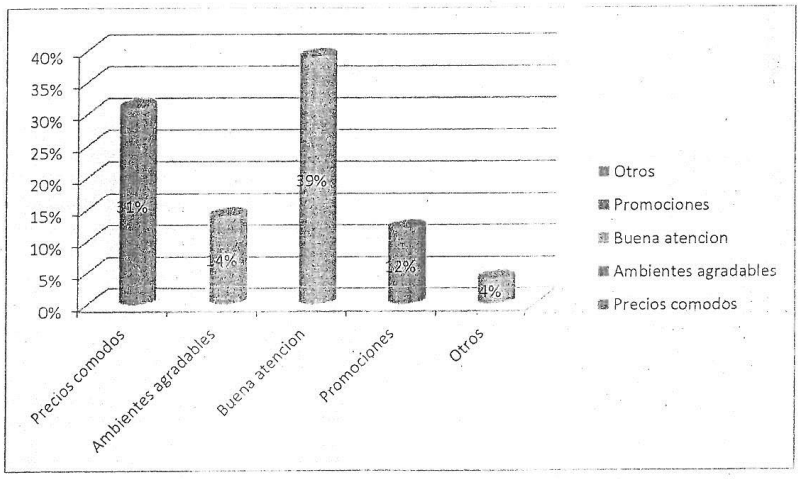
5) ¿Por qué acude usted a estos servicios de comida al paso?

TABLA 5

	Precios cómodos	Ambientes agradables	Buena atención	Promociones	Otros
Precios cómodos	31%				
Ambientes agradables		14%			
Buena atención			39%		
Promociones				12%	
Otros					4%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 5



Fuente: Elaboración propia

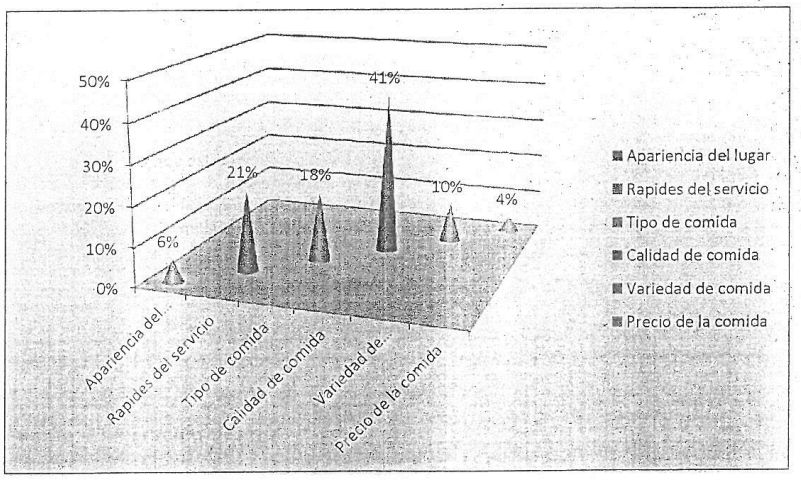
6) ¿qué es lo más valoras al ir a comer un lugar de comida al paso?

TABLA 6

	Apariencia del lugar	Rapidez del servicio	Tipo de comida	Calidad de comida	Variedad de comida	Precio de la comida
Apariencia del lugar	6%					
Rapidez del servicio		21%				
Tipo de comida			18%			
Calidad de comida				41%		
Variedad de comida					10%	
Precio de la comida						4%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 6



Fuente: Elaboración propia

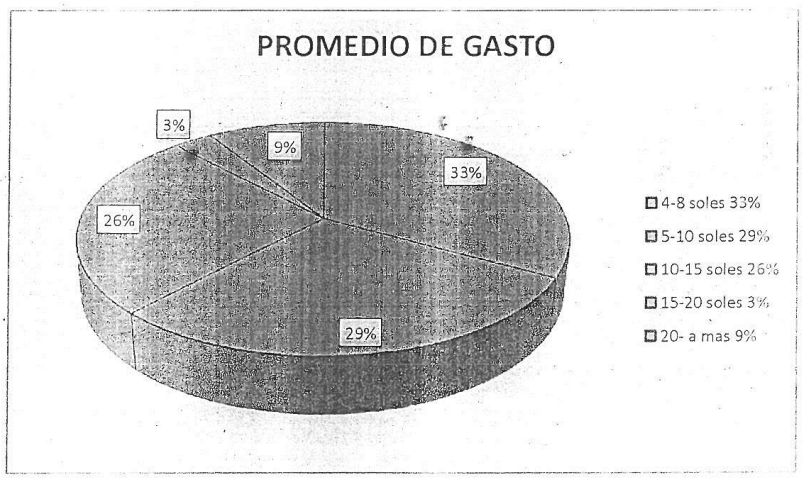
7) ¿Cuándo asiste a estos puestos o locales cuanto es su promedio de gasto?

TABLA 7

	PROMEDIO DE GASTO
4-8 soles 33%	33%
5-10 soles 29%	29%
10-15 soles 26%	26%
15-20 soles 3%	3%
20- a mas 9%	9%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 7



Fuente: Elaboración propia

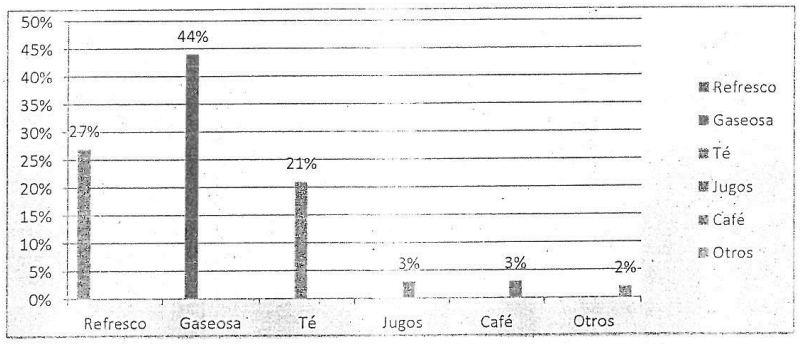
8) ¿Con que bebidas acompaña usted sus comidas generalmente?

TABLA 8

	Refresco	Gaseosa	Té	Jugos	Café	Otros
Refresco	27%					
Gaseosa		44%				
Té			21%			
Jugos				3%		
Café					3%	
Otros						2%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 8



Fuente: Elaboración propia

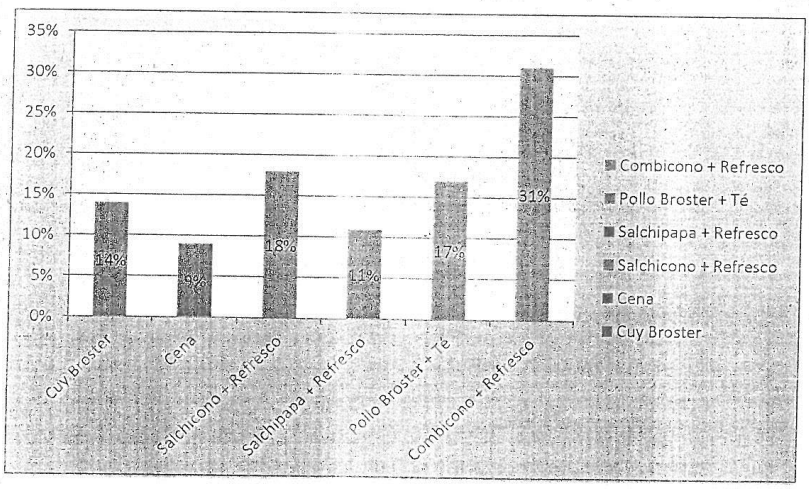
9) ¿Si se le ofreciera los siguientes productos cuales les gustaría consumir?

TABLA 9

	Cuy Broster	Cena	Salchicono + Refresco	Salchipapa + Refresco	Pollo Broster + Té	Combicono + Refresco
Cuy Broster	14%					
Cena		9%				
Salchicono + Refresco			18%			
Salchipapa + Refresco				11%		
Pollo Broster + Té					17%	
Combicono + Refresco						31%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 9



Fuente: Elaboración propia

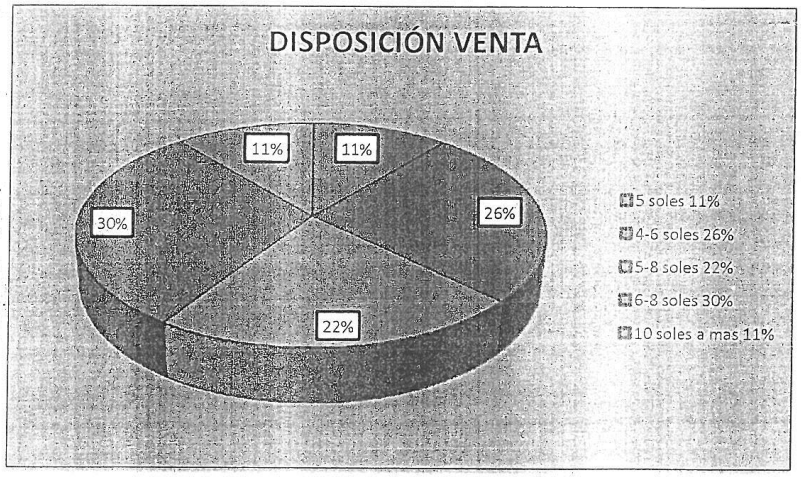
10) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos productos que se les está ofreciendo?

TABLA 10

	DISPOSICIÓN VENTA
5 soles 11%	11%
4-6 soles 26%	26%
5-8 soles 22%	22%
6-8 soles 30%	30%
10 soles a mas 11%	11%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 10



Fuente: Elaboración propia

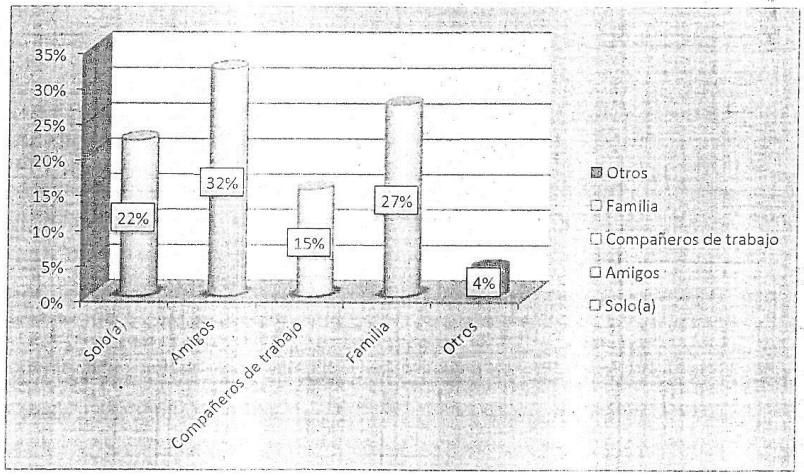
11) ¿Con quienes acude normalmente a consumir productos de comida rápida al paso?

