



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE POSTRES EN
ENVASES COMESTIBLES EN BASE A GALLETA DE MERCADONA,
UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,
PARROQUIA CALDERÓN AÑO 2019.**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera.**

Autora: Perugachi Chuquisan Joselyn Amparo

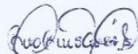
Tutor: Ing. Analuisa Aguiar Armando Andrés

Quito, Junio 2019

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 22 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **PERUGACHI CHUQUISAN JOSELYN AMPARO**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE POSTRES EN ENVASES COMESTIBLES EN BASE A GALLETA DE MERCADONA, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERON AÑO 2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



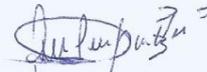
ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRÉS

Tutor de Proyectos



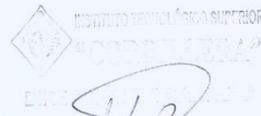
SALAS JIMÉNEZ FRANCISCO anciera

Delegado Unidad de Titulación



PIMBO BASTIDAS ANGELA MARÍA

Lector de Proyectos



BURGA JADÁN MARÍA FERNANDA

Directora de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

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

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

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

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que se ha llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Joselyn Amparo Perugachi Chuquisan

CC: 172368155-5

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Joselyn Amparo Perugachi Chuquisan portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172368155-5 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de postres con envases comestibles en base a galleta de Mercadona, ubicado en el distrito metropolitano de Quito, parroquia Calderón, año 2019 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA
NOMBRE
CÉDULA



Joselyn Amparo Perugachi Chuquisan
172368155-5

Quito, 22 de Mayo del 2019

AGRADECIMIENTO

Sin duda alguna agradezco primeramente a Dios por brindarme salud, vida y una familia increíble, además por guiar siempre mi camino y poner en él a las personas indicadas las cuales han sido partícipes de cada logro.

Agradezco infinitamente a mis padres y hermanos, los cuales han sido mi ejemplo de lucha y perseverancia, quienes han estado en las buenas y en las malas brindándome su apoyo y amor incondicional, gracias a su esfuerzo y dedicación he logrado una más de mis metas y vamos por muchas más.

Además agradezco a una persona muy especial la cual forma parte de mi vida y es mi novio, quien me da la fortaleza de luchar por lo que deseo sin importar el camino tan largo que tenga que atravesar, gracias por tu apoyo incondicional.

Y por último pero no menos importante agradezco al Instituto Tecnológico Superior “Cordillera” por abrirme hace tres años sus puertas, para impartirme por parte de sus docentes conocimientos y así poder formarme como una profesional y sobre todo para poder aplicar los principios y valores inculcados.

DEDICATORIA

Dedico todo el esfuerzo y sacrificio primeramente a Dios, quien se encargó de guiar cada paso que di en este largo camino y me ha permitido lograr una meta más en mi vida.

A mis padres por ser ese ejemplo de lucha y perseverancia, por brindarme su amor incondicional a cambio de nada, por todos sus esfuerzos para darme una educación de calidad, por levantarme con sus palabras amorosas en cada caída y fracaso que tuve en el transcurso de mi vida y sobre todo por estar siempre a mi lado en las buenas y en las malas. A mis hermanos por ser mi inspiración para poder salir y afrontar todos los obstáculos que se me presenten. A mi novio quien me brinda su apoyo y amor incondicional.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO I	1
1. Introducción	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	2
CAPÍTULO II	5
2. Análisis Situacional	5
2.01 Ambiente Externo.....	5
2.01.01 Factor Económico	5
2.01.01.01 Inflación.....	5
2.01.01.02 Inflación por Ciudades	6
2.01.01.03 Producto Interno Bruto.....	7
2.01.01.04 Producto Interno Bruto Sectorial	8
2.01.01.05 Tasa Riesgo País	9
2.01.01.06 Tasa de Interés	11
2.01.01.07 Tasa Activa	11
2.01.01.08 Tasa Pasiva	12
2.01.02 Factor Social.....	13
2.01.02.01 Población Económicamente Activa	13
2.01.02.02 Empleo	14
2.01.02.03 Desempleo	15

2.01.02.04 Subempleo	16
2.01.03 Factor Legal.....	17
2.01.03.01 Permisos	17
2.01.04 Factor Tecnológico	18
2.02 Entorno Local	19
2.02.01 Clientes.....	19
2.02.02 Proveedores	20
2.02.03 Competidores.....	20
2.03 Análisis FODA	21
2.03.01 Análisis de Factores Externos	21
2.04 Propuesta Estratégica.....	22
2.04.01 Misión	23
2.04.02 Visión.....	23
2.04.03 Objetivos	23
2.04.03.01 Objetivo General.....	23
2.04.03.02 Objetivos Específicos.....	23
2.04.04 Principios y Valores.....	24
2.04.05 Gestión Administrativa	24
2.04.05.01 Organigrama	25
2.04.05.02 Manual de Funciones	25
2.04.06 Gestión Operativa	25
2.04.06.01 Organigrama	26
2.04.06.02 Manual de Funciones	26
2.04.07 Gestión Comercial	27
2.04.07.01 Organigrama	28
2.04.07.02 Manual de Funciones	28
2.04.07.03 Marketing Mix	28
CAPÍTULO III	34
3. Estudio de Mercado	34
3.01 Análisis del Consumidor.....	34
3.01.01 Determinación de la Población y Muestra	34
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información	36

3.01.03 Análisis de la Información	36
3.02 Demanda	45
3.02.01 Demanda Histórica	45
3.02.02 Demanda Actual	45
3.02.03 Demanda Proyectada	46
3.03 Oferta	46
3.03.01 Oferta Histórica	47
3.03.02 Oferta Actual	47
3.03.03 Oferta Proyectada	47
3.04 Productos Sustitutos	48
3.04.01 Oferta Histórica	48
3.04.02 Oferta Actual	49
3.04.03 Oferta Proyectada	49
3.05 Balance Oferta-Demanda	49
3.05.01 Balance Actual.....	49
3.05.02 Balance Proyectado.....	50
CAPÍTULO IV	51
4. Estudio Técnico	51
4.01 Tamaño del Proyecto	51
4.01.01 Capacidad Instalada	51
4.01.02 Capacidad Óptima	51
4.02 Localización	52
4.02.01 Macro – Localización	52
4.02.02 Micro – Localización	53
4.02.3 Localización Óptima.....	54
4.03 Ingeniería del Producto	55
4.03.01 Definición del Bien.....	55
4.03.02 Distribución del Local.....	56
4.03.03 Flujograma de Proceso.....	59
4.03.04 Maquinarias y Equipos.....	60
CAPÍTULO V	61
5. Estudio Financiero	61

5.01 Ingresos	61
5.01.01 Ingresos Operacionales	61
5.01.02 Ingresos no Operacionales	62
5.02 Costos	62
5.02.01 Costo Directo	62
5.02.01.01 Materia Prima	62
5.02.01.02 Mano de Obra	64
5.02.02 Costo Indirecto	64
5.02.03 Gastos Administrativos	66
5.02.04 Gastos de Ventas	67
5.02.05 Gastos Financieros	67
5.02.06 Costos Fijos	68
5.02.07 Costos Variables	69
5.03 Inversiones	69
5.03.01 Inversión Fija	69
5.03.02 Activos Fijos	70
5.03.03 Activos Nominales	70
5.03.04 Capital de Trabajo	71
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	72
5.03.06 Amortización de Financiamiento	72
5.03.07 Depreciaciones	74
5.03.08 Estado de Situación Inicial	74
5.03.09 Estado de Resultados Proyectado	76
5.03.10 Flujo de Caja	77
5.03.11 Balance General Proyectado	78
5.04 Evaluación Financiera	79
5.04.01 Tasa de Descuento	79
5.04.02 VAN	79
5.04.03 TIR	80
5.04.04 PRI	80
5.04.05 RBC	81
5.04.06 Punto de Equilibrio	82

5.04.07 Análisis de Índices Financieros	83
CAPÍTULO VI.....	87
6. Análisis de Impacto	87
6.01 Impacto Ambiental	88
6.02 Impacto Económico	89
6.03 Impacto Productivo.....	90
6.04 Impacto Social.....	91
6.05 Matriz General de Impactos.....	93
CAPÍTULO VII	94
7. Conclusiones y Recomendaciones	94
7.01 Conclusiones	94
7.02 Recomendaciones	95
BIBLIOGRAFÍA	96
ANEXOS	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación	5
Tabla 2 Inflación por Ciudades.....	6
Tabla 3 Producto Interno Bruto	7
Tabla 4 Producto Interno Bruto Sectorial	9
Tabla 5 Riesgo País.....	10
Tabla 6 Tasa Activa	11
Tabla 7 Tasa Pasiva.....	12
Tabla 8 Población Económicamente Activa.....	13
Tabla 9 Empleo	14
Tabla 10 Desempleo.....	15
Tabla 11 Subempleo.....	16
Tabla 12 Fracciones Básicas	17
Tabla 13 Segmentación de Clientes	19
Tabla 14 Proveedores.....	20
Tabla 15 Competidores	21
Tabla 16 Factores Externos	22
Tabla 17 Población Segmentada.....	34
Tabla 18 Consumo	37
Tabla 19 Frecuencia	38
Tabla 20 Gasto	39
Tabla 21 Satisfacción	40
Tabla 22 Aceptación	41
Tabla 23 Factor Compra.....	42
Tabla 24 Preferencia	43
Tabla 25 Publicidad	44
Tabla 26 Demanda Histórica	45
Tabla 27 Demanda Actual.....	45
Tabla 28 Demanda Actual.....	46
Tabla 29 Demanda Proyectada	46
Tabla 30 Oferta Histórica	47
Tabla 31 Oferta Actual.....	47
Tabla 32 Oferta Proyectada	48
Tabla 33 Oferta Histórica	48
Tabla 34 Oferta Actual.....	49
Tabla 35 Oferta Proyectada	49
Tabla 36 Balance Actual	49
Tabla 37 Balance Proyectado	50
Tabla 38 Capacidad Instalada.....	51
Tabla 39 Capacidad Óptima	52
Tabla 40 Macro - Localización.....	52
Tabla 41 Localización Óptima	54

Tabla 42 Códigos de Cercanía.....	57
Tabla 43 Razones de Cercanía.....	57
Tabla 44 Distribución de la Planta.....	58
Tabla 45 Maquinaria y Equipo	60
Tabla 46 Ingresos Operacionales.....	61
Tabla 47 Materia Prima de la Gelatina	62
Tabla 48 Materia Prima del Cheesecake	63
Tabla 49 Materia Prima de las Frutillas	63
Tabla 50 Materia Prima del Helado	63
Tabla 51 Mano de Obra.....	64
Tabla 52 Costos Indirectos de Fabricación	65
Tabla 53 Resumen de Costos.....	65
Tabla 54 Fijación del Precio.....	65
Tabla 55 Proyección de Gastos Administrativos	66
Tabla 56 Proyección de Gastos de Venta.....	67
Tabla 57 Gastos Financieros	68
Tabla 58 Costos Fijos.....	68
Tabla 59 Costos Variables.....	69
Tabla 60 Activos Fijos	70
Tabla 61 Activos Nominales	70
Tabla 62 Capital de Trabajo	71
Tabla 63 Resumen de Inversiones	71
Tabla 64 Fuentes de Financiamiento	72
Tabla 65 Condiciones del Préstamo.....	73
Tabla 66 Método Alemán.....	73
Tabla 67 Depreciaciones	74
Tabla 68 Estado de Situación Inicial.....	75
Tabla 69 Estado de Resultados Proyectado.....	76
Tabla 70 Flujo de Caja	77
Tabla 71 Balance General Proyectado	78
Tabla 72 Tasa de Descuento.....	79
Tabla 73 Punto de Equilibrio.....	82
Tabla 74 Comprobación del Punto de Equilibrio	82
Tabla 75 Ratios Financieros	85
Tabla 76 Ponderación de Impactos.....	87
Tabla 77 Impacto Ambiental	88
Tabla 78 Impacto Económico.....	89
Tabla 79 Impacto Productivo	90
Tabla 80 Impacto Social.....	92
Tabla 81 Matriz General de Impactos.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación	6
Figura 2 Inflación por Ciudades	7
Figura 3 Producto Interno Bruto.....	8
Figura 4 Producto Interno Bruto Sectorial	9
Figura 5 Riesgo País	10
Figura 6 Tasa Activa.....	11
Figura 7 Tasa Pasiva	12
Figura 8 Población Económicamente Activa	13
Figura 9 Empleo	14
Figura 10 Desempleo	15
Figura 11 Subempleo	16
Figura 12 Organigrama del Área Administrativa	25
Figura 13 Manual de Funciones del Gerente	25
Figura 14 Organigrama del Área Operativa.....	26
Figura 15 Manual de Funciones del Maestro Pastelero	26
Figura 16 Manual de Funciones del Auxiliar de Pastelería	27
Figura 17 Organigrama del Área Comercial	28
Figura 18 Manual de Funciones del Vendedor	28
Figura 19 Logotipo	30
Figura 20 Slogan.....	30
Figura 21 Canal de Distribución.....	32
Figura 22 Consumo.....	37
Figura 23 Frecuencia	38
Figura 24 Gasto	39
Figura 25 Satisfacción.....	40
Figura 26 Aceptación.....	41
Figura 27 Factor Compra	42
Figura 28 Preferencia.....	43
Figura 29 Publicidad.....	44
Figura 30 Mapa de Quito	53
Figura 31 Mapa de Calderón.....	53
Figura 32 Localización Óptima	55
Figura 33 Matriz SLP.....	57
Figura 34 Distribución de la Planta	58
Figura 35 Flujograma de Procesos	59
Figura 36 Punto de Equilibrio	83

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Papelería e Imagen Corporativa	106
Anexo 2. Encuesta	107
Anexo 3. Fichas y Lineamientos de Control.....	111
Anexo 4. Método Francés	112

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está enfocado en la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de postres con envases comestibles en base a galleta de Mercadona, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia Calderón, año 2019.

Dentro del mismo se aplicó siete capítulos, los cuales se explican a continuación:

En el primer capítulo se detalla las causas y efectos por los cuáles se desea implementar el presente proyecto, además se realizó una reseña histórica con los acontecimientos más importantes sobre el mismo.

En el segundo capítulo se trata sobre el análisis situacional, es decir, los indicadores económicos y sociales, además consta del factor legal lo cual implica los permisos que se necesita para poner en funcionamiento el presente proyecto, para eso se debe contar con clientes, proveedores, competidores y sobre todo una propuesta estratégica.

En el tercer capítulo se realiza un estudio de mercado, en el cual se determina la población y la muestra, por ende ayuda a determinar el número de encuestas a realizar para poder saber cuál será la aceptación del producto.

En el cuarto capítulo se detalla el estudio técnico el cuál se basa en las capacidades, es decir, lo que el presente proyecto podrá producir de manera diaria, semanal, mensual y anual, además se especifica donde se ubicará el mismo y el tipo de maquinaria que se va a utilizar.

En el quinto capítulo se realiza un estudio financiero a través de varios criterios, el cual ayuda a conocer que la implementación de la microempresa es viable y rentable, a pesar de que necesita un financiamiento, es decir un crédito.

En el sexto capítulo se realiza un análisis de impactos, tanto ambiental, económico, social y productivo, los cuáles dan a conocer en qué manera afectará o aportará el presente proyecto.

En el séptimo capítulo se realiza las conclusiones y recomendaciones que se hacen para el presente proyecto y así logre su funcionamiento de mejor manera.

ABSTRACT

The present project is focused on the implementation of a microenterprise dedicated to the elaboration of desserts with edible containers based on Mercadona biscuit, located in the Metropolitan District of Quito, Calderón Parish, 2019.

Within it seven chapters were applied, which is explained below:

In the first chapter details the causes and effects for which you want to implement the present project, also a historical review was made with the most important events about it.

The second chapter deals with the situational analysis, that is, the economic and social indicators, as well as the legal factor which implies the permits that are needed to put the present project into operation, for that you must have clients, suppliers, competitors and above all a strategic proposal.

In the third chapter, a market study is carried out, in which the population and the sample are determined, thus helping to determine the number of surveys to be carried out in order to know what the acceptance of the product will be.

In the fourth chapter the technical study is detailed, which is based on the capacities, that is, what this project can produce on a daily, weekly, monthly and annual basis, it is also specified where it will be located and the type of machinery which will be used.

In the fifth chapter a financial study is carried out through several criteria, which helps to know that the implementation of the microenterprise is viable and profitable, in spite of the fact that it needs financing, that is, a loan.

In the sixth chapter an analysis of impacts is carried out, both environmental, economic, social and productive, which reveal how this project will affect or contribute.

In the seventh chapter the conclusions and recommendations that are made for the present project are made and thus achieve its operation in a better way.

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.01 Justificación

En la actualidad, la utilización excesiva de envases plásticos, la falta de innovación y originalidad por parte de las microempresas que conforman el mercado de repostería, la falta de capacitación en atención al cliente por parte del personal y la existencia de un nicho de mercado amplio con competencia poco agresiva son elementos que, relacionados entre sí, han generado que exista un incremento continuo de basura no biodegradable que contamina el ambiente, una presentación obsoleta y poco llamativa de los productos de repostería, el descontento e inconformidad de los clientes y que la demanda de productos de repostería decrezca.

Lo mencionado anteriormente, permite evidenciar que, el presente proyecto es pertinente puesto que, busca crear productos con envases comestibles que reduzcan la contaminación ambiental, presentar productos poco convencionales e innovadores que cautiven la atención de los clientes, generar conformidad y satisfacción en los clientes y provocar un incremento en la demanda.

Así mismo, este proyecto está orientado a impulsar la economía de la zona en la que se establecerá, creando nuevas plazas de trabajo y utilizando los conocimientos obtenidos en la carrera.

Finalmente, al desarrollar el presente estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de postres con envases comestibles en base a galleta de Mercadona, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia Calderón, pretende ser un negocio eficiente e innovador que busca ser sostenible en el tiempo y que genere una rentabilidad y satisfacción para los involucrados.

1.02 Antecedentes

Según Buonarroti (2012) “Ya en Egipto existían recetas simples de repostería. Aún no se conocía el azúcar, por lo que el sabor dulce se conseguía gracias a la miel de abeja”.

La repostería no es algo nuevo pues las evidencias demuestran que desde la antigüedad ya se estaba dando una pequeña importancia, es así como nace la implementación de la miel de abeja que poco a poco fue sustituida por el azúcar que conocemos hoy en día.

A principios de la era cristiana, hace 2000 años, no se diferenciaba el oficio de pastelero y el de panadero, sino que era la misma persona quien ejercía ese trabajo, y que usaba la miel en sus recetas, así lo demuestra la Biblia, donde se pueden encontrar numerosas citas referentes a ella (Buonarroti, 2012).

En la actualidad, existe una clara diferencia, debido a que existe tanto el oficio de panadero como de pastelero y no son ejercidos por la misma persona, además existe una amplia especialización por la gran variedad de postres que actualmente existen.

Ya en la Roma antigua se empezaron a emplear nuevas técnicas y medios para dulcificar, como el mulsum (un vino meloso) y mezclaban la harina con miel para elaborar pasteles. Numerosos autores mencionan postres como la tripartina, a base de huevos, leche y miel, o el globus, una especie de buñuelo (Buonarroti, 2012).

Con el pasar del tiempo han aparecido nuevos implementos que han permitido ir mejorando los postres y que tengan un mejor sabor, así como en esos momentos

apareció el mulsum, en la actualidad se utiliza mayormente endulzantes que, a pesar de no ser naturales, pretenden cuidar la salud del público, tales como Stevia o Splenda.

Otro hecho importante que se dio en la historia y permitió un gran avance no solo a la pastelería, sino a la gastronomía, fue el descubrimiento de América, ya que esto permitió tanto a América como a Europa enriquecer sus preparaciones gracias a la introducción de ingredientes nuevos y antes desconocidos traídos desde nuevas tierras, los cuales se incorporaron rápidamente a la alimentación, gracias a que gustaron mucho como lo hizo el cacao por ejemplo, que hoy en día es una base fundamental en repostería y que se hizo muy popular en las cortes europeas en donde se combinó con el azúcar y se extendió su consumo gracias a su gran sabor resultante que fue y sigue siendo del agrado de muchas personas (Astudillo, 2012, Pág. 19).

Este acontecimiento tiene mucha importancia, debido a que, el chocolate se ha convertido en un complemento fundamental al momento de realizar decoraciones o diferentes postres, debido al sabor y diferentes texturas que puede tener el mismo.

La pastelería o también conocida como repostería ya contaba con su propia historia en el año 1566, bajo el reinado de Carlos IX, aquí nace la corporación de pasteleros que reglamenta el aprendizaje y el acceso a la maestría, el mismo que se examinaba a través de la confección de obras de verdaderos maestros (Astudillo, 2012, Pág. 20).

Es desde este punto donde se empieza a tomar la repostería como un arte, y permite a los maestros pasteleros realizar postres más complejos y atractivos a la vista, de igual forma poco a poco aparecen nuevas variedades con distintos sabores y colores.

El siglo XIX supone un gran auge para el mundo de la repostería, pues empiezan a aparecer pastelerías y confiterías abiertas al público, como las que se abrieron en Madrid. Se mejoran los equipos y maquinarias y surgen otras nuevas, como las primeras máquinas de hacer hielo, lo que permitió la producción en masa, gracias a su poder conservante (Alonso, 2014).

La creación de varias máquinas permitió que la elaboración de postres fuera más sencilla y aparecieran nuevas formas de elaborarlos y adicionar nuevos componentes que le dieron un toque adicional al producto final, por lo que aquí, es donde se

empieza a sentir un crecimiento mucho mayor de la repostería por la apertura de varios negocios.

Según Alonso (2014) “El auge de la repostería y la confitería vino acompañado del incremento en el nivel de vida de los siglos XIX y XX y éstas han alcanzado un nivel de especialización y refinamiento muy elevado en sólo 200 años”.

En los últimos dos siglos la repostería tuvo bastante acogida, ya que las personas empezaban a pensar en también darse ciertos gustos y la mejor manera de aprovechar esto eran los postres, la aparición de varias máquinas especializadas permitió perfeccionarlos en poco tiempo y atraer cada vez más clientes, hasta llegar a los tiempos actuales donde los postres son parte de la vida cotidiana.

Los envases comestibles llevan en realidad rodando desde hace años en la cabeza de innovadores como David Edwards, de la Universidad de Harvard, creador de la empresa WikiFoods, consagrada a la tecnología de envases naturales que envuelvan a los alimentos “como la piel una uva”. En 2013 abrió en París Le Wikibar, el primer establecimiento y tender un puente entre la cocina “molecular” y los envoltorios ecológicos (Fresneda, 2017).

En la actualidad, los envases plásticos son el alma de cualquier producto que se necesitan comprar o transportar, pero esto conlleva a contaminar el ambiente de manera mucho más acelerada, crear envases comestibles no es una idea tan reciente, pero si es muy relevante implementar esto en los productos que se consumen a diario, de igual manera en los postres que permite aprovechar al máximo el producto sin tener que desperdiciar nada.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

2.01 Ambiente Externo

2.01.01 Factor Económico

“Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía para satisfacer las necesidades socialmente humanas” (Ortiz, 2014).

2.01.01.01 Inflación

“El término inflación, en economía, se refiere al aumento de precios de bienes y servicios en un periodo de tiempo” (Nieto, 2010).

Tabla 1
Inflación

FECHA	INFLACIÓN
dic-14	3,67%
dic-15	3,38%
dic-16	1,12%
dic-17	-0,20%
dic-18	0,27%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Joselyn Perugachi

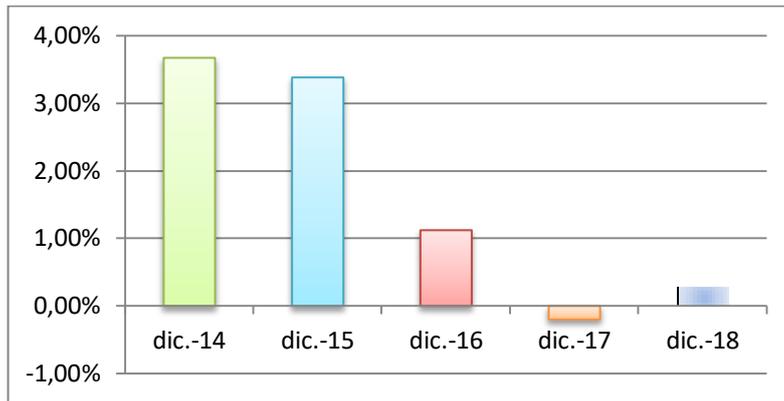


Figura 1 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Se puede evidenciar que la tendencia de la Inflación es decreciente, eso quiere decir, que los precios del mercado a manera nacional han reducido.

Desde el punto de vista del cliente es positivo ya que los proveedores del presente proyecto ofertarán sus insumos a un precio bajo, sin embargo, como proyecto es negativo dado que, si se mantiene esta tendencia los márgenes de utilidad de este serán mínimos lo que implica que en el mediano y largo plazo el proyecto deje de ser sostenible y se tenga que levantar.

2.01.01.02 Inflación por Ciudades

La inflación por ciudades se refiere al aumento de precios ya sea en los bienes y servicios, pero de manera más concreta en cada ciudad.

Tabla 2

Inflación por Ciudades

FECHA	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	ESMERALDAS
dic-14	3,89%	3,40%	3,57%	3,97%
dic-15	3,20%	3,30%	4,29%	3,91%
dic-16	1,07%	1,12%	1,06%	2,49%
dic-17	-0,15%	-0,09%	-0,17%	-1,00%
dic-18	0,49%	0,54%	0,68%	0,07%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Joselyn Perugachi

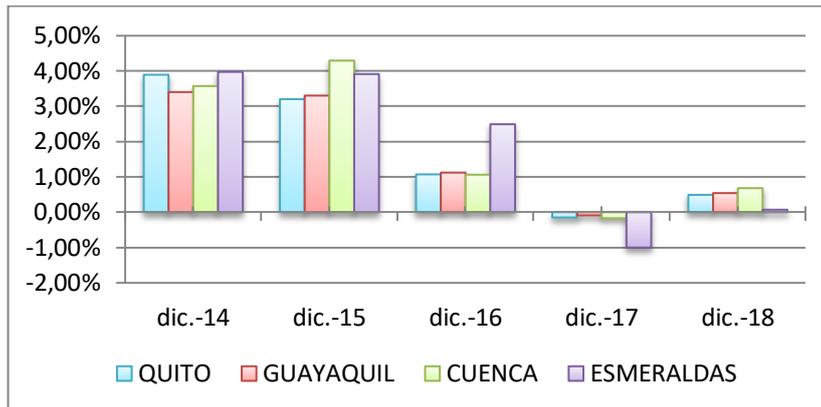


Figura 2 Inflación por Ciudades

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para el análisis se utilizará a la ciudad de Quito puesto que ahí se establecerá el proyecto.