TABLA 11

	Solo(a)	Amigos	Compañeros de trabajo	Familia	Otros
Solo(a)	22%				
Amigos		32%			
Compañeros de trabajo			15%		
Familia				27%	
Otros					4%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 11



Fuente: Elaboración propia

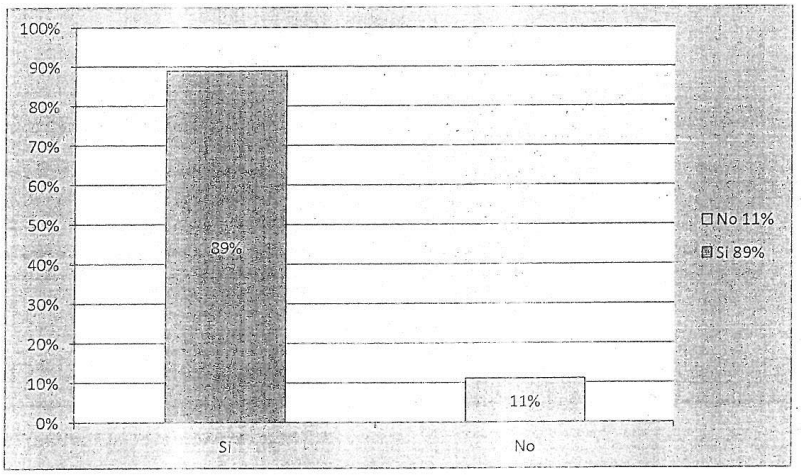
12) ¿Le gustaría que este local con sus productos, se instale en esta AV. Principal?

TABLA 12

	Si 89%	No 11%
Si	89%	
No		11%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 12



Fuente: Elaboración propia

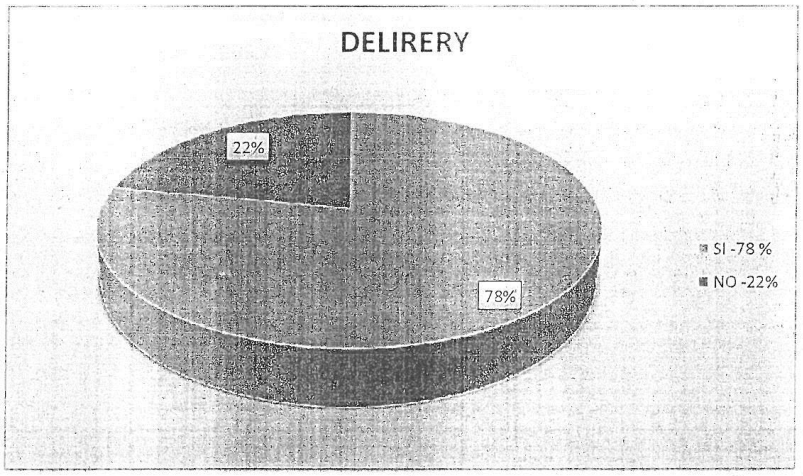
13) ¿Una vez instalado el nuevo local le gustaría que tuviese un servicio de delivery para su casa?

TABLA 13

	DELIRERY
SI -78 %	78%
NO -22%	22%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO 13



Fuente: Elaboración propia

1.2.5 Definición del Mercado

A) **Mercado potencial**

Formula:

MP= PP * 0.60

Solución:

Población de Paucarpata 120446 habitantes.

MP=120446 * 60%

MP= 72267.60

B) **Mercado disponible**

Formula:

MD= MP * n %

Solución:

MD= 72267.60 * 99.92%

MD= 72209.79

C) **Mercado objetivo.**

Formula:

MO= MD * 1%

Solución:

MO= 7220.92 * 1%

MO= 72.2092

1.2.6 ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO

Fortalezas

- Servicio de calidad y eficiente
- Variedad de producto.
- Precios accesibles del producto.
- Calidad en el producto.
- Desarrollo de una buena atención

Oportunidades

- Ampliación de nuestro local
- Ampliar la variedad de los productos
- Mejora del producto
- Productos diferenciales
- Existe una demanda insuficiente

Debilidades

- Somos nuevos en el mercado
- Mal manejo de publicidad
- Falta de experiencia en el mercado
- No contar con un número de clientes fijos
- Posibles pérdidas en el principio

Amenazas

- Nuevos competidores en el sector
- Cambios de hábitos de los consumidores
- Productos sustitutos.
- Cambios bruscos de precios constantes.
- Incrementos de costos o insumos

2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

2.1 IDENTIFICACIÓN DE LOS COMPETIDORES.

2.1.1 Competidores directos:

- Nuestro competidores directos nos enfocamos en los Carros Salchipaperos, pollería y sangucheria ya que están cerca al círculo de nuestro negocio, siendo uno de nuestros competidores más cercanos, así mismo también por ofreciendo productos relacionados a los nuestros.
- Santa Rosa "Carro Salchipapero" ubicado la Calle Sánchez Cerro a una cuadra de nuestro local..
- Virgen de Chapí "carro sachipapero" ubicado en la Av. Sol a media cuadra del local.
- Virgen de Fátima local servicios de cenas ubicado en la av. Sol frente a nuestro local.
- Los Ángeles restaurante (cenas), ubicado a dos cuadras de la Av. Sol.
- Pollería "La brasa", ubicado en la Av. Sol a cuatro cuadras de nuestro local.

2.2 ANÁLISIS FODA DE LA COMPETENCIA.

2.2.1 Santa rosa- comidas

Fortalezas

- Personal calificado
- Equipo Humano
- Precios asequibles hacia al publico
- Margen publicitario
- Buena atención

Oportunidades

- Amplio mercado
- Fidelización al cliente
- Nuevos productos
- Mejora del producto
- Promociones

Debilidades

- Poco capital
- Tardanzas en la atención al cliente
- Pocos ingresos iníciales
- Falta de experiencia
- Falta de publicidad

Amenazas

- Recortes en sanidad
- Nuevos competidores
- Aumento de costo de materias primas
- Miedo al cambio por parte de los clientes
- Crisis económica

2.2.2 Virgen de Chapí-comida rápida

Fortalezas

- Precios cómodos
- Experiencias personales
- Necesidad del servicio
- Instalaciones ms confortables y novedosas
- Marketing – publicidad

Oportunidades

- Ofrecer un servicio de calidad
- Nuevos productos
- Acceso a clientes nuevos
- Crecimiento sostenido y oportunidad de ser únicos
- Desarrollo de mercado

Debilidades

- Excesiva atomización
- Ausencia de estrategias de innovación
- Pequeña actividad de investigación y desarrollo
- Decreciente demanda de consumó
- Falta de fortaleza competitiva

Amenazas

- Nuevos competidores
- Tener un solo proveedor
- Disminución de ganancias
- Incrementos de costos de materia prima
- Rapidez de cambios de hábitos en consumidores

2.2.3 Virgen de Fátima- cenas

Fortalezas

- Mejor atención al cliente
- Brindar precios accesibles
- Personal capacitado
- Invierten en publicidad para ser más competitivos
- Gran diversidad se producto

Oportunidades

- Ampliación de nuestro local comercial
- Innovaciones
- Nuevos puntos de venta
- Únicos en el mercado en vender comida rápida
- Fidelización del cliente

Debilidades

- Falta de fortaleza competitiva
- Personal mal capacitado
- Poco capital
- Grandes gastos de local
- Pocos ingresos iniciales

Amenazas

- Nuevos Productos de competidores
- Nuevos competidores en el mercado
- Tener un solo proveedor
- Bajar los márgenes de ganancia la utilidad se ve afectado
- Incrementos de costos

2.2.4 Los Ángeles restaurante(cenas)

Fortalezas

- Platos adaptados al sector local
- Personal capacitado
- Calidad de servicio
- Alta higiene
- Buenos precios

Oportunidades

- Ampliar el local
- Rápida evolución económica
- Utilización de nuevos canales de venta(marketing)
- Aumento de proveedores de materia prima
- Capacidad adquisitiva de consumidores en crecimiento.

Debilidades

- Alta rotación de personal
- Costos unitarios elevados
- Pocos puntos de venta
- Poca publicidad del local(marketing)
- Cartera de productos limitada

Amenazas

- Entrada de nuevos competidores
- Competencia actual agresiva
- Establecimiento de nuevos mas competidores.
- Nueva legislación(mayores impuestos a comida rápida)
- Disminución de calidad en productos y servicios.

2.2.5 Pollería "La brasa"

Fortalezas

- Servicio personalizado
- Calidad de servicio
- Buen ambiente laboral
- Alta higiene
- Variedad de productos

Oportunidades

- Ampliación del local
- Mejoramiento de marketing
- Rápida evolución de recursos
- Tendencia favorable en el mercado
- Aumento de materia prima

Debilidades

- Publicidad centrada en un solo segmento
- Alta rotación de personal
- Retrasos de atención
- Baja participación del mercado
- Productos no tropicalizados plenamente

Amenazas

- Nuevos competidores en el sector
- Mayores impuestos en el rubro
- Perdidas económicas en marcha
- Disminución de calidad y servicios de productos
- Cambios hábitos de los clientes

3. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN.

3.1. DECISIÓN SOBRE EL BIEN O SERVICIO.

- Pollo Broaster
- Salchipapa
- Combi Cono
- Salchicono
- Cuy Broaster

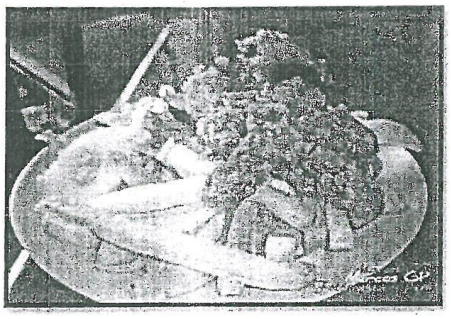
3.1.1 Pollo Broaster

- kion
- ¼ pollo
- cucharadas de sal
- ½ taza de apio licuado
- ½ cucharada comino molido
- ½ kg de harina
- ¼ de mandioca
- ½ litro de aceite
- papas medianas picadas en tajadas

Preparación

- El pollo se le troza y se agrega sal, se coloca en una olla con poca agua, adicionando el kion, comido y el apio licuado.
- Una vez que el pollo este macerado se coloca en un recipiente para filtrarlo de su propio jugo
- En un recipiente mezclar la harina y la mandioca para proceder al apanado del pollo.
- Seguidamente se procede a freír las piezas de pollo
- Ya listo para comer se acompaña con papas fritas y ensalada.

Presentación imagen N° 1



Fuente: google imágenes

3.1.2 SALCHIPAPA

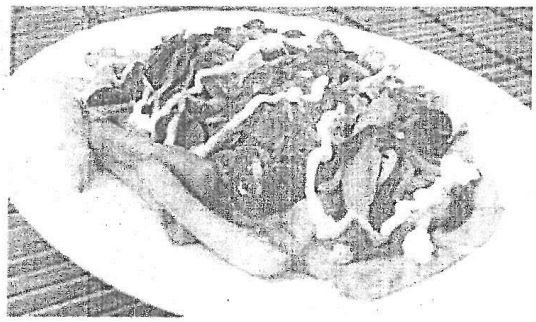
ingredientes

- papas medianas cortadas en bastones
- ½ Salchicha cortada al sesgo
- Aceite
- 1 cucharada de Sal
- Cremas (Mostaza, Kétchup, Mayonesa, Ají)

Preparación

- Freír las papas, salar y reservar.
- Freír las salchichas.
- Emplastar las papas fritas con las salchichas fritas.
- Añadir cremas al gusto (Mostaza, Kétchup, Mayonesa, Ají).