Al igual que la Inflación Nacional presenta una tendencia decreciente que como se explicó en el indicador anterior es negativo por los márgenes reducidos de utilidad en el precio de venta.

2.01.01.03 Producto Interno Bruto

“Se trata de una noción que engloba a la producción total de servicios y bienes de una nación durante un determinado periodo de tiempo, expresada en un monto o precio monetario” (Pérez, 2012).

Tabla 3

Producto Interno Bruto

FECHA	PIB	VARIACIÓN
2014	70.105,4	
2015	70.174,7	0,10%
2016	69.314,1	-1,23%
2017	70.955,7	2,37%
2018	71.705,2	1,06%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Joselyn Perugachi

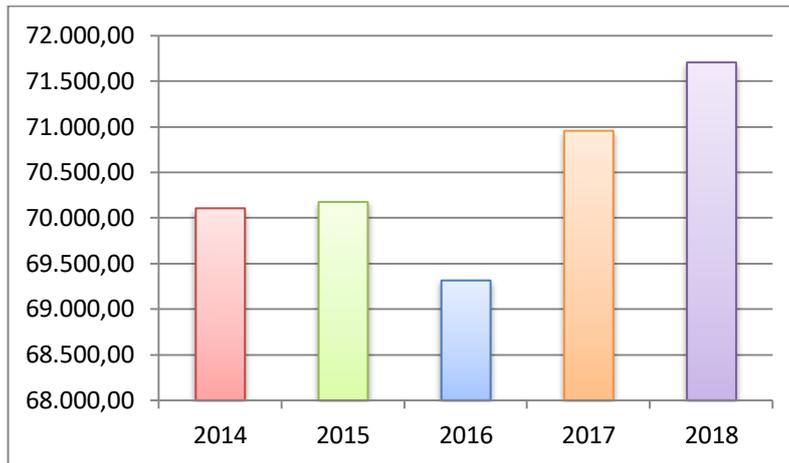


Figura 3 *Producto Interno Bruto*
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Como se puede visualizar en la figura anterior la tendencia del Producto Interno Bruto Nacional es creciente en los últimos dos años de análisis.

Esto implica que el mercado demandante está consumiendo lo que las empresas del país producen, esto es positivo para el presente proyecto puesto que la microempresa ingresará a un mercado que se está activando.

Si esta tendencia se mantiene será favorable dado que se estimaría que en el mediano y largo plazo seguirá existiendo un mercado que adquiera la producción de la microempresa y mantendrá la motivación de producción.

2.01.01.04 Producto Interno Bruto Sectorial

“Muestra como mide los ingresos de un país a través de diversas clasificaciones divididas en tres sectores como lo son el sector primario (extractivo), secundario (transformativo) y el terciario (de servicios)” (Nepo, 2017).

Tabla 4
Producto Interno Bruto Sectorial

PERÍODO	SERVICIOS DE COMIDA
2013	1.190,9
2014	1.217,9
2015	1.173,4
2016	1.166,5
2017	1.233,7

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Joselyn Perugachi

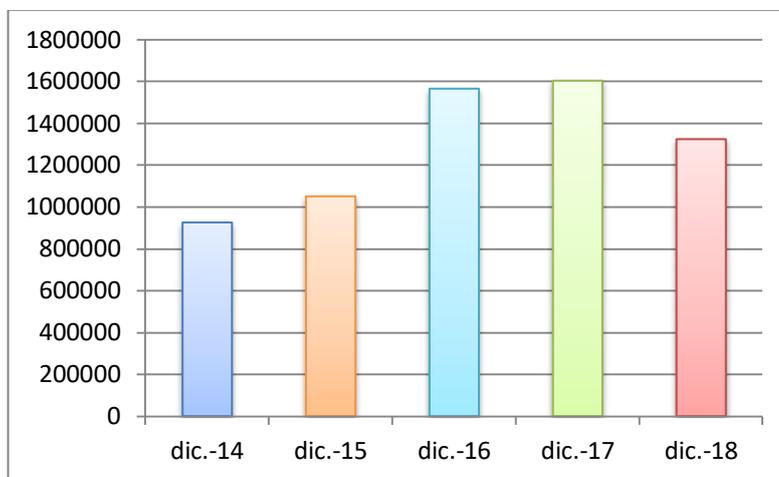


Figura 4 *Producto Interno Bruto Sectorial*
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Al analizar el sector industrial al que pertenece la microempresa se puede evidenciar que mantiene una tendencia creciente, lo que es positivo puesto que se asume que existe un mercado demandante en la industria específica a la que pertenece el presente proyecto.

2.01.01.05 Tasa Riesgo País

Es la sobretasa de interés que paga cada país para financiarse en el mercado internacional. En esencia, mide la probabilidad (el riesgo) de que un Estado logre o no pagar los vencimientos de sus obligaciones (deuda externa, bonos, letras del tesoro) cuando corresponde (González, 2018).

Tabla 5
Riesgo País

FECHA	PUNTOS	TASA
ene-18	442	4,42%
feb-18	490	4,9%
mar-18	544	5,44%
abr-18	667	6,67%
may-18	671	6,71%
jun-18	761	7,61%
jul-18	603	6,03%
ago-18	725	7,25%
sep-18	622	6,22%
oct-18	722	7,22%
nov-18	740	7,4%
dic-18	826	8,26%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Joselyn Perugachi

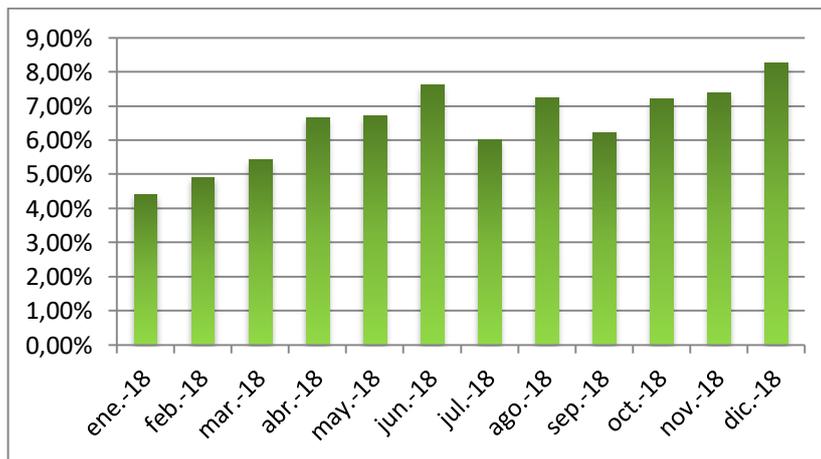


Figura 5 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Al analizar la tendencia del Riesgo País se demuestra que es creciente lo que implica que la confianza hacia el país es muy baja, esto se traduce en que hay pocas posibilidades de inversión extranjera, esto es positivo puesto que no habría peligro de competencia para el proyecto en función de mejores procesos y tecnologías, sin embargo, se puede considerar un aspecto negativo ya que si no llega inversión extranjera posiblemente no aumentarán los niveles de empleo provocando que se pueda reducir la demanda de los productos que pretende ofertar el proyecto.

2.01.01.06 Tasa de Interés

“La tasa de interés o tipo de interés es la cantidad que se abona en una unidad de tiempo por cada unidad de capital invertido” (Luna, 2018).

2.01.01.07 Tasa Activa

“La tasa de interés activa se refiere a la tasa de interés que cobran los bancos por el dinero que prestan a sus clientes” (Nunes, 2015).

Tabla 6
Tasa Activa

FECHA	TASA
dic-14	22,32%
dic-15	24,25%
dic-16	21,48%
dic-17	21,07%
dic-18	20,24%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Joselyn Perugachi

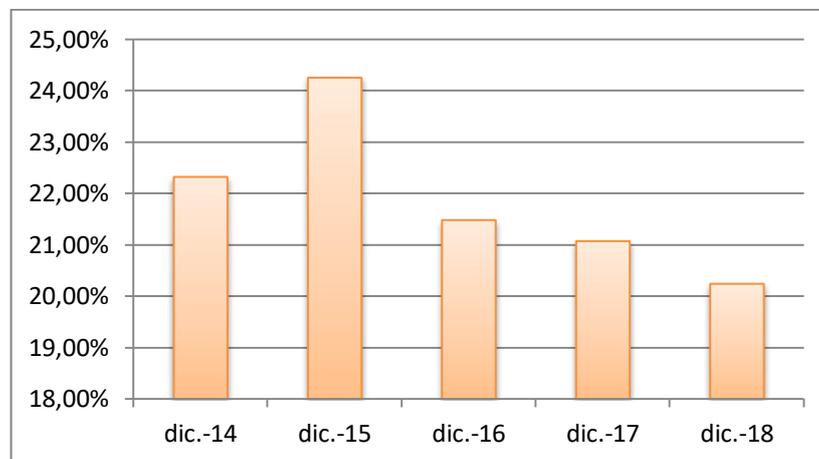


Figura 6 *Tasa Activa*

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Se puede apreciar que la tendencia de la Tasa Activa es decreciente, lo que indica que los intereses que las entidades financieras cobran por los créditos que otorgan

son bajos, esto es bueno para el presente proyecto, porque permite obtener con mayor facilidad recursos monetarios y utilizarlos en el mismo.

2.01.01.08 Tasa Pasiva

La Tasa Interés Pasiva es el tipo de interés que los bancos pagan por los préstamos que obtienen en el mercado, que puede ser representado por depósitos a la vista, depósitos a plazo, bonos, créditos de otras entidades de crédito u otros productos de similares características (Nunes, 2015).

Tabla 7
Tasa Pasiva

FECHA	TASA
dic-14	7,16%
dic-15	6,89%
dic-16	7,52%
dic-17	7,05%
dic-18	7,73%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Joselyn Perugachi

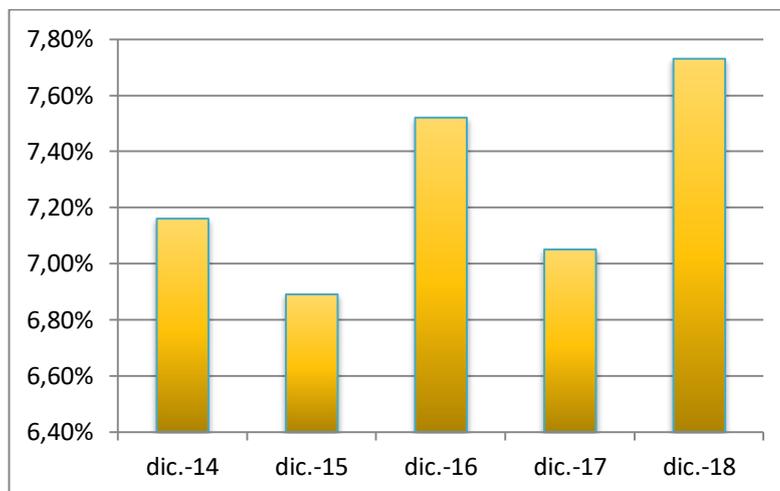


Figura 7 Tasa Pasiva
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Se puede visualizar que la tendencia de la Tasa Pasiva es creciente en el último año, lo que permite a las personas encontrar en las entidades financieras una forma de crear rentabilidad con su dinero y poder subsistir.

2.01.02 Factor Social

“Se refiere a las actividades, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación de las personas de una determinada sociedad” (Méndez, 2010).

2.01.02.01 Población Económicamente Activa

“Es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad” (Borja, 2018).

Tabla 8
Población Económicamente Activa

FECHA	PEA
dic-14	7194521
dic-15	7498528
dic-16	7874021
dic-17	8086048
dic-18	8027130

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Joselyn Perugachi

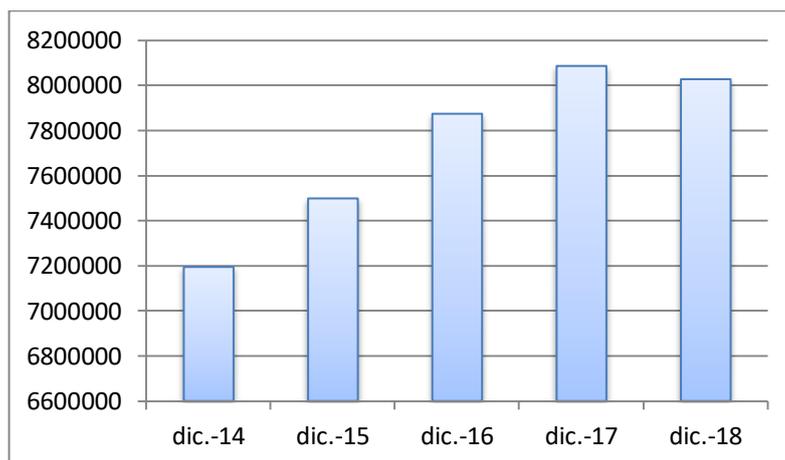


Figura 8 Población Económicamente Activa

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Al analizar la tendencia de la Población Económicamente Activa, se puede evidenciar que es creciente debido a que diariamente el número de personas que están en edad de trabajar crece, así como incrementa la población en general, esto es bueno para el presente proyecto porque existe mayor número de clientes.

2.01.02.02 Empleo

“El empleo es la concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario” (Duarte, 2008).

Tabla 9
Empleo

FECHA	CANTIDAD	EMPLEO
dic-14	6921107	49,30%
dic-15	7140636	46,50%
dic-16	7463579	41,20%
dic-17	7712177	42,30%
dic-18	7731032	40,60%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Joselyn Perugachi

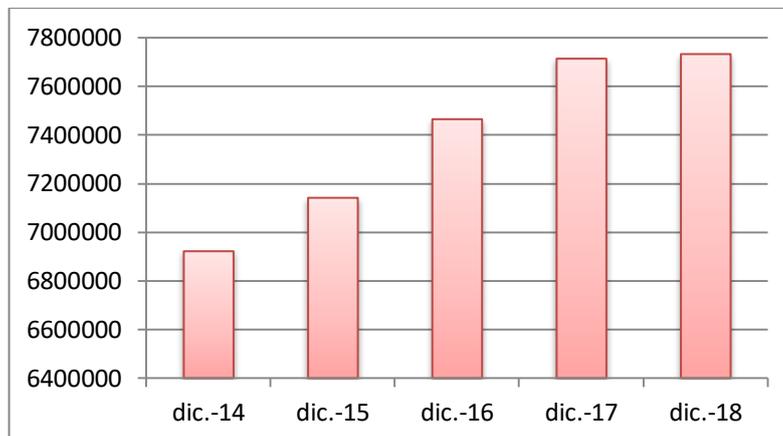


Figura 9 *Empleo*

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Se puede visualizar que la tendencia del Empleo en Ecuador es creciente lo que beneficia de manera directa al presente proyecto, pues al existir mayor número de

plazas de empleo, serán más las personas que tendrán ingresos y puedan adquirir los distintos productos que ofrece la microempresa.

2.01.02.03 Desempleo

“La situación por la que pasa una persona cuando no tiene un trabajo fijo y, por tanto, no cuenta con los medios para subsistir de manera independiente (es decir, sin la asistencia de sus conocidos o del Estado)” (Bembibre, 2010).

Tabla 10
Desempleo

FECHA	CANTIDAD	%
dic-14	273414	3,80%
dic-15	357892	4,77%
dic-16	410441	5,20%
dic-17	373871	4,60%
dic-18	296097	3,70%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Joselyn Perugachi

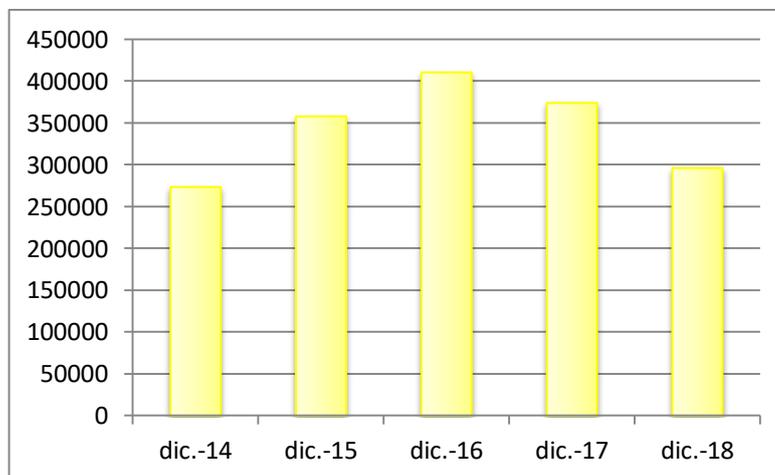


Figura 10 *Desempleo*

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Dentro de esta figura la tendencia no existe ya que no hay un patrón visible. Esto es entendible en países como Ecuador que no cuentan con un seguro de desempleo integral, el indicador proporcionado no es confiable.

Además, se debe entender que si bien es cierto que personas con empleo pasan a este indicador aumentándolo también hay personas que se encuentran desempleados y que en caso de no hallar un empleo adecuado pasarán al subempleo para obtener recursos.

2.01.02.04 Subempleo

“Denomina a aquella situación en la cual un trabajador es empleado en un puesto inferior al que estaría capacitado en ocupar” (Ucha, 2014).

Tabla 11
Subempleo

FECHA	CANTIDAD	SUBEMPLEO
dic-14	925774	12,87%
dic-15	1050646	14,01%
dic-16	1564825	19,87%
dic-17	1602909	19,80%
dic-18	1323724	16,50%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Joselyn Perugachi

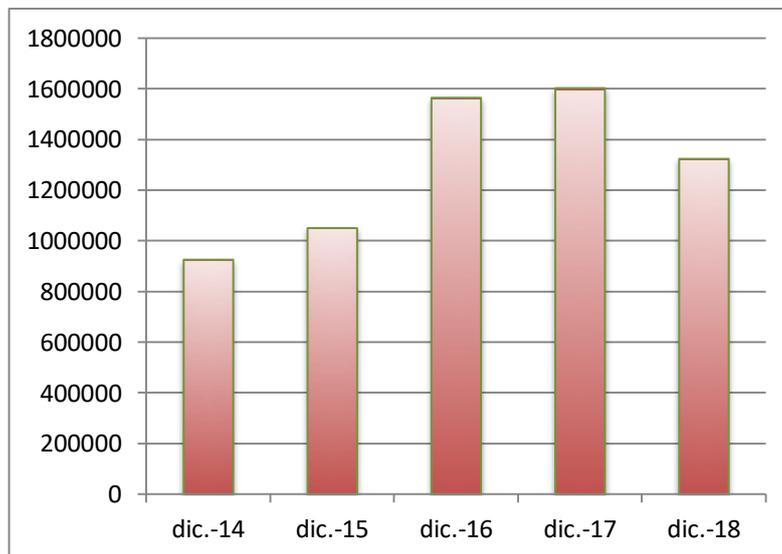


Figura 11 *Subempleo*

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Se puede analizar que dentro de esta figura la tendencia es creciente. Es muy importante tener en cuenta que las personas que forman parte del Subempleo realizan la acción de priorizar su consumo, al tener la tendencia creciente es negativo porque cada vez hay menos personas con la cantidad de recursos marginales para adquirir lo que pretende ofertar el presente proyecto.

2.01.03 Factor Legal

“Los cuales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tiene que pasar para entrar en operaciones en ese país” (Hernández, 2008).

La microempresa empezará sus actividades como una persona natural no obligada a llevar contabilidad, debido a que no cuenta con un capital que supere lo siguiente:

Tabla 12
Fracciones Básicas

ASPECTOS	VALORES
Capital	<= 180000
Ingresos	<= 300000
Gastos	<= 240000

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Además, al ser considerado no obligado a llevar contabilidad, no se requiere de un Contador Público Autorizado con RUC.

Con lo mencionado anteriormente, los requisitos que se deben obtener son:

2.01.03.01 Permisos

❖ RUC

- ✓ Cédula original del solicitante
- ✓ Papeleta de votación original
- ✓ Contrato de arrendamiento (de ser el caso)

- ✓ Registro del contrato de arriendo ante el inquilinato
- ✓ Formato de registro emitido por el SRI

Al momento de aperturar el RUC como primer requisito se establece la razón social y nombre comercial. Estos son:

Razón Social: Joselyn Amparo Perugachi Chuquisan

Nombre Comercial: Weekend Delight

❖ Patente Municipal

- ✓ Formulario de inscripción
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Dirección de correo electrónico

❖ Permiso de Bomberos

- ✓ Informe del Inspector
- ✓ Copia de cédula del propietario
- ✓ Copia de la patente municipal
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia del contrato de arriendo del bien inmueble

❖ Certificado de Salud de los Trabajadores avalado por el Ministerio de Salud

2.01.04 Factor Tecnológico

“Cambios en la composición, el diseño y la construcción que puedan provocar que el producto se perciba como obsoleto. Introducción de productos sustitutos en el mercado con clara mejoría respecto a los actuales” (Mayordomo, 2016, Pág. 48).

Para el presente proyecto sí se necesita de tecnología, sin embargo, dicha tecnología no se requiere que sea especializada o de punta. Una de las ventajas es que, los requerimientos de tecnología están disponibles en el país lo que conlleva a un ahorro de recursos puesto que no se necesitará de importar.

2.02 Entorno Local

Este tipo de entorno es aquel que va a afectar de forma cercana a la empresa ya que contiene aspectos que le influyen de manera directa. Además de que el análisis de este entorno determina en dónde se va a ubicar la empresa (Cabanelas, 1997, Pág. 89).

2.02.01 Clientes

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios (Thompson, 2009).

Para identificar los potenciales clientes a los que se hará llegar el producto a ofertar se realiza una segmentación mediante la utilización de variables como se muestra a continuación:

Tabla 13
Segmentación de Clientes

VARIABLES	RESPUESTA
Genero	Hombres y Mujeres
Edad	18 en adelante
Nivel de Ingresos	Medio/ Medio alto/ Alto
Clase social	Medio-Alto
Ubicación Geográfica	Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Frecuencia de Consumo	Diaria/ Semanal/Mensual
Motivos de compra	Antojos y por novedad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Con la segmentación anterior se establece el perfil de los potenciales clientes del producto que se pretende ofertar en el mercado.

2.02.02 Proveedores

“Se denomina proveedor a aquella persona física o jurídica que provee o suministra profesionalmente de un determinado bien o servicio a otros individuos o sociedades, como forma de actividad económica y a cambio de una contra prestación” (Sánchez, 2018).

Tabla 14
Proveedores

NOMBRE	INSUMO	FACTOR SELECCIÓN
Fleischman	Chocolate semi amargo	Precio / Calidad
Fleischman	Gelatina sin sabor	Precio / Calidad
Nabisco	Gelatina varios sabores	Calidad/ Garantía
Fleischman	Crema de leche	Precio / Calidad
Vita Leche	Leche	Precio / Calidad
Huevos Oro	Huevos	Precio / Garantía
La Fabril	Margarina sin sal	Calidad / Convenios
Toni	Queso crema	Precio / Calidad
Nestlé	Leche Condensada	Calidad / Garantía
Fleischman	Esencia de vainilla blanca	Precio / Calidad
Fleischman	Grenetina hidratada	Precio / Calidad
Mercado de Calderón	Frutillas	Precio / Calidad
Mercado de Calderón	Moras	Precio / Calidad
Grupo Superior	Premezcla	Calidad / Convenios
Ìle	Grajeas	Precio / Calidad
Nabisco	Barquillos	Calidad/ Garantía
Milano	Arrope	Precio / Calidad
Fleischman	Royal	Calidad/ Convenio
Juniors	Helado	Precio/ Calidad
Cordialsa	Barquillos	Precio/ Calidad
Biscotti	Galleta Mercadona	Precio / Garantía

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

2.02.03 Competidores

“Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismo que una determinada empresa” (Arias, 2010).

Para identificar a los competidores se realizó un análisis in situ y mediante la técnica de la observación se determinó que sí existen competidores, estos son:

Tabla 15
Competidores

NOMBRE	DIRECCIÓN
Panadería, Pastelería y Cafetería "El Buen Pan"	Calle Carapungo 0e4
Panadería y Pastelería " Casga Pan"	Calle Geovanni Calles Oe4
Pirámide Heladerías	Calle Carapungo oe4
Panadería "Dennis	Calle 9 de Agosto y Lizardo Becerra

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

2.03 Análisis FODA

“Es una herramienta muy útil para ver los pasos y acciones futuras de una empresa. La misma logra, mediante el estudio del desempeño presente, del interior de la empresa y del entorno empresarial, marcar posibles evoluciones exitosas de la organización” (Fernández, 2008).

2.03.01 Análisis de Factores Externos

Los factores externos permiten a la microempresa tener un punto de vista más amplio a cerca de los posibles puntos positivos y negativos que rodean a la misma, debido a que el entorno externo afecta de manera directa a las organizaciones.

Las fortalezas y debilidades son factores internos, por lo que no se los considera para realizar el análisis, debido a que, estos son controlables, mientras que los factores externos no se los puede predecir ni controlar y se pueden presentar en cualquier momento. Esto puede ocasionar una ventaja si se trata de una oportunidad, o una desventaja si se refiere a una amenaza para la microempresa.

Tabla 16
Factores Externos

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Competencia poco agresiva	Aumento de precios
Insatisfacción del mercado	Productos sustitutos
Falta de innovación de la competencia	Nuevos competidores
Créditos para PYMES	Situación Económica

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Al analizar las oportunidades se va a detallar las más importantes como la insatisfacción del mercado, es lo más primordial tener una buena relación con los clientes pues son quienes dan vida a la microempresa y le permiten crecer, por lo que, brindar una atención de alta calidad permite acoger a aquellos clientes que no han estado satisfechos con la competencia y la falta de innovación de la competencia por ende, la microempresa destaca por tener varios productos innovadores y atractivos a la vista además de tener envases comestibles, a diferencia de la competencia que presenta sus productos cotidianos en la misma forma y con envases de plástico.

Además, al analizar las amenazas se va a detallar las más relevantes como el aumento de precios lo que afectará al valor del producto final, dejando de ser competitivo en el mercado y la situación económica del país en la actualidad es poco estable lo que ha obligado a la población a dejar de gastar y dedicarse a ahorrar, esto perjudica a la microempresa impidiéndole vender sus productos.