Presentación imagen N° 2



Fuente: google imágenes

3.1.3 COMBI CONO (POLLO Y SALCHICHA)

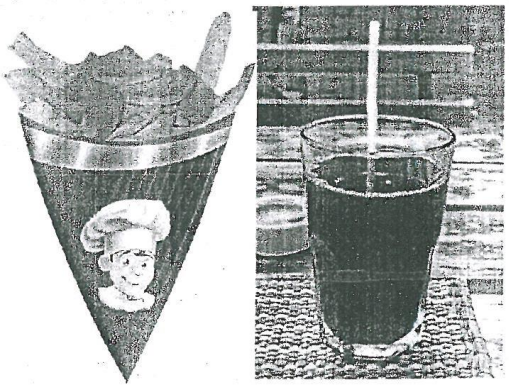
Ingredientes

- Papas medianas cortadas en bastones
- ½ Salchichas cortadas al sesgo
- 1/8 de pollo desmenuzado
- Aceite
- Sal una cucharada
- Cremas (Mostaza, Kétchup, Mayonesa, Ají)

Preparación

- Freír las papas, salar y reservar.
- Freír las salchichas.
- Emplastar las papas fritas con las salchichas fritas.
- Seguidamente agregar el pollo desmenuzado en sima de la papas
- Añadir cremas al gusto (Mostaza, Kétchup, Mayonesa, Ají).
- Finalmente de promoción su vaso de chica de choclo morado

Presentación Imagen N°3



Fuente: google imágenes

3.1.4 SALCHICONO

Ingredientes

- Papas medianas cortadas en bastones
- ½ Salchichas cortadas al sesgo
- Aceite
- ½ cucharada deSal
- Cremas (Mostaza, Kétchup, Mayonesa, Ají)

Preparación

- Freír las papas, salar y reservar.
- Freír las salchichas.
- Emplastar las papas fritas con las salchichas fritas.
- Añadir cremas al gusto (Mostaza, Kétchup, Mayonesa, Ají).

Presentación imagen N°4

Fuente: google imágenes

3.1.5 CUY BROASTER

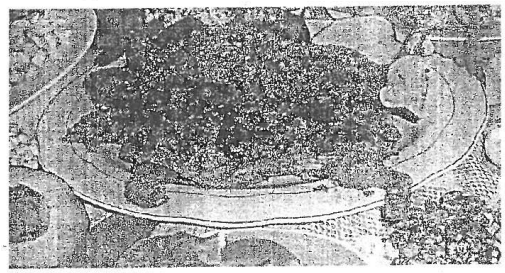
Ingredientes

- Kion
- ¼ de carne de cuy
- cucharas de Sal
- ½ taza de Apio licuado
- ½ cucharada de Comino molido
- ½ kg de Harina
- ¼ de Mandioca
- Aceite

Preparación

- El cuy se le troza y se agrega sal, se coloca en una olla con poca agua, adicionando el kion, comido y el apio licuado.
- Una vez que el cuy este macerado se coloca en un recipiente para filtrarlo de su propio jugo
- En un recipiente mezclar la harina y la mandioca para proceder al apanado del cuy.
- Seguidamente se procede a freír la pieza de cuy
- Ya listo para comer se acompaña con papas fritas y ensalada de forma opcional.

Presentación imagen N° 5



Fuente: google imágenes

3.2 DECISIONES SOBRE LA DISTRIBUCIÓN

Nuestro local se encontrara ubicado en la Av. Sol 807 zona B Miguel Grau del Distrito de Paucarpata – Arequipa.

3.3 DECISIONES SOBRE PRECIO

CUADRO N°1

PRODUCTO	PRECIO
Pollo Braoster	7.00
Salchicono	3.00
Cuy Braoster	9.00
Combi Cono	4.00
Salchipapa	3.50

Fuente: Elaboración Propia

3.4 DECISIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN

CUADRO N°2

DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	TIEMPO	CANTIDAD
Volantes	Colores llamativos de 15 x 10 cm de hoja que especificara la ubicación del local y los productos que ofrecemos.	2 meses	800
Redes sociales	Facebook , Twitter	Indefinido	indefinido
Anunciar por un diario	Poner imágenes que llamen la atención de nuestros productos. Y haciendo conocer más el lugar del negocio.	Semanas intercaladas	2

Fuente: Elaboración Propia

4. ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

CUADRO N°3

PROVEEDOR	TIPO DE PRODUCTO	PRODUCTO	RAZÓN O MOTIVO
Sr. Néstor Aquino perales ubicado en la av. Sol 810 zona b del distrito de Paucarpata.	Carne	Cuy	Por la calidad de crianza y con un precio cómodo accesible para el negocio y por la facilidad de acceso de la compra de carne de cuy.
Mercado mayorista(Avelino) ubicado en el distrito de José Luis Bustamante y ribero	Carne Tubérculos Embutidos	Pollo, papa, salchichas, apio y kion	Por la calidad de productos, mejor facilidad en el acceso de compra, precios cómodos y favorables al público de por mayor y menor.
Macro ubicado en el distrito de José Luis Bustamante y ribero	Abarrotes	Azúcar, aceite, sal, harina, mandioca, etc.	Por precios cómodos y calidad de servicio al por mayor, garantía en el producto y promociones accesibles para el acceso de compra.

Fuente: Elaboración Propia

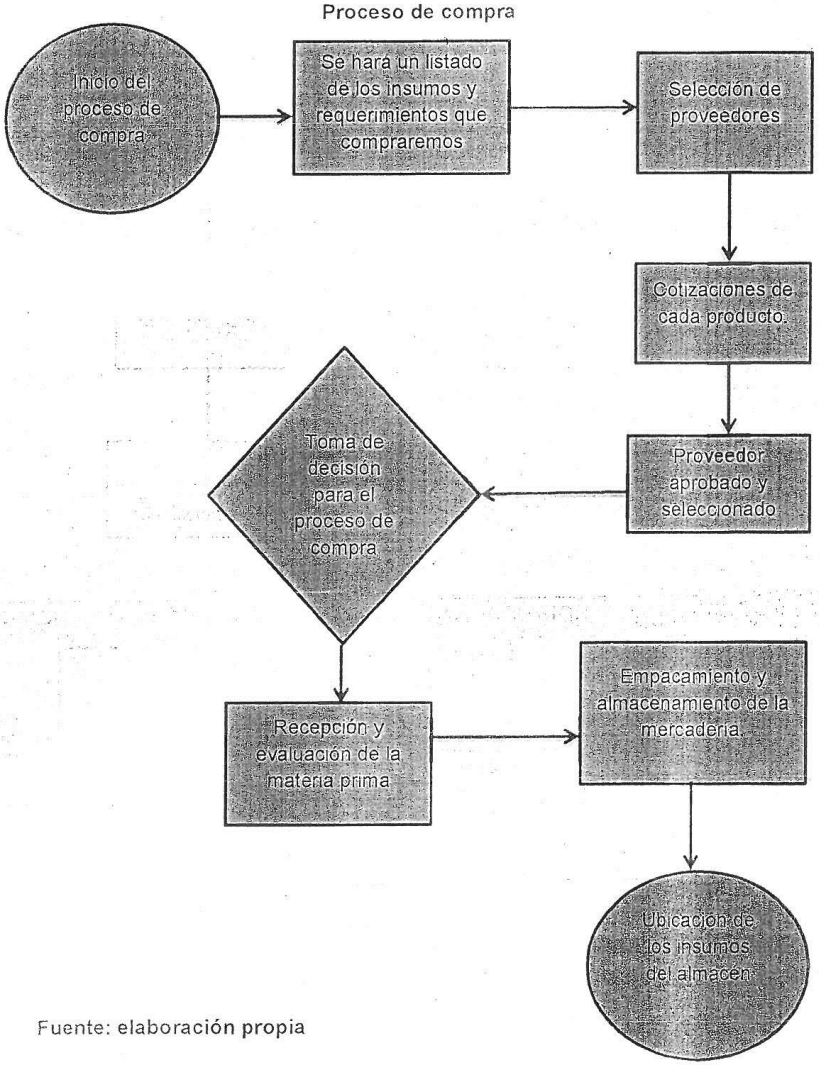
CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

1. PROCESO TECNICO

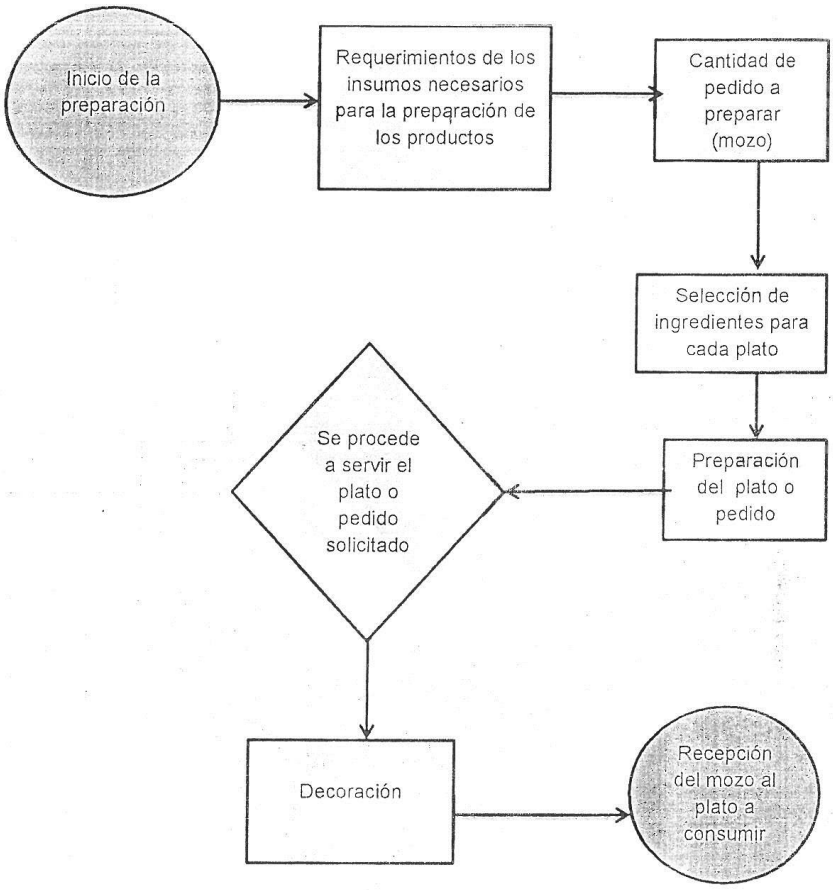
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Proceso de compra



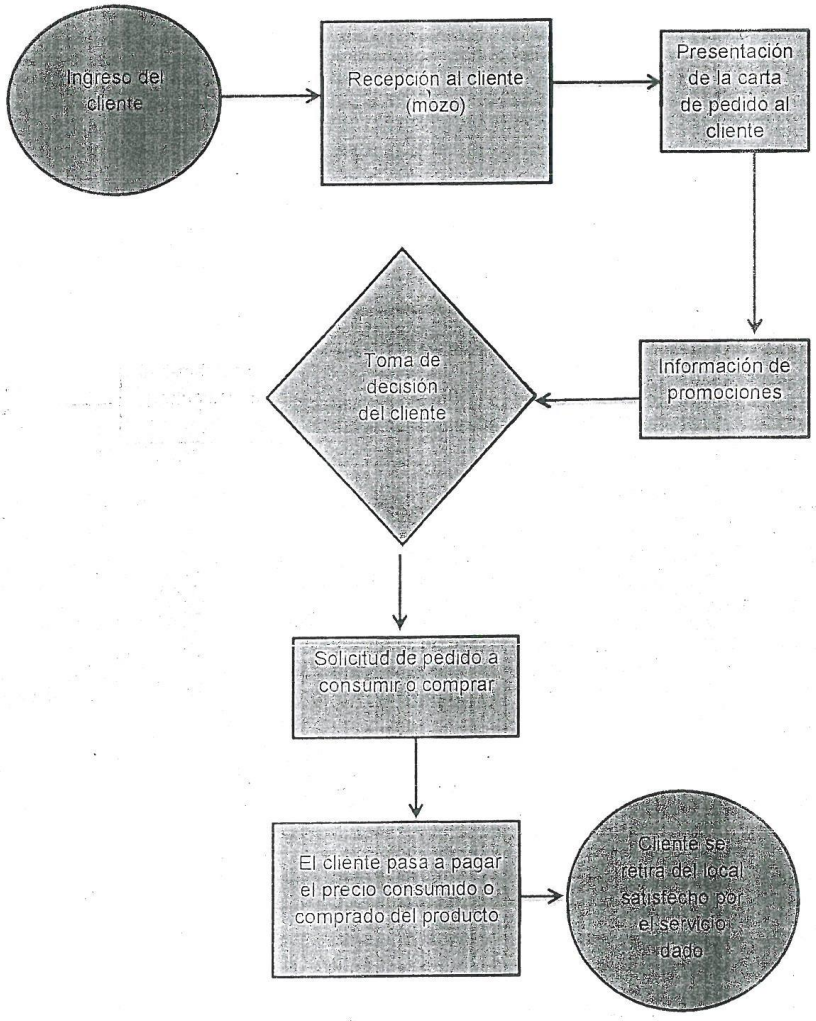
Fuente: elaboración propia

Proceso de producción



Fuente: elaboración propia

Proceso de ventas



Fuente: Elaboración propia

1.2 TECNOLOGIA

1.2.1 **Vehículos**

Nuestro proyecto iniciara sus operaciones sin la adquisición de ninguna unidad vehicular ni motorizada por lo tanto no realizaremos ninguna inversión.

1.2.2 **Maquinaria y equipo**

Equipos de Cocina Cuadro N° 4

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICA
01	Cocina	Marca- Surge 4 hornillas Fierro Inoxidable Tamaño 1.20 x 50 de ancho Color plomo
01	Licuadora	Marca Oster Cuchilla inoxidable Tasa transparente De 6 velocidades Color azul
01	Refrigeradora	color plomo marca LG medida 1.80 ahorrador de luz tres niveles de temperatura
01	Microonda	color negro marca Samsung tamaño 45cm x 30 plato giratorio trasparente encendido eléctrico

Fuente: Elaboración Propia

Equipos de Ventas Cuadro N° 5

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICA
01	televisor	Marca- LG Tamaño 32 pulgadas Pantalla plana Entrada de usb Definición hd Color negro

Fuente: Elaboración propia

Equipos de Administración Cuadro N° 6

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICA
01	Computadora	Marca – Samsung Pantalla plana Entrada de USB Memoria RAM 32 GB Color gris Pantalla de 16 pulgadas Reproductor de cd
01	Impresora	Marca- LG Color negro Tintas Liquidas de acceso Impresión de variedad de tipo de papel Mejor resolución de impresión

Fuente: Elaboración propia

1.2.3 SOFTWARE

Nuestro proyecto en mención ha adquirido una computadora con sus programas de Microsoft con garantía a un 1 año por lo tanto no se adquirirá ningún tipo de software.

1.2.4 HERRAMIENTAS MUEBLES

Utensilios de cocina Cuadro n° 7

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
01	Cuchillo chef	Mango negro, Medida 30 cm, Acero inoxidable, Marca tramontina
01	Cuchillo para deshuesar	Mango negro, punta puntiaguda Medida 14 cm, Acero inoxidable
01 set	Cuchillos	Marca Tramontina Cuchillo legumbres curvo negro de 3 pulgadas (detallador). Cuchillo de carne de 4 pulgadas con mango negro (oficio). Cuchillo de carne 6 pulgadas (fileteador). Cuchillo de carne 8 pulgadas (chef)
01 set	Ollas	Marca record, Acero inoxidable Mangos de color negro Olla chica 20 cm Olla mediana 30 cm Olla grande 40 cm
03	Sartenes	Marca record Acero inoxidable Mango negro Medida 35 cm

Fuente: Elaboración propia

Menajeria Cuadro N° 8

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
01 set	Platos de loza	Marca corona Diseño plato tendido blanco Cantidad 1 ½ docena
01 set	Cubiertos de meza	Marca macusa Tenedores Cuchillos Cucharas Cantidad 1 ½ docena
01 set	Tazas de loza	Marca corona Diseño para café y té Color blancos Cantidad 1 docena

Fuente: Elaboración propia

Mantelería Cuadro N° 9

CANTIDAD	DESCRIPCION	CARACTERÍSTICAS
02 paquete	Servilletas	Marca maylu Color blanco Mediada 15 x 15 Cantidad 400 servilletas
04	manteles	Color blanco Medida 50 x 50
02	Secadoras	Marca sctok brait Medida 20 x 20

Fuente: Elaboración propia

Cristalería Cuadro N° 10

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
01 docena	Vasos de gaseosa	Material vidrio trasparente Medida 10 cm Marca krea

Fuente: Elaboración propia

Complementos del salón Cuadro N° 11

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
01	Reloj de pared	Marca hossner Medida 20 x 20 cm Color plomo
02	saleros	Material plástico Color trasparente
04	Ajiceros	Material plástico Color blanco

Fuente: Elaboración propia

Útiles de escritorio Cuadro N° 12

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
01	Corrector	Marca Artesco Color azul Medida 8 cm de largo
01 paquete	Lapiceros	Marca Faber Castell Colores azul, negro

01	Borrador	Marca Artesco Color blanco Medida 5 cm de largo
01 ciento	Hojas bond	Marca Artesco Color blanco Tamaño A-4
½ ciento	Hojas cuadriculadas	Marca Artesco Tamaño A-4
01	Resaltador	Marca Faber Castell Color verde Medida 8 cm de largo
4	Lápices	Marca fabercastelle Diseño con borrador incluido Color amarillo
02	Cintas Embalajes	Marca Artesco Tamaño grandes Color trasparente
03	Cintas Scott	Marca Artesco Tamaño chicas Color trasparente
01	Marcador	Marca Faber Castell Color negro

Fuente: Elaboración propia

Artículos de escritorio Cuadro N° 13

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
01	Perforador	Marca Faber Castell Tamaño mediano Color plomo
01	Engrapador	Maraca Artesco Tamaño grande Color negro
02	Archivadores	Marca Artesco Lomo ancho Tamaño oficio Medida A-4
02	Folders	Maraca Vinifan Color azul Tamaño oficio Medida A-4
02	Tijeras	Marca Faber Castell Tamaño grandes Material inoxidable Mango negro
01 paquete	Micas	Marca Faber Castell Tamaño A-4
02	Calculadoras	Marca Casio Tamaño grandes 10 x 15 cm, Color plomo
02	Reglas largas	Marca Artesco Medida 30 cm Color trasparente

Fuente: Elaboración propia

Artículos de limpieza Cuadro N° 14

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
02	Escoba	Marca ikelite Color azul Medida escobillón 40 cm
01	Recogedor	Marca ikelite Color negro
01	Trapeador	Material ovino Color plomo
02	Guantes	Material plastificado Color amarillo

Fuente: Elaboración propia

Productos de limpieza Cuadro N° 15

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
01	Detergente	Marca Marsella Cantidad 2 kg
01	Legía	Marca sapolio Cantidad 1 litro ½
01	Desinfectante	Marca sapolio Cantidad 1 litro
01	Ambientador	Marca Poet Cantidad 1 litro
01 paquete	Bolsa de basura	Color negro 30 unidades
01 paquete	Papel higiénico	Marca ideal

Fuente: Elaboración propia

Muebles Cuadro N° 16

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
01	Mesa para cocina	Material madera pino Medida 1.50 x 1 metro Color café
04	Mesas para sala	Material melamine Medida 1 metro x 80 cm Color café claro
01	Mostrador	Material tornillo Medida 1.80 x 1 metro Color café
16	Sillas	Material madera pino Color café claro
01	Escritorio	Material melamine Medida 1.50 x 50 cm Color café
01	Repostero	Material plástico Marca rey Medida 1 metro x 40 cm Color verde

Fuente: Elaboración propia

1.3 OTROS REQUERIMIENTOS

1.3.3 materia prima

Insumos Cuadro N° 17

CANTIDAD MENSUAL	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
30kg	Azúcar	Marca chucarapi, Color rubia
1040kg	Papa	Tipo de papa la única, Tamaño mediano
20lt	Aceite	Marca cil, Se usara 5 litros semanal
312kg	Carne de pollo	Rico pollo, Peso 1.5kg 8 pollos al día
208unid	Carne de cuy	Cuy arequipeño, Tamaño medianos 8 cuyes diarios
442unid	Salchicha	Marca rico pollo se utilizara 17 unid al día
13kg	Sal	Marca sal de mesa, Color blanco ½ kg diario
390kg	Harina	Marca blanca flor, Preparada, 15 kg diarios
13kg	Mandioca	Marca Yoki, ½ kg al día
156unid	Cremas	Mayonesa, Mostaza, Kétchup 2 bolsitas diarias de cada uno
156unid	Lechuga	Peso de lechuga 500kg,Tamaño mediano Color verde, 2 unid de lechuga diaria
78kg	Tomate	Color rojo, Tamaño regular 3kg de tomates diarios
52unid	Apio	2 unid diarias Hojas grandes Tronco blanco y grueso
52unid	Kion	Color café claro Pulpa blanca, 2 unidades diarias

Fuente: elaboración propia

1.3.2 Recursos Humanos

Personal Cuadro N° 18

CANTIDAD	PUESTO DE TRABAJO
1	Administrador
1	Cocinero
1	Almacenero
1	Ayudante de cocina
1	Caja
1	Mozo
1	Encargado de limpieza
6	TOTAL

Fuente: elaboración propia

Distribución por Áreas Cuadro N° 19

AREA	PUESTO DE TRABAJO	CANTIDAD
Administración	Administrador	1
Producción	Almacenero	
	Cocinero	1
	Ayudante de cocina	1
Ventas	Caja	1
	Mozo	1
Servicios	Encargado de limpieza	
TOTAL		5

Fuente: Elaboración propia

1.3.3 Servicios Básicos

Servicios Básicos Cuadro N° 20

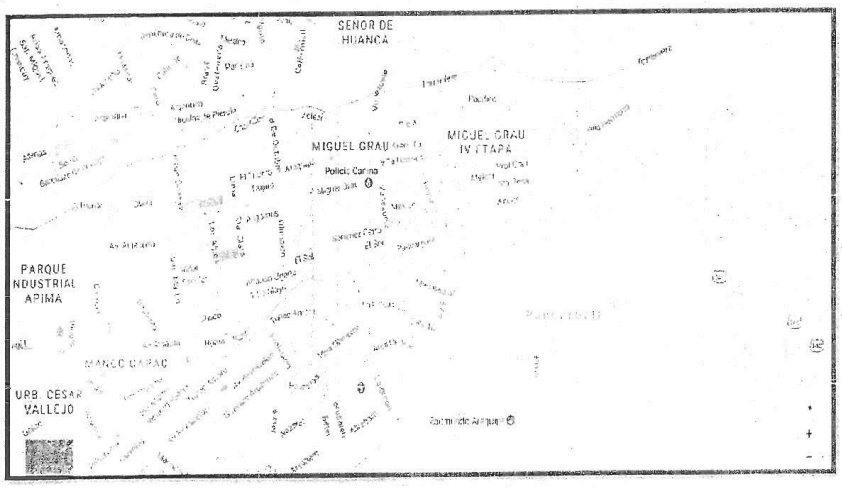
SERVICIO	CANTIDAD	COSTO MENSUAL
Luz		100.00
Agua		60.00
Gas	20 kg	70.00
Plan Dúo(cable y teléfono)		120.00

Fuente: Elaboración propia

2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Macro localización

Imagen N° 6



Fuente: google mapas

Justificación:

Este negocio estará ubicado en Arequipa, distrito de Paucarpata – miguel Grau por lo que existe una oportunidad de negocio para nosotros, ya que se puede ver la falta de calidad y servicio frente a los competidores existes del lugar. Trataremos nuestra misión a nuestro público objetivo.