2.04 Propuesta Estratégica

“Es la formulación, desarrollo y ejecución de los planes empresariales con el objetivo de alcanzar las metas planteadas. Es la visión que se tiene de una empresa en el futuro” (Restrepo, 2017).

2.04.01 Misión

Ser una microempresa dedicada a la elaboración de postres con envases comestibles en base a galleta de Mercadona que busca ofrecer una variedad de productos que cautive el paladar de los consumidores, brindando calidad en el servicio.

2.04.02 Visión

Llegar a ser para el año 2024 una empresa sólida en el mercado de productos de repostería, cumpliendo con las expectativas y deseos del cliente, siendo un referente en el sector.

2.04.03 Objetivos

2.04.03.01 Objetivo General

Posicionar la microempresa en el mercado mediante la venta de diversos productos de repostería y con el apoyo de diferentes herramientas para generar rentabilidad sin olvidar la responsabilidad social.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Brindar un servicio de calidad que permita crear confianza en los clientes a través de un personal capacitado.
- Realizar estudios de mercado semestralmente para conocer los gustos del consumidor e implementarlos en los productos
- Crear vínculos con los proveedores para obtener facilidades en los tiempos de pago.

2.04.04 Principios y Valores

Para que la empresa realice sus actividades de manera ética se pretende basar lineamientos en los siguientes principios y valores:

❖ Valores

- Puntualidad
- Respeto
- Transparencia
- Honestidad

❖ Principios

- Disciplina
- División del trabajo
- Equidad
- Trabajo en equipo

2.04.05 Gestión Administrativa

“Se refiere a las formas, estrategias y mecanismos diseñados con el fin de hacer cumplir los objetivos de una empresa” (Leal, 2018).

Sin duda alguna, la gestión administrativa es la base fundamental dentro de cualquier microempresa, ya que ayuda a cumplir las cuatro funciones principales de la administración tales como planeación, organización, dirección y control.

2.04.05.01 Organigrama

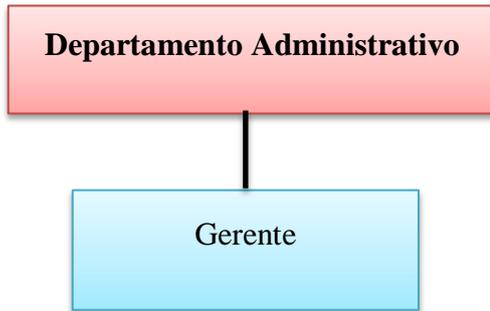


Figura 12 Organigrama del Área Administrativa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

2.04.05.02 Manual de Funciones

	
Cargo	Gerente General
Requisitos Académicos	Tecnología en Banca y Finanzas
Experiencia Laboral	1 año
Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Asignar las tareas a sus empleados 2. Evaluar el desempeño de los empleados 3. Contratar el personal 4. Atender inconvenientes que se presente 5. Mantener contacto con los proveedores 	

Figura 13 Manual de Funciones del Gerente

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

2.04.06 Gestión Operativa

“Corresponde a la asignación de las tareas puntuales que debe realizar cada colaborador de la organización en cada una de las áreas de trabajo que componen la compañía” (Cristancho, 2014).

La gestión operativa es de gran importancia en la microempresa porque se enfoca en los procesos necesarios para realizar los diferentes productos, además de los recursos y esfuerzos que se utilizan para crearlos en un tiempo establecido.

2.04.06.01 Organigrama

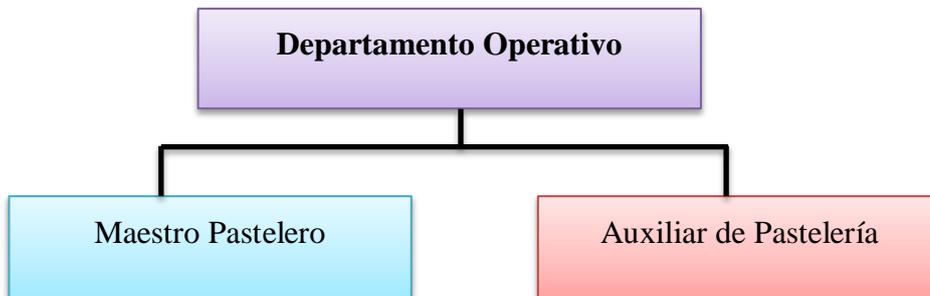


Figura 14 Organigrama del Área Operativa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

2.04.06.02 Manual de Funciones

	
Cargo	Maestro Pastelero
Requisitos Académicos	Artesano Pastelero
Experiencia Laboral	2 años
Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de la base de galleta de Mercadona 2. Planificación de recursos necesarios para la producción 3. Elaboración de postres determinados por gerencia 4. Asignar funciones al auxiliar de pastelería 5. Higiene y seguridad en la cocina 	

Figura 15 Manual de Funciones del Maestro Pastelero

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

	
Cargo	Auxiliar de pastelería
Requisitos Académicos	Cursos de pastelería
Experiencia Laboral	1 año
Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar los materiales comprados en cada percha 2. Higiene y seguridad en la cocina 3. Decorar los postres 4. Proponer nuevas formas de decoración 5. Verificar que los materiales e insumos sean de calidad 	

Figura 16 Manual de Funciones del Auxiliar de Pastelería

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

2.04.07 Gestión Comercial

“Ofrece todas las herramientas necesarias para administrar y gestionar adecuadamente las principales actividades comerciales de la organización en mercados cada vez más saturados y competitivos” (Miranda, 2018).

La gestión comercial es importante dentro de la microempresa debido a que permite mantener una relación más cercana entre vendedor y cliente, además de conocer mucho mejor el mercado en el que se desarrolla.

2.04.07.01 Organigrama

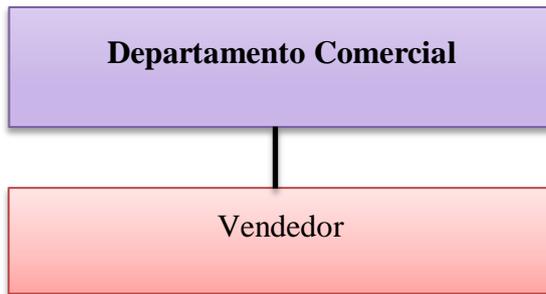


Figura 17 Organigrama del Área Comercial

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

2.04.07.02 Manual de Funciones

	
Cargo	Vendedor
Requisitos Académicos	Bachiller o Título de tercer nivel en carreras a fines
Experiencia Laboral	1 año
Funciones	
1. Atención al cliente 2. Higiene y seguridad del local 3. Control de la caja 4. Mantener arreglados los postres en las vitrinas 5. Servir los postres de los clientes en cada mesa	

Figura 18 Manual de Funciones del Vendedor

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

2.04.07.03 Marketing Mix

“Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales” (Espinosa, 2014).

❖ Producto

“El producto es la variable por la excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores” (Espinosa, 2014).

Existe una variedad de postres que se elaborarán entre los cuales están cuatro de los más destacados que son:

Postre 1: Porción de gelatina, el cliente puede escoger uno de los tres moldes que se le ofrecen para la forma de la gelatina, incluye crema chantillí en la parte superior de la gelatina, decoración en chocolate en los bordes de la base de galleta de Mercadona con distintas formas.

Postre 2: Porción de cheesecake con moras o fresas para que pueda escoger el cliente, decoración con chocolate en los bordes del postre, así como en la base de galleta Mercadona, adicional se brindará té a preferencia del cliente.

Postre 3: Porción de frutillas con chocolate como base, con una segunda porción de frutillas en la parte superior con crema chantillí y grageas a preferencia del cliente.

Postre 4: Porción de helado de dos sabores a elección del cliente, adicional puede escoger entre arropes de sabores, crema chantilly o barquillos de galleta, todo puesto en una base de galleta de Mercadona.

- LOGOTIPO

Para la elaboración del logotipo se escogió el color lila, ya que es un tono más bajito lo cual significa que es dulce y cálido, el color blanco representa naturalidad y el color turquesa es un tranquilizante que ánima para empezar de nuevo.



Figura 19 Logotipo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

- SLOGAN



Figura 20 Slogan
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

- ❖ Precio

“El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc.” (Espinosa, 2014).

Existen dos metodologías de fijación de precios las cuales se detallan a continuación:

- Precio sombra

El precio sombra se refiere al valor que se le da a un bien en un mercado determinado, se obtiene en función a un promedio. En otras palabras, se lo puede considerar como el precio referencia del mercado.

- Precio con costeo

Hace referencia al valor que adquiere el producto disponible para la venta, pero incluyendo los valores que costó realizarlo, además de tener un porcentaje de utilidad.

Para el presente proyecto se va a utilizar las dos metodologías de fijación de precio, es decir, el precio con costeo permitirá establecer una rentabilidad y el precio sombra va a ayudar a que dicho precio con margen de utilidad no sea tan distante del precio promedio del mercado.

❖ Plaza

“En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía” (Espinosa, 2014).

El canal de distribución que se va a utilizar es directo, es decir, microempresa-cliente destacando que no se va a requerir de intermediarios para la comercialización del producto.

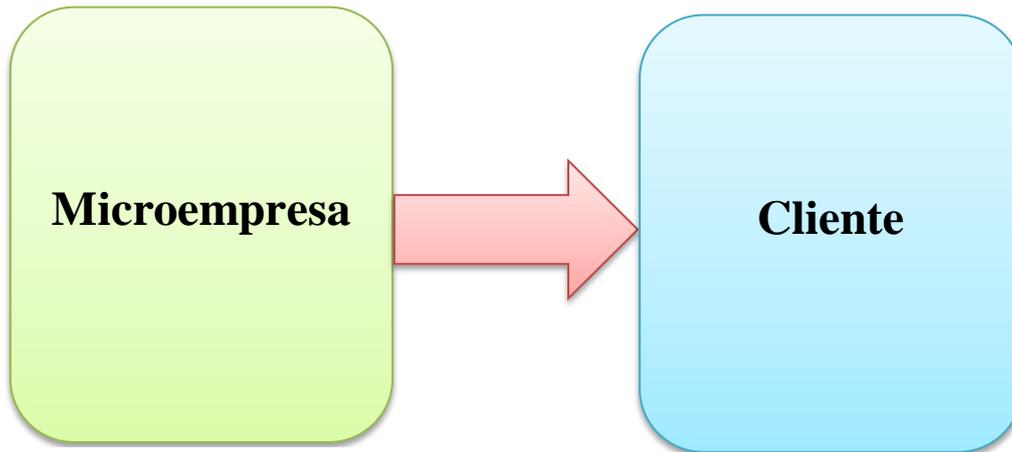


Figura 21 Canal de Distribución

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

❖ Promoción

La promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir, y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal (Thompson, 2010).

Las estrategias de comercialización que se utilizarán son las siguientes:

- Volantes

Se distribuirán en los alrededores del lugar donde se establecerá la microempresa para atraer clientes y así puedan conocer una nueva forma de presentar los postres.

- Redes sociales

En la actualidad, el uso de las diferentes redes sociales es un recurso indispensable para los nuevos proyectos que buscan darse a conocer, por lo cual se creará una página en la red social Facebook, donde se publicarán las variedades de productos a ofrecer, así como las promociones y descuentos que se pretendan realizar.

- Gigantografía

Estará ubicada en la parte superior a la entrada del establecimiento lo que permitirá atraer la atención de las personas.

La presentación de la imagen y papelería corporativa se indica en el ANEXO 1.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

3.01 Análisis del Consumidor

“El análisis del consumidor es una estrategia empleada por la mercadotecnia con la finalidad de conocer todos aquellos elementos que influyen directa o indirectamente en la adquisición de un bien” (Cárdenas, 2016, Pág.6).

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

❖ Población

“El término población refiere al conjunto de personas que vive en un área geográfica determinada y cuyo número se calcula a instancias de una evaluación estadística” (Ucha, 2009).

Tabla 17
Población Segmentada

SEGMENTO	HABITANTES
Ecuador	17267986
Sierra	7733725
Pichincha	3228233
Quito	2735987
Calderón	179569
Objetivo	137355

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

❖ Muestra

“El objetivo primordial de las muestras en estadística es el de poder inferir propiedades, comportamientos, entre otras cuestiones de la totalidad de la población, por eso es que deben ser representativas de la misma” (Ucha, 2009).

Para el presente proyecto se utilizará la muestra en función de la fórmula de poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

N = Población Segmentada

Q = Probabilidad de fracaso

P = Probabilidad de éxito

Z = Probabilidad de confianza

e = Error

Se reemplaza los siguientes datos en la presente formula:

$$n = \frac{1,96^2 * 137355 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 (137355 - 1) + 0,05^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{131915,74}{343,39}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

Para el presente proyecto se utilizaron 384 encuestas obtenidas de la fórmula de poblaciones finitas.

3.01.02 Técnicas de Obtención de Información

Para obtener información se pueden utilizar varias técnicas de levantamiento, entre las principales se tiene:

❖ Encuesta

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (Thompson, 2006).

❖ Entrevista

“Un acto comunicativo que se establece entre dos o más personas y que tiene una estructura particular organizada a través de la formulación de preguntas y respuestas” (Bembibre, 2010).

❖ Observación

“Consiste en la acción de observar algo, mirarlo con detenimiento, examinarlo exhaustivamente” (Ucha, 2009).

Para el presente proyecto se utilizará la técnica de la encuesta, debido a que, para el levantamiento de datos para investigación de proyectos nuevos es la que mejor resultados brinda. El modelo de la encuesta se encuentra en el ANEXO 2.