2.2 Micro localización

Imagen N° 7

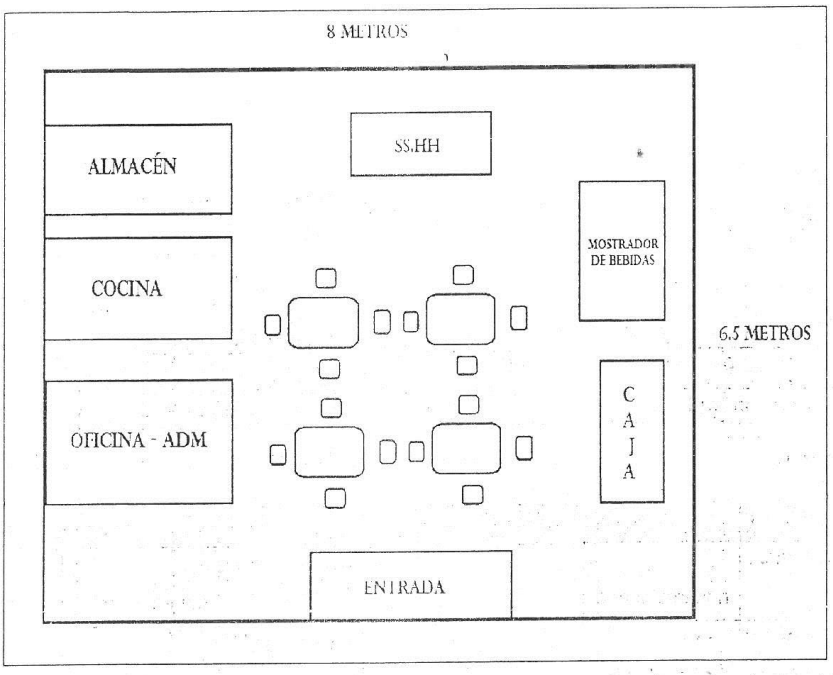
Fuente: google mapas

Justificación:

Como vemos en esta imagen podemos ver la ubicación le nuestro negocio, en la cual esta avenida es muy transitoria por personas y cuenta con pocos competidores hacia nuestro negocio. Ya que esta es la razón por que nosotros vimos la oportunidad de posicionarnos. Estará ubicada en la Av. Sol 807 Miguel Grau Zona B - Paucarpata.

2.3 LAY OUT del proyecto.

Imagen N° 8



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN

1. PUESTOS DE TRABAJO

Cuadro N° 21

ÁREA	PUESTO DE TRABAJO	CANTIDAD
Administración	Administrador	1
Producción	Almacén	
	Cocinera	1
	Ayudante de cocina	1
Ventas	Caja	1
	Mozo	1
Servicios	Limpieza	
TOTAL		5

Fuente: elaboración propia

2. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Cuadro N°22

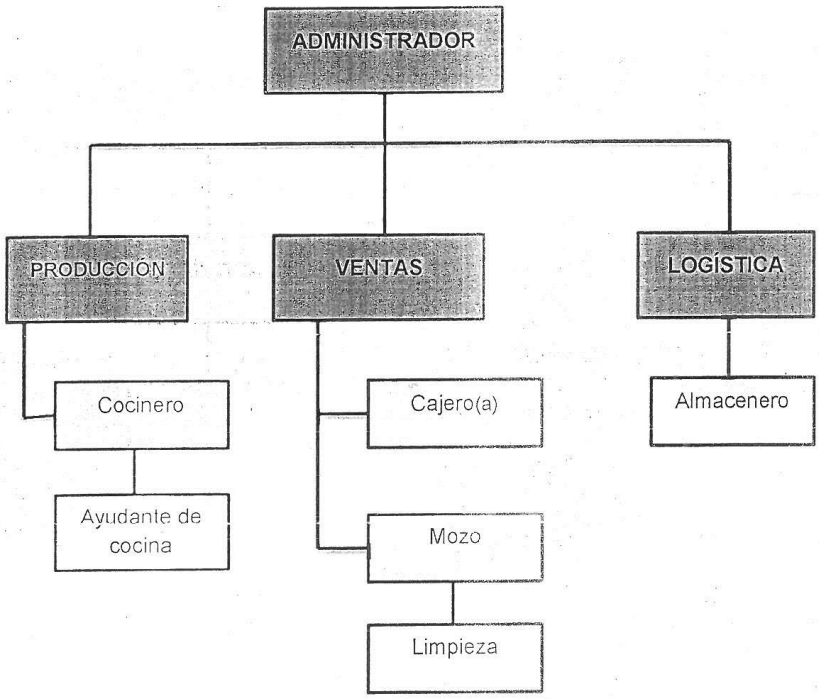
PUESTO DE TRABAJO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
Administrador	Gestionar y planificar la misión del negocio	• Controlar las ventas diarias • Elaboración de planilla • Tener en cuenta la compra de materia prima • Llevar a cabo los impuestos y tributos • Dirigir al grupo de trabajo

Cocinera	Preparación de los platos establecidos por el negocio	• Tener la comida preparada • Servir de acuerdo al pedido • Mantener el trabajo en equipo • Mostrar en la preparación el gusto, sabor y calidad para el consumidor • Tener un listado de los insumos que se va a comprar
Mozo	Servicio de atención al cliente e higiene	• Recibir a los clientes • Limpieza del lugar • Entregar la carta de pedidos • Mantener al cliente en total satisfecho • Entrega de volantes
Ayudante de cocina	Brindar y facilitar el trabajo en la preparación del producto.	• Tener listo los ingredientes • Facilitar la preparación de la comida • Estar en contacto con el mozo • Alerta al pedido • Trabajar en equipo con la cocinera.
caja	Llevar a cabo la cobranza del puesto del negocio	• Cobrar los movimientos del negocio • Apertura y cierre de día • Cuadrar caja • Información de las ventas • Brindar buena atención e imagen personal
Almacenero	Resección de mercadería y almacenaje	• Verificar la mercadería • Ordenar la mercadería • Manejo de kardex • Inventarios físicos • Requerimiento de materia prima

Limpieza	Mantener el loca bien limpio y ordenado	• Mantener el local limpio • Limpieza de los SS.HH • Limpieza e higiene del lugar de producción • Reposición de artículos de limpieza • Limpieza de área administrativa

Fuente: elaboración propia

3. ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Elaboración propia

4. VISIÓN Y MISIÓN DE LA EMPRESA

4.1 Visión

Ser una empresa reconocida a nivel local y distrital en la comercialización de comida rápida con las mejores alternativas de alimentación fuera del hogar elaboradas bajo los más altos estándares de calidad.

4.2 Misión

Somos una empresa que busca satisfacer las necesidades del sector alimentario, mediante la elaboración y comercialización de productos y servicios de óptima calidad y buena atención, que se ajusten a las necesidades de todos nuestros clientes.

5. DIAGRAMA DE GANTT PARA LA FASE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO

CONCEPTO	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
IDEAS DE NEGOCIO																								
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD																								
Identificación del perfil de la Empresa																								
Alquiler del local																								
CONSTITUCION DE LA EMPRESA																								
Minuta, escritura Pública e Inscripción																								
Registro de RUC y boletas de venta																								
Tramites de Licencia de Funcionamiento, Defensa Civil, INDECOPI.																								
ADQUISICION DE MAQUINARIA Y EQ.																								
Adquisición de Maquinarias y Equipos																								
Adquisición de Herramienta y Mobiliario																								
INST. Y ACONDICIONAMIENTO																								
Implementación del local.																								
RECLUTAMIENT. Y SELEC. DE PERS.																								
Publicitar Puestos Requeridos																								
Entrevistar Postulantes y Evaluarlos.																								
Seleccionar los Aptos para el puesto																								
INDUCCIÓN Y CAPACITACIÓN DEL PERS.																								
Financiamiento																								
Promoción y Publicidad																								
Inauguración del local																								

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO V

ESTUDIO AMBIENTAL

1. LA CONTAMINACIÓN ACÚSTICA Y LA POLUCIÓN DEL AIRE

1.1 LA CONTAMINACIÓN ACÚSTICA.

El proyecto no genera una contaminación acústica por que damos a conocer que nuestro negocio no va causar ningún daño o repercusión que pueda producir efectos fisiológicos y psicológicos hacia la población, por que estaremos dentro los estándares permisibles que establece las normas.

Imagen N° 9

Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido

ZONAS DE APLICACIÓN	VALORES EXPRESADOS EN L_{AeqT}	
	HORARIO DIURNO	HORARIO NOCTURNO
Zona de Protección Especial	50	40
Zona Residencial	60	50
Zona Comercial	70	60
Zona Industrial	80	70

Fuente: DIGESA del Ministerio de Salud

1.2 LA POLUCIÓN DEL AIRE

Los estándares permitidos sobre la polución del aire están dados debido a que los máximos contaminantes son las emisiones de humo, emisiones de aerosoles, malos olores, radiación atómica y la emisión de ruidos se da que nuestro negocio o proyecto no está de ninguna manera afectando drásticamente a contaminación del aire.

Imagen N° 10

CONTAMINANTE	ORIGEN	CONTAMINACIÓN LÍMITE	EFECTOS
1. Óxido de azufre	Autos, fábricas, calefacción	350 ug/m3	Provoca tos y afecta pulmones. Espasmos bronquiales irritación
2. Polvo	Autos, fábricas, compuestos orgánicos volátiles	250 ug/m3	Irritación alergia bronquial. Cancerígeno
3. Óxido de nitrógeno	Autos, fábricas, centrales energética	200 ug/m3/hora	Aumenta la posibilidad de contraer infecciones aéreas. Irritación de los pulmones, bronquitis y neumonía.
4. Plomo	Autos y fábricas	2 ug/m3	Afecta los sistemas circulatorio, reproductivo, nervioso y renal, causa hiperactividad en niños, provocando bajo aprendizaje.
5. Monóxido de carbono	Autos y fábricas	34 ug/m3/día	Afecta el crecimiento del feto y compromete el desarrollo de los órganos y músculos en los niños. Sensación de asfixia, trastornos sensoriales y respiratorios.
6. Hidrocarburos	Manipulación de carburantes	1.4 ug/m3/día	Irrita los ojos, provoca cansancio y mareos. Irritación bronquial
7. Ozono	Autos, industria	180 ug/m3/día	Irrita el sistema respiratorio, agrava problemas cardíacos, asma, bronquitis y enfisema. Irritación de ojos.

Fuente: Ministerio De Salud ESNAT

2. IMPACTOS ESTETITOS Y PAISAJÍSTICOS

2.1 Impacto Estéticos

Nuestro impacto estético será positivo por que realizaremos un cambio de ambiente de forma externa del local, con el fin de tener una vista mejor y agradable para nuestros clientes.

- Pintaremos la fachada del local

2.2 Impacto Paisajísticos

En nuestra empresa no tendrá ningún impacto paisajista porque no haremos ningún cambio paisajístico en el lugar para no generar mucho gasto a nuestra empresa.

3. TRATAMIENTO DE DESECHOS Y RESIDUOS

Nuestra empresa está dedicada al rubro de comidas y utilizaremos tachos de color negro, anaranjado, verde, rojo y amarillo por los siguientes motivos:

Cuadro N° 23

Papel y Cartón	Generaremos 8 kg quincenal de papel y cartón, y esto será vendido a un reciclador de la zona.	
Residuos Generales	Todos los residuos generales serán remitidos al recolector de basura ya que no tiene un uso debido para reciclar.	
Residuos Orgánicos	Se reciclara todos los días desechos que se generara 10kg en la preparación y restos de los clientes de lo consumido, por lo que esto se venderá a una chanchería que queda en chiguata san Bernardo av. Villa Hermosa 551. El recojo se hará cada 3 días	

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO VI

ESTUDIO DE LA INVERSIÓN

1. ACTIVOS TANGIBLES

1.1 Maquinaria y equipo

1.1.1 Inversión de maquinaria y equipo

Equipos de Cocina cuadro N° 24

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
01	Cocina	1500.00	1500.00
01	Licuadora	200.00	200.00
01	Refrigeradora	900.00	900.00
01	Microonda	350.00	350.00
TOTAL			2,950.00

Fuente: Elaboración Propia

Equipos de Ventas Cuadro N° 25

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
01	Televisión	750.00	750.00
TOTAL			750.00

Fuente: Elaboración Propia

Equipos de Administración Cuadro N° 26

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
01	Computadora	1000.00	1000.00
01	Impresora	300.00	300.00
TOTAL			1,300.00

Fuente: Elaboración Propia

1.1.2 Inversión de herramientas muebles

Utensilios de cocina cuadro N° 27

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
01	Cuchillo chef	30.00	30.00
01	Cuchillo para deshuesar	40.00	40.00
01 set	Cuchillos	120.00	120.00
01 set	Ollas	300.00	300.00
03	Sartenes	70.00	210.00
TOTAL			800.00

Fuente: Elaboración propia

Menajeria cuadro N° 28

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
01 set	Platos de loza	24.00	24.00
01 set	Cubiertos de meza	50.00	50.00
01 set	Tazas de loza	18.00	18.00
TOTAL			92.00

Fuente: Elaboración propia

Mantelería cuadro N° 29

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
02 paquete	Servilletas	2.50	5.00
04	manteles	3.00	12.00
02	Secadoras	3.00	6.00
TOTAL			23.00

Fuente: Elaboración propia

Cristalería cuadro N° 30

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
01 docena	Vasos de gaseosa	15.00	15.00
TOTAL			15.00

Fuente: Elaboración propia

Complementos del salón cuadro N° 31

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
01	Reloj de pared	20.00	20.00
02	Saleros	2.00	4.00
04	Ajiceros	1.00	4.00
TOTAL			28.00

Fuente: Elaboración propia

Útiles de escritorio cuadro N° 32

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
01	Corrector	3.00	3.00
01 paquete	Lapiceros	22.00	22.00
01	Borrador	1.00	1.00
01 ciento	Hojas bond	12.00	12.00
½ ciento	Hojas cuadriculadas	5.00	5.00
01	Resaltador	3.00	3.00
04	Lápices	0.50	2.00
02	Cintas Embalajes	2.50	5.00
03	Cintas Scott	2.30	7.00
01	Marcador	4.00	4.00
TOTAL			64.00

Fuente: Elaboración propia

Artículos de escritorio cuadro N° 33

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
01	Perforador	6.00	6.00
01	Engrapador	8.00	8.00
02	Archivadores	7.00	14.00
02	Folders	5.00	10.00
02	Tijeras	2.50	5.00
01 paquete	Micas	25.00	25.00
02	Calculadoras	30.00	60.00
02	Reglas largas	1.00	2.00
TOTAL			130.00

Fuente: Elaboración propia

Artículos de limpieza cuadro N° 34

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
02	Escoba	7.50	15.00
01	Recogedor	5.00	5.00
01	Trapeador	3.00	3.00
02	Guantes	2.50	5.00
TOTAL			28.00

Fuente: Elaboración propia

Productos de limpieza cuadro N° 35

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
01	Detergente	4.00	4.00
01	Legía	2.00	2.00
01	Desinfectante	2.00	2.00
01	Ambientador	1.00	1.00
01 paquete	Bolsa de basura	1.00	1.00
01 paquete	Papel higiénico	12.00	12.00
TOTAL			22.00

Fuente: Elaboración propia

Muebles cuadro N° 36

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
01	Mesa para cocina	200.00	200.00
04	Mesas para sala	50.00	200.00
01	Mostrador	150.00	150.00
16	Sillas	20.00	320.00
01	Escritorio	150.00	150.00
01	Repostero	400.00	400.00
TOTAL			1,220.00

Fuente: Elaboración propia

1.1.3 Resumen de Activos Tangibles

Resumen de Activos Tangibles cuadro N° 37

Descripción	Costo total
Equipos de Cocina	2950.00
Equipos de Ventas	750.00
Equipos de Administración	1300.00
Utensilios de cocina	800.00
Menan jeria	92.00
Mantelería	23.00
Cristalería	15.00
Complementos del salón	28.00
Útiles de escritorio	64.00
Artículos de escritorio	130.00
Artículos de limpieza	28.00
Productos de limpieza	22.00
Muebles	1220.00
TOTAL	7,422.00

Fuente: Elaboración Propia

1.2 ACTIVOS INTANGIBLES

1.2.1 Gastos de organización

El proyecto para su respectiva formalización empresarial requiere de los siguientes gastos.

Gastos de organización cuadro N° 38

Descripción	Costo
Minuta/abogado	100.00
Notario	180.00
Registros públicos	70.00
Libros contables	200.00
Facturas y boletas	150.00
TOTAL	700.00

Fuente: elaboración propia

1.2.2 Patentes y licencias

Patentes y licencias cuadro N° 39

Descripción actividad	Costos
Licencia de funcionamiento	200.00
Certificado de defensa civil	300.00
Registro sanitario	250.00
Plan contra incendios	150.00
TOTAL	900.00

Fuente: Elaboración Propia

1.2.3 Gastos de prueba en marcha

Nuestro proyecto no desarrollara ningún gasto en marcha por lo que no se generara ningún gasto para la empresa.

1.2.4 Gastos de capitación

Nuestra empresa no realizara una capacitación por lo que no se generara gastos hacia la empresa. Por lo tanto se realizara una breve inducción dando a conocer a nuestro personal a como desempeñarse en su puesto de trabajo.

1.2.5 Promoción de lanzamiento

Promoción de lanzamiento cuadro N° 40

Descripción	Costo
Sacerdote	100.00
Obsequios	100.00
Bocaditos	60.00
Gaseosa	36.00
Cinta de agua	6.00
Globos	12.00
TOTAL	314.00

Fuente: elaboración propia

1.2.6 Resumen del activo intangible

Resumen del activo intangible cuadro N° 41

Descripción	Costo
Gastos de organización	700.00
Patentes y licencias	900.00
Gastos de prueba en marcha	0.00
Gastos de capacitación	0.00
Promoción de lanzamiento	314.00
TOTAL	1,914.00

Fuente: elaboración propia

1.3 Capital de trabajo

Capital de trabajo cuadro N° 42

Descripción		Mensual
Materia Prima		8900.30
Caja Chica		2270.85
Sueldos y Servicios Básicos	Mano de obra directa (MOD)	1609.14
	Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	136.00
	Gastos de Ventas (G.V)	1076.57
	Gastos de Administración (G.ADM)	1671.14
TOTAL		15,664.00

Fuente: elaboración propia

3. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN

CONCEPTO	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Alquiler del local																								
CONSTITUCION DE LA EMPRESA																								
Minuta, escritura Pública e Inscripción																								
Registro de RUC y boletas de venta																								
Tramites de Licencia de Funcionamiento, Defensa Civil, INDECOPI.																								
ADQUISICION DE MAQUINARIA Y EQ.																								
Adquisición de Maquinarias y Equipos																								
Adquisición de Herramienta y Mobiliario																								
INST. Y ACONDICIONAMIENTO																								
Implementación del local.																								
RECLUTAMIENT. Y SELEC. DE PERS.																								
Publicitar Puestos Requeridos																								
INDUCCION Y CAPACITACION DEL PERS.																								
Financiamiento																								
Promoción y Publicidad																								
Inauguración del local																								

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO VII

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

1. VENTA DEL BIEN

Cuadro N° 43

Descripción	Cantidad	Precio/Unitario	Monto/Diario	M/M (26 días)	M/A
Cuy Broaster	30	9.00	270	7,020.00	84,240.00
Salchipapas	30	3.50	105	2,730.00	32,760.00
Combi cono	35	4.00	140	3,640.00	43,680.00
Salchicono	35	3.00	105	2,730.00	32,760.00
Pollo broaster	30	7.00	210	5,460.00	65,520.00
TOTAL				21,580.00	258,960.00

Fuente: Elaboración propia

2. VENTAS DE SUS PRODUCTOS Y DESECHOS

Cuadro N° 44

Descripción	Cantidad diaria	P/V	M/M(26 días)	M/A
Venta de residuos de comida	10Kg.	3.50	910.00	10920.00
Venta de papel	2Kg.	1.50	78.00	936.00
TOTAL			988.00	11,856.00

Fuente: Elaboración propia

3. COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADO

3.1 PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA

Cuadro Nº 45

Descripción	Cantidad/ Mensual	Costo/ Unitario	M/M	M/A
Azúcar	30kg	S/. 2.40	S/. 72.00	S/. 864.00
Papa	1040kg	S/. 1.30	S/. 1,352.00	S/. 16,224.00
Aceite	20ltr	S/. 6.50	S/. 130.00	S/. 1,560.00
Carne de pollo	312kg	S/. 6.50	S/. 2,028.00	S/. 24,336.00
Carne de cuy	208unid	S/. 18.00	S/. 3,744.00	S/. 44,928.00
Salchicha	442unid	S/. 0.60	S/. 265.20	S/. 3,182.40
Sal	13kg	S/. 0.70	S/. 9.10	S/. 109.20
Harina	390kg	S/. 2.00	S/. 780.00	S/. 9,360.00
Mandioca	13kg	S/. 6.00	S/. 78.00	S/. 936.00
cremas	156unid	S/. 1.50	S/. 234.00	S/. 2,808.00
lechuga	156unid	S/. 0.50	S/. 78.00	S/. 936.00
tomate	78kg	S/. 1.00	S/. 78.00	S/. 936.00
Apio	52unid	S/. 0.50	S/. 26.00	S/. 312.00
Kion	52unid	S/. 0.50	S/. 26.00	S/. 312.00
TOTAL			8,900.30	106,803.60

Fuente: Elaboración propia

3.2 PRESUPUESTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA

Cuadro N° 46

Descripción	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Cocinero	1	804.57	9654.84
Ayudante de cocina	1	804.57	9654.84
TOTAL		1,609.14	19,309.68

Fuente: Elaboración propia

3.3 Presupuesto de costos indirectos de fabricación

Cuadro N° 47

Descripción	M/Mensual	M/Anual
Luz (30%)	30.00	360.00
Agua (60%)	36.00	432.00
Gas	70.00	840.00
TOTAL	136.00	1,632.00

Fuente: Elaboración propia

4. PRESUPUESTO DEL GASTO DE VENTAS

Cuadro N° 48

Descripción	M/M	M/A
Volantes (4meses)	50.00	200.00
Avisos radiales(2 x semana) por 2 meses	40.00	80.00
Banners publicitarios por 2 meses	30.00	60.00
Mozo	804.57	9654.84
Luz (50%)	50.00	600.00
Agua (30%)	18.00	216.00
Plan dúo - cable, teléfono; (70%)	84.00	1008.00
TOTAL	1,076.57	11,818.84

Fuente: Elaboración propia

5. PRESUPUESTO GASTO DE ADMINISTRACIÓN

Cuadro N° 49

Descripción	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Administrador	804.57	9654.84
Caja	804.57	9654.84
Luz (20%)	20.00	240.00
Agua (10%)	6.00	72.00
Plan dúo – cable, teléfono (30%)	36.00	432.00
TOTAL	1,671.14	20,053.68

Fuente: Elaboración propia

6. COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Cuadro N° 50

PRODUCTO	CANTIDAD	MATERIA PRIMA	MOD	CIF	GASTO DE VENTA	GASTO DE ADM.	TOTAL	COSTO UNITARIO
Cuy Broaster	780	S/. 2,670.09	S/. 1,609.14	S/. 136.00	S/. 1,076.57	S/. 1,671.14	S/. 7,162.94	S/. 9.18
Salchipapa	780	S/. 1,246.04	S/. 1,609.14	S/. 136.00	S/. 1,076.57	S/. 1,671.14	S/. 5,738.89	S/. 7.36
Combicono	910	S/. 1,780.06	S/. 1,609.14	S/. 136.00	S/. 1,076.57	S/. 1,671.14	S/. 6,272.91	S/. 6.89
salchicono	910	S/. 979.03	S/. 1,609.14	S/. 136.00	S/. 1,076.57	S/. 1,671.14	S/. 5,471.88	S/. 6.01
Pollo Broaster	780	S/. 2,225.08	S/. 1,609.14	S/. 136.00	S/. 1,076.57	S/. 1,671.14	S/. 6,717.93	S/. 8.61

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VIII

ESTUDIO DE FINANCIAMIENTO

1. ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO

Nuestro proyecto hará una inversión total de 25,000.00 soles. Por lo tanto 20,000.00 soles será un préstamo externo de una entidad financiera y 5,000.00 soles será aporte propio de ahorros personales.