3.01.03 Análisis de la Información

Para el análisis de la información se puede utilizar varios paquetes estadísticos entre los cuales fue necesario recurrir a la ayuda de una hoja de cálculo del aplicativo Excel 2013.

El análisis que se presenta será de cada una de las preguntas de la encuesta.

Pregunta 1. ¿Usted come postres?

Tabla 18

Consumo

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	268	69,97%
No	115	30,03%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

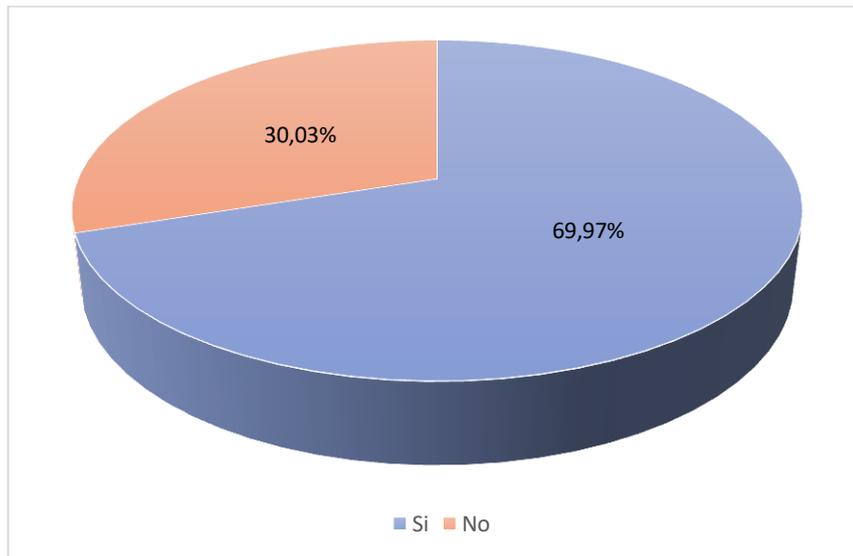


Figura 22 Consumo

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Como se puede evidenciar en la figura 22 los datos obtenidos reflejaron que el 69,97% de las personas encuestadas consumen postres, mientras que tan solo un 30,03% han indicado que no consumen postres.

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia consume postres?

Tabla 19
Frecuencia

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Diario	9	3,35%
Semanal	21	7,84%
Quincenal	107	39,93%
Mensual	131	48,88%
TOTAL	268	100%
N/A	115	
TOTAL	383	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

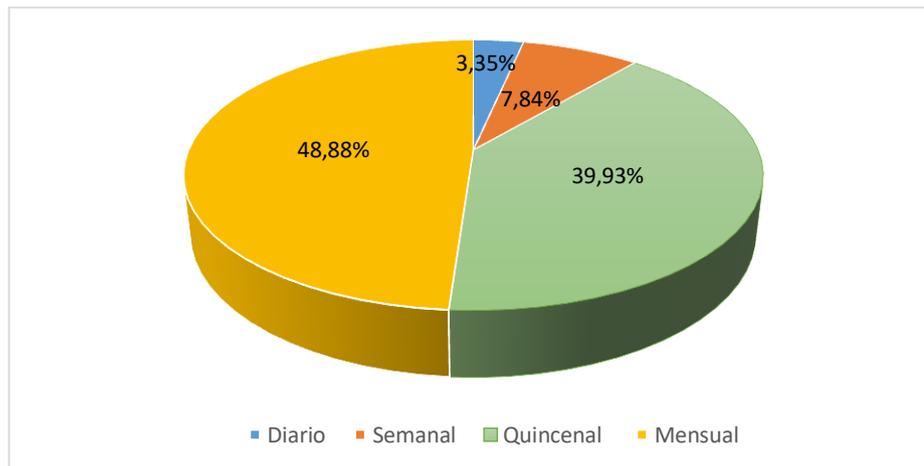


Figura 23 *Frecuencia*

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Como se puede visualizar en la figura 23 se determina que de las personas encuestadas un 3,35% consume postres de manera diaria, por su parte un 7,84% consume de manera semanal, mientras que un 39,93% consumen postres en forma quincenal y el 48,88% solo consumen postres en forma mensual.

Pregunta 3: ¿Cuánto gasta en promedio en la compra de postres?

Tabla 20

Gasto

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$ 1-5	193	72,01%
\$ 6-10	67	25%
\$ 10 en adelante	8	2,99%
TOTAL	268	100%
N/A	115	
TOTAL	383	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

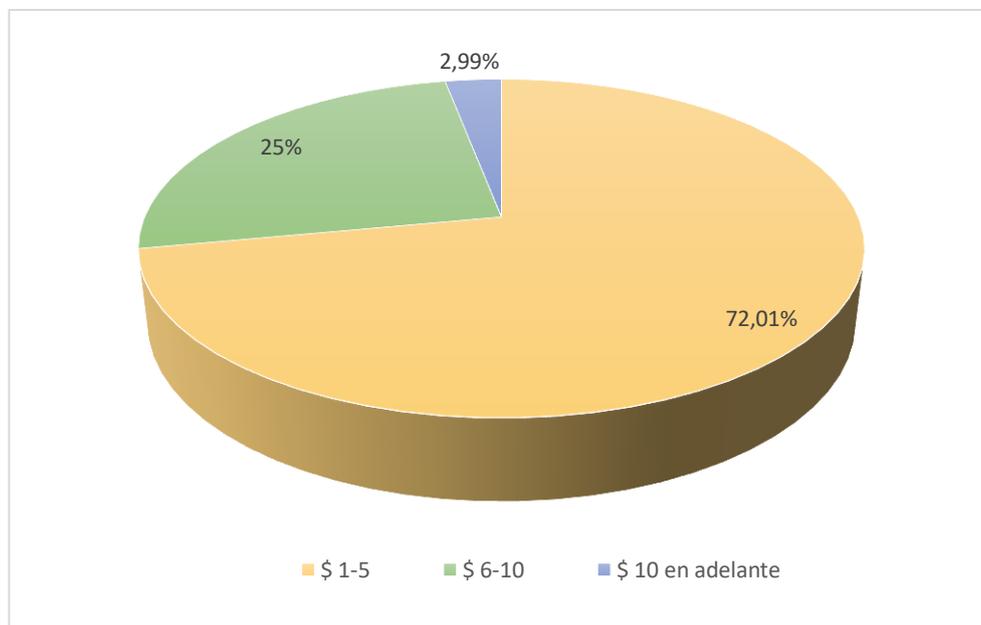


Figura 24 Gasto

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Como se observa en la figura 24 se determina que de las personas encuestadas el 72,01% gastan en promedio de \$1 -5 en la compra de postres, mientras que el 25% gastan de \$6-10 y el 2,99% gastan de \$10 en adelante en la compra de estos.

Pregunta 4: ¿Usted se encuentra satisfecho con los postres que se ofertan en el mercado?

Tabla 21
Satisfacción

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	102	38,06%
No	166	61,94%
TOTAL	268	100%
N/A	115	
TOTAL	383	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

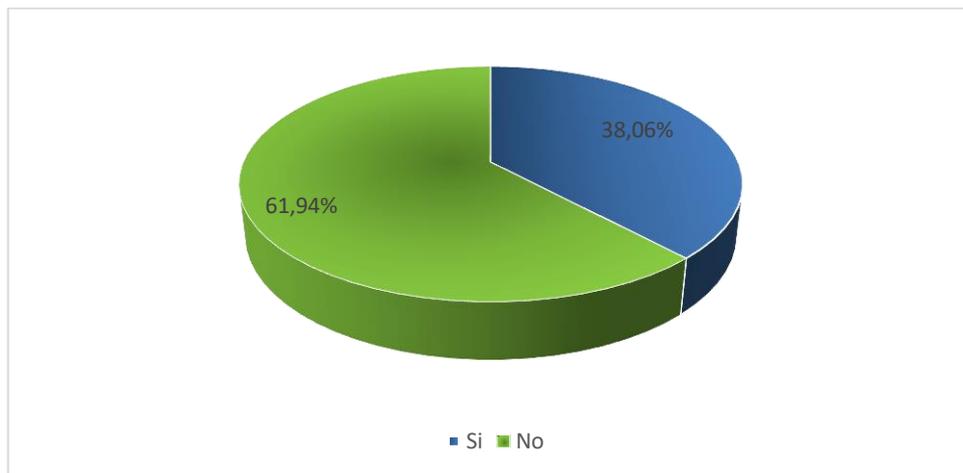


Figura 25 *Satisfacción*

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Como se puede observar en la figura 25 se refleja que el 38,06% de las personas encuestadas se encuentran satisfechas con los postres que se ofertan actualmente en el mercado y el 61,94% no se encuentran satisfechas por lo cual existe un nicho de mercado para el cual se va a dirigir el presente proyecto.

Pregunta 5: ¿Usted estaría dispuesto a comprar postres con envases comestibles en base a galleta?

Tabla 22
Aceptación

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	279	72,85%
No	104	27,15%
TOTAL	383	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

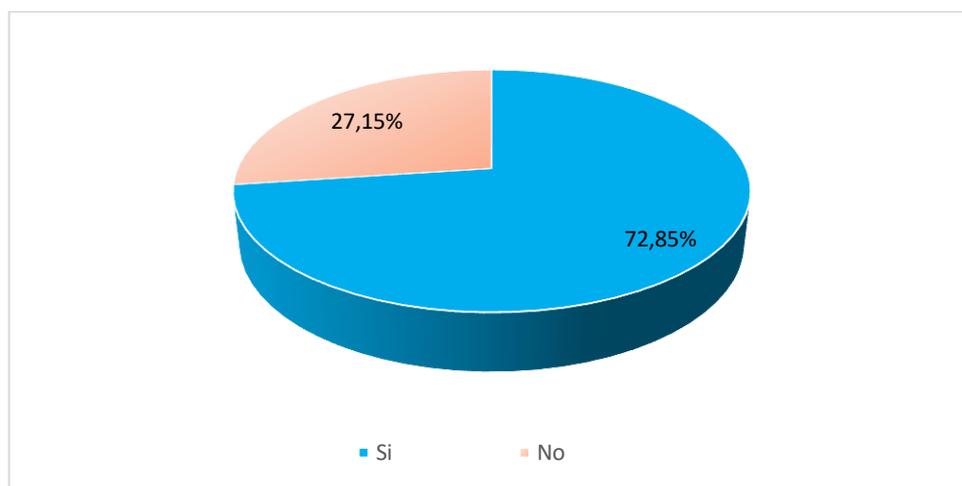


Figura 26 *Aceptación*

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Como se puede visualizar en la figura 26 se puede determinar que de las personas encuestadas el 72,85% estarían dispuestos a comprar postres con envases comestibles en base a galleta y el 27,15% no estarían dispuestos a comprar dichos postres, lo cual es positivo para el presente proyecto.

Pregunta 6: ¿Qué factores considera importantes al momento de la compra?

Tabla 23

Factor Compra

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Calidad	117	42%
Precio	103	37%
Sabor	59	21%
TOTAL	279	100%
N/A	104	
TOTAL	383	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

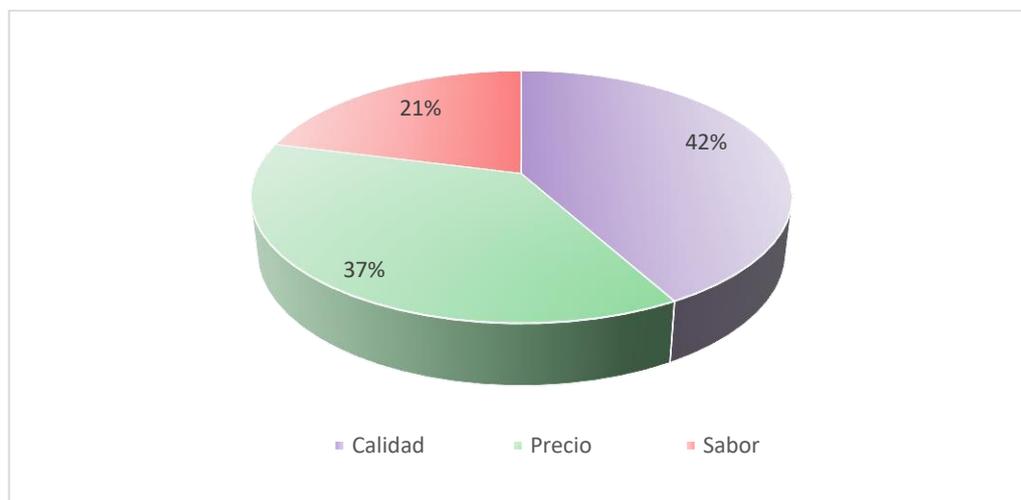


Figura 27 Factor Compra

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Como se puede observar en la figura 27 que el 42% de las personas encuestadas consideran importante al momento de la compra la calidad, el 37% considera importante el precio y el 21% consideran como primordial el sabor de los postres.

Pregunta 7: ¿Qué tipo de postres usted prefiere?