1.1 Estructura del financiamiento

Cuadro N° 51

ÍTEM	PARTIDA	SUB TOTALES	INVERSIÓN TOTAL	FINANCIAMIENTO	
				Interno	externo
INVERSIÓN FIJA					
A	TANGIBLE		7422.00		
	equipos de ventas	750.00			750.00
	equipos de administracion	1300.00			1300.00
	Equipos de cocina	2950.00			2950.00
	Utensilios de cocina	800.00		800.00	
	Menanjeria	92.00		92.00	
	Mantelería	23.00		23.00	
	Cristalería	15.00		15.00	
	Complementos del salón	28.00		28.00	
	Útiles de escritorio	64.00		64.00	
	Art. De escritorio	130.00		130.00	
	Art. De limpieza	28.00		28.00	
	Produc. De limpieza	22.00		22.00	
	Muebles	1220.00			1220.00

B	INTANGIBLE		**1914.00**		
	Gastos organización	700.00		100.00	600.00
	Patentes y licencias	900.00		900.00	
	Promoción de lanzamiento	314.00		314.00	
C	CAPITAL DE TRABAJO		**15664.00**		
	Caja chica	2270.85		2270.85	
	Materia prima	8900.30			8900.30
	MOD	1609.14			1609.14
	CIF	136.00		136.00	
	Gasto de ventas	1076.57		77.15	999.42
	Gasto de administración	1671.14			1671.14
TOTALES			25,000.00	5,000.00	20,000.00
% DE PARTICIPACIÓN			100.00%	20.00%	80.00%

Fuente: elaboración propia.

1.2 Alternativas de financiamiento

Cuadro N° 52

Entidad financiera	Monto	TCEA	Mensualidad	Pago de préstamo
Caja Piura	20,000.00	45.08%	1972.61	23671.32
Caja Trujillo	20,000.00	38.47%	1986.74	23840.89
Caja Tacna	20,000.00	36.47%	1969.70	23636.35
Banco CrediScotia	20,000.00	39.32%	1991.30	23896.65
Caja Cusco	20,000.00	35.86%	1960.02	23520.24

Fuente: elaboración propia

Justificación de la entidad financiera escogida

Escogimos esta entidad financiera Caja Tacna por el bajo interés que nos brinda en la cantidad de dinero que solicitamos para nuestro negocio. Por lo que también nos da la gran facilidad de entrega de dinero en poco tiempo.

Simulación de Cronograma de Pagos

Monto del Crédito	S/ 20,000.00	TEA	36.24 %
F. Desembolso	24/04/2017	TCEA	36.47 %
Frecuencia de Pago	Mensual	Tipo de Cuota	Empresariales

Simulador Cuadro N° 53

SIMULADOR DE CRÉDITOS EMPRESARIALES Y CONSUMO

Nº de cuota	Fecha	Saldo	Capital	Interés	Seg. Desg.	Cuota
0	04/04/2017	20,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1	04/05/2017	18,555.32	1,444.68	510.02	15.00	1,969.70
2	04/06/2017	17,089.25	1,466.07	489.16	14.47	1,969.70
3	04/07/2017	15,568.16	1,521.09	435.79	12.82	1,969.70
4	04/08/2017	14,021.01	1,547.15	410.41	12.14	1,969.70
5	04/09/2017	12,431.88	1,589.13	369.63	10.94	1,969.70
6	04/10/2017	10,788.53	1,643.35	317.03	9.32	1,969.70
7	04/11/2017	9,111.66	1,676.87	284.41	8.42	1,969.70
8	04/12/2017	7,381.15	1,730.51	232.36	6.83	1,969.70
9	04/01/2018	5,611.79	1,769.36	194.58	5.76	1,969.70
10	04/02/2018	3,794.41	1,817.38	147.94	4.38	1,969.70
11	04/03/2018	1,917.60	1,876.81	90.23	2.66	1,969.70
12	04/04/2018	0.00	1,917.60	50.55	1.50	1,969.65
		Cantidades totales	20,000.00	3,532.11	104.24	23,636.35

Fuente: google imagen

1.3 Cuadro de amortización o financiamiento

Cuadro N° 54

Periodo	Deuda	Amortización	Interés	Monto a pagar
1	20,000.00	20,000.00	3636.35	23636.35
Total				23636.35

Fuente: Elaboración propia

2. Condiciones generales de las fuentes del financiamiento

2.1 Requisitos para obtener el crédito

- Ser propietario y dueño del negocio
- DNI del solicitante
- Recibos de servicios de agua y luz
- Documento que acredite vivienda propia
- Documentos adicionales de acuerdo a evaluación

CAPÍTULO IX

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

1. Flujo de Caja

1.1. Flujo de Caja Operativo

Cuadro N°55

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Venta del Bien o servicio	S/. 258,960.00	S/. 264,139.20	S/. 269,421.98	S/. 274,810.42	S/. 280,306.63
Venta de subproductos	S/. 11,856.00	S/. 12,093.12	S/. 12,334.98	S/. 12,581.68	S/. 12,833.32
Total de ingresos	S/. 270,816.00	S/. 276,232.32	S/. 281,756.97	S/. 287,392.11	S/. 293,139.95
EGRESOS					
Materia prima	106,803.60	S/. 108,939.67	S/. 111,118.47	S/. 113,340.83	S/. 115,607.65
Mano de obra directa	S/. 19,309.68	S/. 19,309.68	S/. 19,309.68	S/. 19,309.68	S/. 19,309.68
Costos indirectos de Fabricación	S/. 1,632.00	S/. 1,664.64	S/. 1,697.93	S/. 1,731.89	S/. 1,766.53
Gastos de venta	S/. 11,818.84	S/. 11,818.84	S/. 11,818.84	S/. 11,818.84	S/. 11,818.84
Gastos de administración	S/. 20,053.68	S/. 20,053.68	S/. 20,053.68	S/. 20,053.68	S/. 20,053.68
Total de egresos	S/. 159,617.80	S/. 161,786.51	S/. 163,998.60	S/. 166,254.93	S/. 168,556.38
Utilidad antes de impuestos (TI-TE)	S/. 111,198.20	S/. 114,445.81	S/. 117,758.37	S/. 121,137.18	S/. 124,583.57
Impuesto a la Renta	S/. 32,803.47	S/. 33,761.51	S/. 34,738.72	S/. 35,735.47	S/. 36,752.15
Utilidad después de impuesto (UAI-IR)	S/. 78,394.73	S/. 80,684.29	S/. 83,019.65	S/. 85,401.71	S/. 87,831.41
Depreciación	S/. 490.00	S/. 490.00	S/. 490.00	S/. 490.00	S/. 240.00
FLUJO DE CAJA OPERATIVO (UDI-D)	S/. 77,904.73	S/. 80,194.29	S/. 82,529.65	S/. 84,911.71	S/. 87,591.41

Fuente: Elaboración propia

1.2. Flujo de Caja de Capital

Cuadro N°56

RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION TANGIBLE	-7422.00					
INVERSION INTANGIBLE	-1914.00					
VALOR RESIDUAL						2200.00
CAPITAL DE TRABAJO	-15664.00					
RECUPERA CAP TRAB						15664.00
FLUJO DE CAJA CAPITAL	-25000.00					17864.00

Fuente: Elaboración propia

1.3. Flujo de Caja Económico

Cuadro N°57

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA DE CAPITAL	-25000.00					17864.00
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		S/. 77,904.73	S/. 80,194.29	S/. 82,529.65	S/. 84,911.71	S/. 87,591.41
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-25000.00	77904.73	80194.29	82529.65	84911.71	105455.41

Fuente: Elaboración propia

1.4. Flujo de Caja Financiera

Cuadro N°58

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-25000.00	77904.73	80194.29	82529.65	84911.71	105455.41
PRESTAMO	-20000.00					
AMORTIZACION		20000.00				
INTERES		3636.35				
FLUJO CAJA FINANCIERO	-45000.00	54268.38	80194.29	82529.65	84911.71	105455.41

Fuente: Elaboración propia

V.A.N a cinco años	225,060.69
T.I.R a cinco años	144.02%

2. Indicadores de Evaluación

2.1. Valor Actual Neto

Es un método cuya principal aplicación es determinar la rentabilidad de una inversión. Como su nombre indica trata de determinar el Valor que ahora (actual) tiene tu inversión sobre la base de los importes que se percibirán en unos plazos determinados. Se calcula sobre los flujos netos de caja que generará la inversión: El VAN, es el valor monetario que resulta de restar a la inversión inicial la suma de los flujos de caja esperados, ajustados con cierta tasa de descuento. Dicho de otro modo: consiste en situar a valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés ("la tasa de descuento"), y compararlos con el importe inicial de la inversión.

Formula: $$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k_1)} + \frac{Q_2}{(1+k_1)\cdot(1+k_2)} + \cdots + \frac{Q_n}{(1+k_1)\cdots(1+k_n)}$$

Leyenda:

A=desembolso inicial

Q= flujos de caja

k=la tasa de descuento seleccionada

2.2. Tasa Interna de Retorno

Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, la tasa % de rendimiento anual acumulado que genera una inversión.Su formulación busca una tasa de rendimiento interno que iguale los flujos netos de caja con la inversión inicial. Suele definirse como la tasa de descuento que iguala el VAN a cero y suele presentarse complementando al VAN.

Formula:

$$0 = -A + \frac{Q_1}{(1+r)} + \frac{Q_2}{(1+r)^2} + \cdots + \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Leyenda:

A= la inversión
r= la tasa
Q= los distintos flujos de fondos

Cuadro N° 59

CÁLCULO del VAN y la TIR

Esta hoja te permite calcular fácilmente el Valor Actual Neto (V.A.N.) y la Tasa Interna de Retorno (T.I.R.) de un negocio o proyecto de inversión. Pon tus datos en las celdas con fondo blanco. Tienes todas las explicaciones a la derecha.

1 Datos para el análisis

	importe						información
Inversión	**45,000**						¿Qué poner aquí?
		AÑOS					
	inversión	1	2	3	4	5	
Flujo de caja (neto anual)	-45,000	**54,268**	**80,194**	**82,530**	**84,912**	**105,455**	La tasa de descuento

2 Cálculo del V.A.N. y la T.I.R.

	%		
Tasa de descuento	**14.00%**	◄ Pon la tasa de descuento aquí	¿Qué es el VAN? ¿Cómo se calcula? Análisis resultado
V.A.N a cinco años	**225,060.69**	Valor positivo, inversión (en principio) factible	¿Qué es la TIR?
T.I.R a cinco años	**144.02%**	Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible	¿Cómo se calcula?

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

1. Como se puede apreciar, los resultados de la investigación de mercado mediante la aplicación de la encuesta realizada a 100 personas permite observar una aceptación al proyecto de inversión ya que la mayoría de personas se sienten atraídos por este tipo de área gastronómica que son las comidas rápidas.
2. Respecto a la modalidad de comida rápida a base de cuy, el establecimiento pretende incursionar en un mercado competitivo agregándole un valor nutritivo, con posibilidades de crecer y ser aceptado.
3. Se logró identificar la preferencia de las personas al elegir el delivery de comida rápida que es un factor de gran importancia en la industria de este servicio.
4. Con el proyecto se generaría fuentes de trabajo directa e indirectamente en el sector. Así, se requiere de personal tanto capacitado y de estudios superiores.
5. Este proyecto no genera un impacto fuerte sobre el medio ambiente al contrario beneficia a la sociedad al generar plazas de empleo y ofrecer productos de alta calidad.
6. Adquirimos conocimientos como lo son el trabajar en equipo, saber que crear una empresa no es para todo el mundo, esto es para personas emprendedoras que tan solo con una pequeña idea se puede lograr ser una persona exitosa.

RECOMENDACIONES

- ✓ Antes de empezar a operar se debe realizar un FODA y un estudio de mercado para conocer y comparar la debilidades y fortalezas con las que contara la empresa ante la competencia.
- ✓ Contar con el equipo y personal adecuado para satisfacer el éxito de la empresa.
- ✓ Dar una capacitación previa a todo el personal que vaya a ser contratado y de esta manera lograr ofrecer un servicio y atención de calidad.
- ✓ Contar con un gerente, de manera que es establecimiento siempre tenga un responsable para que los empleados y clientes siempre tengan a alguien a quien dirigirse y mostrar sus inquietudes y/o sugerencias.
- ✓ Establecer las políticas, normas, y reglamentos de la empresa, de manera que todo el personal que labore en el establecimiento este informado de las consecuencias que pudieran tener sus actos.

BIBLIOGRAFIA

PAGINAS WEB

- http://www.inei.gob.pe/
- http://www.minsa.gob.pe/
- https://www.indecopi.gob.pe/inicio
- https://www.google.com.pe/maps/@-26.1878795,-92.5700118,3.75z
- http://www.digesa.sld.pe/
- https://www.compartamos.com.pe/wps/portal/Peru/Simulador/Credito
- https://www.cajaarequipa.pe/simulador/?simulador%E2%80%8B
- https://zonasegura.cmac-cusco.com.pe/simuladorweb/fmSimuladorCredito.aspx
- http://www.cmactacna.com.pe/SimuladoresCreditos/ConsumoSimulador
- http://www.crediscotia.com.pe/Personas/Prestamos-Personales/Informacion-y-Herramientas/simulador-de-cuotas
- http://rpp.pe/economia/economia/inei-actividad-de-restaurantes-crecio-567-en-octubre-noticia-657928

ANEXOS

Capítulo VI

Planilla de Remuneraciones

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO U OCUPACION	REMUNERACION		TOTAL REMUN. COMPUT.
			BASICO	ASIG. FAMILIAR	
1	Meza Huaricallo Cristhian Miguel	Administrador	850.00	85.00	935.00
2	Demanuel Antacahaba Arnold Jesús	Cajero	850.00	85.00	935.00
3	Palomino Hernandez Javier	Cocinero	850.00	85.00	935.00
4	Alvarez Quispe Marco	Ayudante de cocina	850.00	85.00	935.00
5	Hernandez Lupol Carlos	Mozo	850.00	85.00	935.00
			-	-	-
			4250.00	425.00	4675.00

APORTES Y DESCUENTOS DEL TRABAJADOR									APORTES EMPLEADO	
Es Salud Vida	Asegura tu pensión	SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES					Total Dsctos. Trabajador	NETO A PAGAR	Es Salud 9%	CTS MESUAL
		NOMBRE AFP	Aporte Oblig.	Prima Seguro	Com. Variab.	Total AFP				
5.00	5.00	INTEGRA	93.50	12.44	14.49	120.43	130.43	**804.57**	84.15	77.92
5.00	5.00	INTEGRA	93.50	12.44	14.49	120.43	130.43	**804.57**	84.15	77.92
5.00	5.00	INTEGRA	93.50	12.44	14.49	120.43	130.43	**804.57**	84.15	77.92
5.00	5.00	INTEGRA	93.50	12.44	14.49	120.43	130.43	**804.57**	84.15	77.92
5.00	5.00	INTEGRA	93.50	12.44	14.49	120.43	130.43	**804.57**	84.15	77.92
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
25.00	25.00		467.50	62.20	72.45	602.15	652.15	**4022.85**	420.75	389.60

Simuladores de Credito

Caja Piura

CRONOGRAMA PRELIMINAR DE PAGOS

CAJA PIURA

Tasa de costo efectivo: 45.08% anual (360 dias)

No.	Fecha vcto.	Amort. Capital	Intereses	ITF	Total
1	08/04/2017	1951.88	20.68	0.05	1972.61
2	08/05/2017	1404.13	568.43	0.05	1972.61
3	08/06/2017	1430.6	541.96	0.05	1972.61
4	08/07/2017	1493.41	479.15	0.05	1972.61
5	08/08/2017	1525.81	446.75	0.05	1972.61
6	08/09/2017	1575.49	397.07	0.05	1972.61
7	08/10/2017	1638.12	334.44	0.05	1972.61
8	08/11/2017	1680.13	292.43	0.05	1972.61
9	08/12/2017	1742.63	229.93	0.05	1972.61
10	08/01/2018	1791.59	180.97	0.05	1972.61
11	08/02/2018	1849.92	122.64	0.05	1972.61
12	08/03/2018	1916.29	56.27	0.05	1972.61
TOTAL		20000.00	3670.72	0.6	23671.32

Caja Cuzco

SIMULADOR CAJA CUSCO

Simular

Calendario Preliminar de Amortizaciones

T E A 34.49 %

Interes Moratorio Anual 132.00 %

T C E A 33.86 %

Desgravamen 0.00075

T E A (Tasa Efectiva Anual) T.C E A (Tasa de Costo Efectivo Anual) ITF 0.005 %

Nro.	Fecha	Interés	Interés Diferido	Capital	Saldo	Seg. Desgrav.	ITF	Cuota Final
					20,000.00			
1	01/05/2017	399.01	0.00	1,545.96	18,454.04	15.00	0.05	1,960.02
2	01/06/2017	476.93	0.00	1,468.05	16,985.99	15.00	0.05	1,960.02
3	01/07/2017	424.65	0.00	1,520.32	15,465.67	15.00	0.05	1,960.02
4	01/08/2017	399.69	0.00	1,545.28	13,920.39	15.00	0.05	1,960.02
5	01/09/2017	359.76	0.00	1,585.21	12,335.17	15.00	0.05	1,960.02
6	01/10/2017	308.38	0.00	1,636.59	10,698.58	15.00	0.05	1,960.02
7	01/11/2017	276.49	0.00	1,668.48	9,030.10	15.00	0.05	1,960.02
8	01/12/2017	225.75	0.00	1,719.22	7,310.88	15.00	0.05	1,960.02
9	01/01/2018	188.94	0.00	1,756.03	5,554.85	15.00	0.05	1,960.02
10	01/02/2018	143.56	0.00	1,801.41	3,753.44	15.00	0.05	1,960.02
11	01/03/2018	87.51	0.00	1,857.47	1,895.97	15.00	0.05	1,960.02
12	01/04/2018	49.00	0.00	1,895.97	0.00	15.00	0.05	1,960.02
Total:		S/. 3,339.68	0.00	20,000.00		180.00	0.60	23,520.24

CrediScotia

simulador financiera CrediScotia

Monto del Préstamo: ..... S/. 20,000.00

Tasa Efectiva Anual (TEA): ..... 38.00 %

Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA): ..... 39.32 %

Cuota	Fecha de Vencimiento	Días	Capital	Interés	Seguro de Desgravamen	Importe de Cuota	Saldo Pendiente
1	08/05/2017	31	1,411.99	562.46	16.85	1,991.30	20,000.00
2	07/06/2017	30	1,470.49	505.66	15.15	1,991.30	18,588.01
3	07/07/2017	30	1,511.69	465.66	13.95	1,991.30	17,117.52
4	07/08/2017	31	1,539.27	438.89	13.14	1,991.30	15,605.83
5	07/09/2017	31	1,583.85	395.60	11.85	1,991.30	14,066.56
6	07/10/2017	30	1,641.55	339.58	10.17	1,991.30	12,482.71
7	07/11/2017	31	1,677.28	304.89	9.13	1,991.30	10,841.16
8	07/12/2017	30	1,734.54	249.29	7.47	1,991.30	9,163.88
9	08/01/2018	32	1,769.07	215.77	6.46	1,991.30	7,429.34
10	07/02/2018	30	1,832.71	153.98	4.61	1,991.30	5,660.27
11	07/03/2018	28	1,891.29	97.10	2.91	1,991.30	3,827.56
12	07/04/2018	31	1,936.27	54.45	1.63	1,992.35	1,936.27
	TOTAL		20,000.00	3,783.33	113.32	23,896.65	

Caja Trujillo

CAJA TRUJILLO

Fecha y hora del reporte : 17/04/2017 10:59 p.m.

Monto :	20 000.00	Nro. cuotas :	12
Fecha de desembolos :	01/05/2017	Moneda :	NUEVOS SOLES
Gracia :	0		
Fecha fija :	1 mes(es)	Dia fijo:	02
Producto :	EMPRESARIAL		
TEA :	38.47%	TCEA :	38.47 %

CALENDARIO DE PAGOS

Nro	Fecha	Cuota	Seg.Inm.	Seg.Desg.	Seg.Bienes	Interes	Capital	Saldo Capital	Cuota + ITF
0	01/05/2017	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	20000.00	0.00
1	02/06/2017	1986.69	0.00	0.00	0.00	587.09	1399.60	18600.40	1986.74
2	03/07/2017	1986.69	0.00	0.00	0.00	528.70	1457.99	17142.41	1986.74
3	02/08/2017	1986.69	0.00	0.00	0.00	471.33	1515.36	15627.05	1986.74
4	02/09/2017	1986.69	0.00	0.00	0.00	444.19	1542.50	14084.55	1986.74
5	02/10/2017	1986.69	0.00	0.00	0.00	387.25	1599.44	12485.11	1986.74
6	02/11/2017	1986.69	0.00	0.00	0.00	354.88	1631.81	10853.30	1986.74
7	02/12/2017	1986.69	0.00	0.00	0.00	298.41	1688.28	9165.02	1986.74
8	02/01/2018	1986.69	0.00	0.00	0.00	260.51	1726.18	7438.84	1986.74
9	02/02/2018	1986.69	0.00	0.00	0.00	211.44	1775.25	5663.59	1986.74
10	02/03/2018	1986.69	0.00	0.00	0.00	145.21	1841.48	3822.11	1986.74
11	02/04/2018	1986.69	0.00	0.00	0.00	108.64	1878.05	1944.06	1986.74
12	26/04/2018	1986.70	0.00	0.00	0.00	42.64	1944.06	0.00	1986.75

Total cuota	Total seg. Inmu.	Total seg. Desgr.	Total seg. bienes	Total interes	Total capital	TOTAL
23 840.29	0.00	0.00	0.00	3 840.29	20 000.00	23 840.89

Capítulo IX

Depreciación

MAQ-EQ	10%	2400
EQUIP PROC DATOS	25%	1000

	1	2	3	4	5	
MAQ-EQ	240	240	240	240	240	
EQ PROC DATOS	250	250	250	250		
	490	490	490	490	240	2200