Tabla 24
Preferencia

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Cheesecake	34	12,12%
Gelatina	59	21,21%
Frutillas	97	34,85%
Helado	89	31,82%
TOTAL	279	100%
N/A	104	
TOTAL	383	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

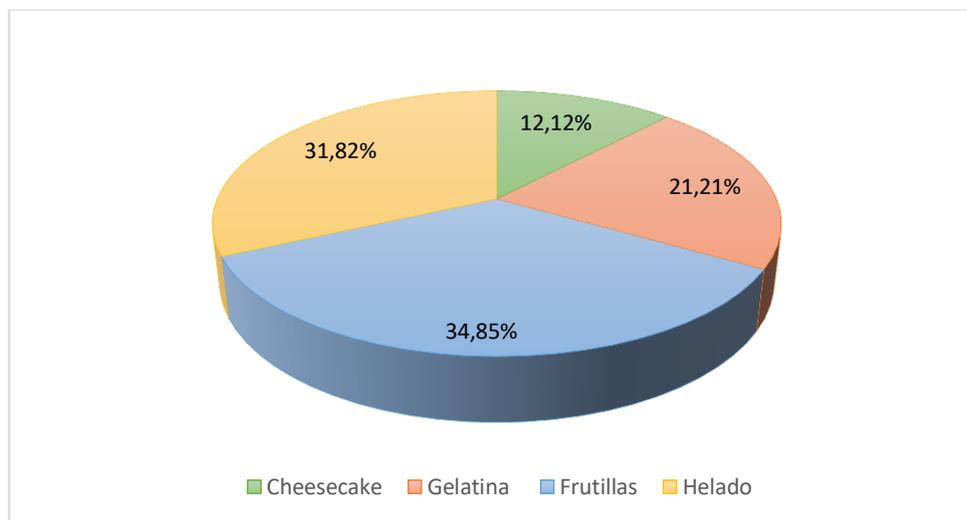


Figura 28 *Preferencia*

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Como se puede visualizar en la figura 28 el 12,12% de los encuestados prefieren el cheesecake como postre, el 21,21% desean la gelatina, el 34,85% prefieren las frutillas y el 31,83% desean el helado lo que quiere decir que, el presente proyecto va a satisfacer las diferentes exigencias de sus clientes.

Pregunta 8: ¿De qué manera le gustaría enterarse de estos postres?

Tabla 25
Publicidad

ALTERNATIVA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Volantes	55	19,70%
Trípticos	42	15,15%
Redes Sociales	182	65,15%
TOTAL	279	100%
N/A	104	
TOTAL	383	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

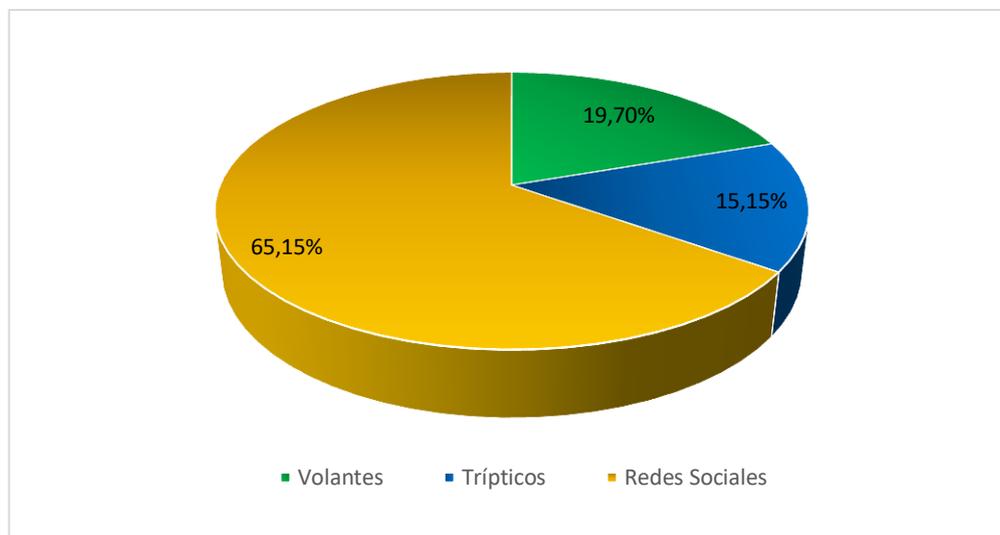


Figura 29 *Publicidad*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Como se puede observar en la figura 29 el 19,70% de las personas encuestadas prefieren enterarse de estos postres por medio de los volantes, el 15,15% desean enterarse por los trípticos y el 65,15% desean informarse por medio de las redes sociales ya que es el boom de la actualidad.

3.02 Demanda

“La demanda es definida como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios que propone el mercado por un consumidor o por un conjunto de consumidores en un momento determinado” (Ucha, 2009).

3.02.01 Demanda Histórica

“El objetivo de un análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución con el fin de tener un elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre” (Rojas, 2009).

Tabla 26
Demanda Histórica

AÑOS	DEMANDA HISTÓRICA
2018	4023050
2017	3917284
2016	3814298
2015	3714019
2014	3616377

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Joselyn Perugachi

3.02.02 Demanda Actual

“Es la demanda real que el mercado realiza de ese producto o servicio o línea de producto en este año o en el último año” (García, 2010).

Tabla 27
Demanda Actual

VARIABLES	VALORES
Población	179569
% de Aceptación	72,85%
Total Aceptación	130809

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Tabla 28
Demanda Actual

VARIABLES	VALORES	PORCENTAJE	TOTAL
Diario	9	3,35%	1577554
Semanal	21	7,84%	533281
Quincenal	107	39,93%	1253566
Mensual	131	48,88%	767272
DEMANDA ACTUAL			4131673

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para el cálculo de la demanda se utilizó las variables tanto de la población, el porcentaje de aceptación como la frecuencia de consumo.

3.02.03 Demanda Proyectada

“Es la previsión de evolución de la demanda del sector para el año siguiente y se estima como un porcentaje de incremento o decremento con respecto a la demanda actual” (García, 2010).

Tabla 29
Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA
2020	4243228
2021	4357795
2022	4475456
2023	4596293
2024	4720393

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Joselyn Perugachi

3.03 Oferta

“La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos” (Thompson, 2006).

3.03.01 Oferta Histórica

“Permite identificar ya analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores e incorporar dicha experiencia en beneficio del proyecto” (Córdova, 2002, Pág. 145).

Tabla 30
Oferta Histórica

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA
2018	1531173
2017	1490918
2016	1451722
2015	1413556
2014	1376393

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

3.03.02 Oferta Actual

“Es aquella que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que en el mercado está determinada por la calidad, precio y servicio que ofrecen al consumidor” (Baca, 2012, Pág. 70).

Tabla 31
Oferta Actual

AÑO	OFERTA
2019	1572515

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para poder obtener la oferta fue necesario realizar los cálculos respectivos de la demanda y el porcentaje de satisfacción de la pregunta de la encuesta.

3.03.03 Oferta Proyectada

“Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección” (Cuevas, 2016).

Tabla 32
Oferta Proyectada

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
2020	1614973
2021	1658577
2022	1703358
2023	1749349
2024	1796582

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

3.04 Productos Sustitutos

“Los productos o bienes sustitutos son aquellos bienes que se pueden sustituir por otro bien y que puedan suplir las mismas necesidades” (Pachón, 2014).

Los productos sustitutos del presente proyecto son los siguientes:

- ❖ Restaurantes
- ❖ Cafeterías
- ❖ Comercio de Alimentación Informal
- ❖ Heladerías
- ❖ Panadería y Pastelería

3.04.01 Oferta Histórica

Para el análisis de productos sustitutos se ha tomado aquel que se considera más relevante para el presente proyecto el cual es las heladerías.

Tabla 33
Oferta Histórica

AÑOS	OFERTA
2017	45642
2016	45209
2015	44779
2014	44354
2013	43932

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

3.04.02 Oferta Actual

Tabla 34
Oferta Actual

AÑO	OFERTA
2018	46080

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Joselyn Perugachi

3.04.03 Oferta Proyectada

Tabla 35
Oferta Proyectada

AÑOS	OFERTA
2019	46518
2020	46960
2021	47406
2022	47856
2023	48311

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para poder proyectar la oferta del producto sustituto se utilizó el crecimiento del Producto Interno Bruto Sectorial.

3.05 Balance Oferta-Demanda

“Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente” (León, 2007, Pág. 18).

3.05.01 Balance Actual

“Determina la demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas” (Miranda, 2005, Pág. 102).

Tabla 36
Balance Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL
2019	4131673	1572515	2559158

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para obtener el valor de la demanda insatisfecha se realizó la operación de la resta entre la Demanda Actual y la Oferta Actual.

3.05.02 Balance Proyectado

“El balance proyectado es aquel que nos permite identificar la demanda insatisfecha que puede existir en el mercado donde se da a conocer los bienes y servicios que no satisfacen las necesidades de los clientes” (Baca, 2012, Pág. 78).

Tabla 37
Balance Proyectado

AÑO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL
2020	4243228	1614973	2628255
2021	4357795	1658577	2699218
2022	4475456	1703358	2772097
2023	4596293	1749349	2846944
2024	4720393	1796582	2923811

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Después de utilizar la encuesta para el análisis de oferta y demanda se ha determinado que, sí existe un mercado para atender y que el presente proyecto tratará de satisfacer lógicamente no en su totalidad, sino que en función de sus capacidades, mismas que, serán analizadas en capítulos siguientes.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

4.01 Tamaño del Proyecto

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

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Nunes, 2015).

Tabla 38
Capacidad Instalada

CAPACIDAD	CHEESECAKE	GELATINA	FRUTILLAS	HELADO	TOTAL
Diaria	8	20	56	61	145
Semanal	39	102	279	305	725
Mensual	155	407	1115	1222	2899
Anual	1862	4887	13382	14663	34793

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad optima puede ser definida como la velocidad o ritmo de producción que permite el mayor aprovechamiento de los hombres, el equipo y el espacio combinados, y que da como resultado la obtención del costo unitario mínimo respecto de todas las variables que influyen en los costos (Fleitman, 2007, Pág. 313).

Tabla 39
Capacidad Óptima

CAPACIDAD	CHEESECAKE	GELATINA	FRUTILLAS	HELADO	TOTAL
Diaria	5	14	39	43	101
Semanal	27	71	195	214	507
Mensual	109	285	781	855	2030
Anual	1303	3421	9368	10264	24355

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi

4.02 Localización

“La localización de planta es el proceso de elegir un lugar en el espacio geográfico para realizar las operaciones de la organización” (Rojas, 2012).

4.02.01 Macro – Localización

“Macro localización, también llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto”

(Dios, 2012).

La macro localización del presente proyecto es:

Tabla 40
Macro - Localización

LOCALIDAD
Ecuador
Sierra
Pichincha
Quito
Calderón

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Joselyn Perugachi



Figura 30 Mapa de Quito
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Joselyn Perugachi

4.02.02 Micro – Localización

“Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operar le proyecto dentro de la macro zona” (Dios, 2012).

La micro localización del presente proyecto será dentro de la Parroquia de Calderón específicamente en el Barrio San Patricio.

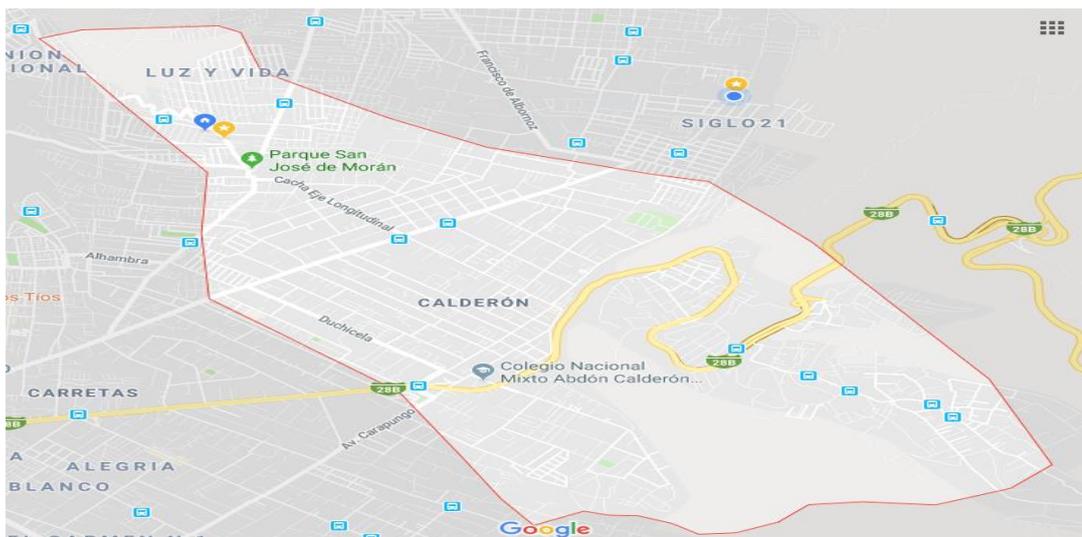


Figura 31 Mapa de Calderón
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Joselyn Perugachi

4.02.3 Localización Óptima

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario (criterio social)” (Pabón, 2013).

Dentro de la parroquia de Calderón las alternativas potenciales para asentar al presente proyecto son:

Alternativa 1: Giovanni Calles Lascano OE4-15 y Ricardo Calderón OE4-324.

Alternativa 2: Giovanni Calles Lascano OE4-15 y Tobías Godoy OE4-304.

Alternativa 3: Giovanni Calles Lascano OE4-15 y Efraín Armas OE4-17.

Para elegir la localización óptima se analizará mediante una tabla de ponderación de los factores más importantes:

Tabla 41
Localización Óptima

FACTORES	PONDERACIÓN	ALTERNATIVA 1		ALTERNATIVA 2		ALTERNATIVA 3	
		PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN
Costo	40%	4	1,6	3	1,2	4	1,6
Infraestructura	15%	2	0,3	4	0,6	4	0,6
Ubicación	20%	4	0,8	4	0,8	3	0,6
Seguridad	5%	3	0,15	3	0,15	3	0,15
Garantías	4%	1	0,04	2	0,08	3	0,12
Visibilidad	10%	3	0,3	4	0,4	4	0,4
Accesibilidad	6%	3	0,18	2	0,12	2	0,12
TOTAL	100%	TOTAL	3,37	TOTAL	3,35	TOTAL	3,59

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Después de evaluar con los factores pertinentes se obtiene que la mejor alternativa es la opción 3, es decir, Giovanni Calles Lascano y Efraín Armas con un área de 48mts².



Figura 32 Localización Óptima

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Joselyn Perugachi

4.03 Ingeniería del Producto

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

4.03.01 Definición del Bien

- Bien

“Es un objeto material o servicio inmaterial cuyo uso le reportará al individuo que lo adquiere la satisfacción de algún tipo de necesidad o deseo” (Ucha, 2009).

El bien que se pretende ofertar es:

Postre 1: Porción de gelatina, el cliente puede escoger uno de los tres moldes que se le ofrecen para la forma de la gelatina, incluye crema chantillí en la parte superior de la gelatina, decoración en chocolate en los bordes de la base de galleta de Mercadona con distintas formas.

Postre 2: Porción de cheesecake con moras o fresas para que pueda escoger el cliente, decoración con chocolate en los bordes del postre, así como en la base de galleta Mercadona, adicional se brindará té a preferencia del cliente.

Postre 3: Porción de frutillas con chocolate como base, con una segunda porción de frutillas en la parte superior con crema chantillí y grageas a preferencia del cliente.

Postre 4: Porción de helado de dos sabores a elección del cliente, adicional puede escoger entre dulce de almíbar de sabores, crema chantilly o barquillos de galleta, todo puesto en una base de galleta de Mercadona.

4.03.02 Distribución del Local

“Es un concepto relacionado con la disposición de las maquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente” (Rodríguez, 2012).

Para la correcta distribución de la planta se realizó la matriz SLP.

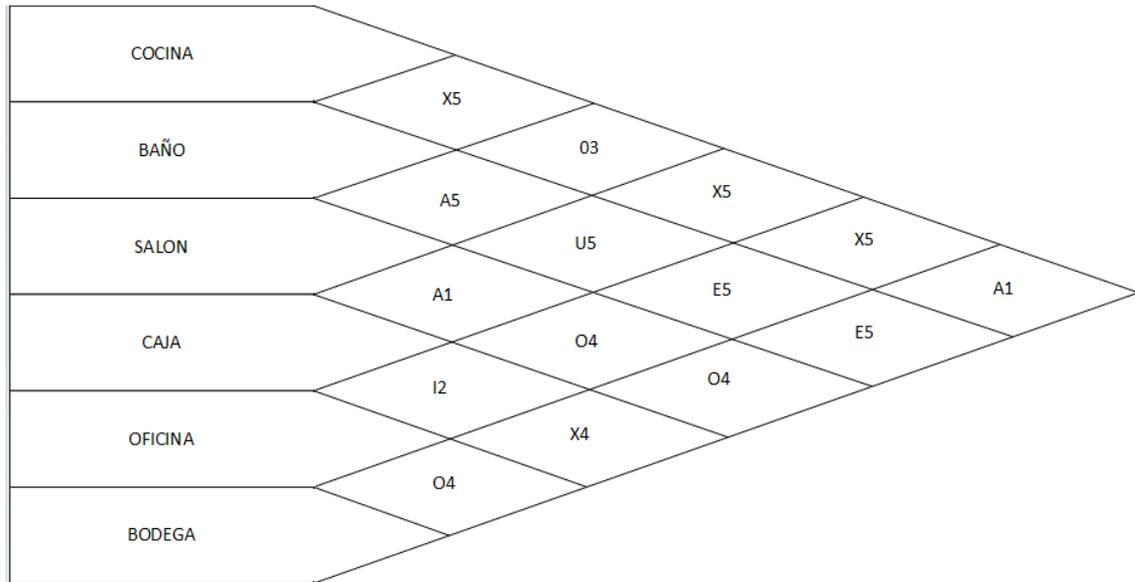


Figura 33 Matriz SLP

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para la elaboración de la matriz SLP se utilizó la siguiente simbología:

Tabla 42

Códigos de Cercanía

CÓDIGO	SIMPLIFICADO DEL CÓDIGO
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente importante
I	Importante cercanía
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Tabla 43

Razones de Cercanía

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
1	Secuencia de procesos
2	Gestión Administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Al finalizar la matriz se realiza el plano general de la planta que se presenta a continuación:

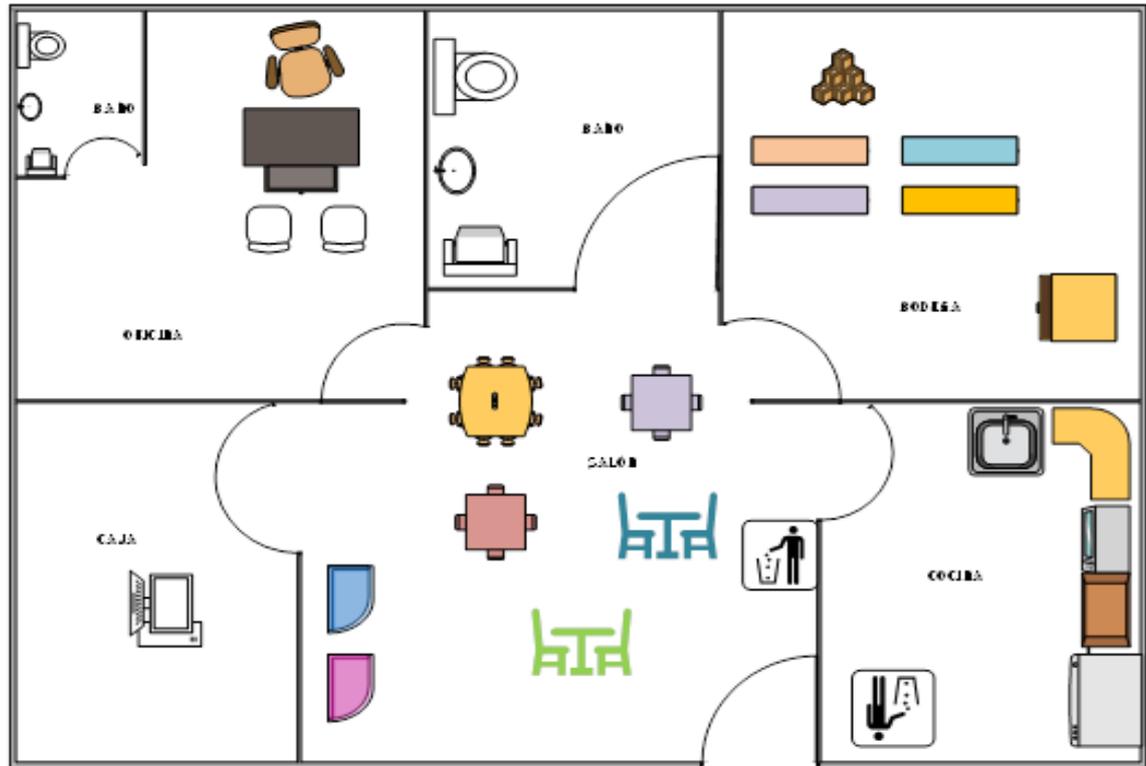


Figura 34 Distribución de la Planta
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Específicamente la distribución individual de la planta es de:

Tabla 44
Distribución de la Planta

DEPARTAMENTOS	ÁREA
Caja	6mts ²
Oficina	9mts ²
Baño	2,5mts ²
Bodega	9mts ²
Cocina	7,5mts ²
Salón	10mts ²
Baño	4mts ²
TOTAL	48mts²

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

4.03.03 Flujograma de Proceso

Un flujograma, también denominado diagrama de flujo, es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado. Es decir, el flujograma consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos (Ucha, 2011).

Para el presente proyecto se utilizará el siguiente flujograma de procesos:

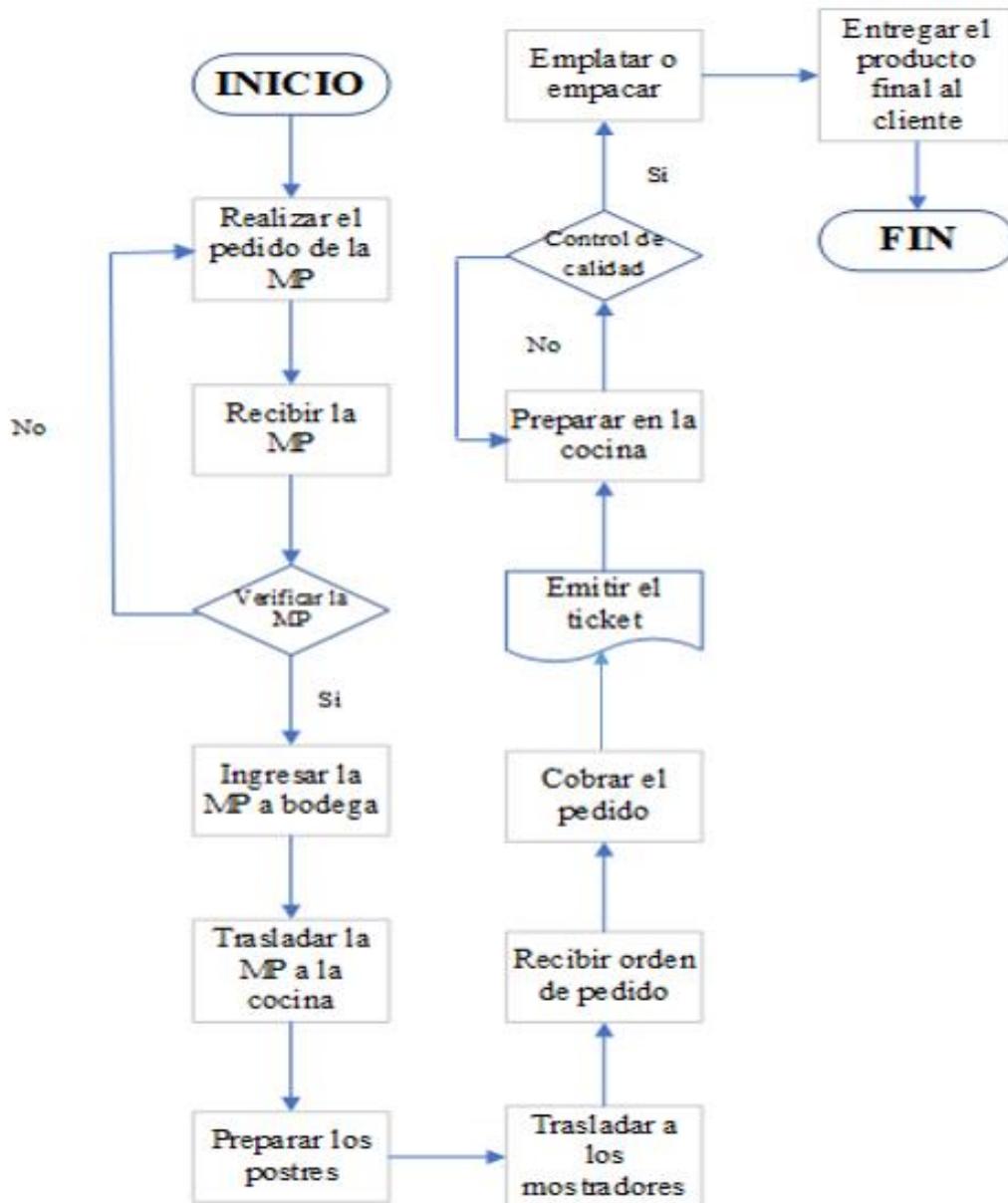


Figura 35 Flujograma de Procesos
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para asegurar que los procesos se desarrollen de manera eficiente y con calidad se proponen que los mismos se sustenten y verifiquen en hojas y fichas de control, mismas que se encuentran en el ANEXO 3.

4.03.04 Maquinarias y Equipos

“Son los activos que posee una empresa para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y se esperan usar durante más de un periodo económico” (Pérez, 2016).

Tabla 45
Maquinaria y Equipo

ÍTEM	CANTIDAD (Q)	CARACTERÍSTICAS	CLASIFICACIÓN
Batidora semi industrial	1	Oster	Maquinaria
Horno	1	Hornos Andinos	Maquinaria
Microondas	1	Whirpool	Maquinaria
Congelador horizontal	1	Mivea	Maquinaria
Exhibidor de helados	1	Nicebs	Maquinaria
Enfriador	1	Buen Año	Maquinaria
Máquina registradora	1	Sam4s	Equipo de Computación
Cocina	1	Industrial	Maquinaria
Menaje	2	Home	Maquinaria
Mesas	5	Pica	Muebles y enseres
Sillas	12	Pica	Muebles y enseres
Teléfono	3	Panatel	Equipo de Oficina
Computadora	2	Hp	Equipo de Computación
Archivador	2	Picnic	Muebles y enseres
Percheras	5	Porada	Muebles y enseres
Escritorio	1	Picnic	Muebles y enseres
Impresora	1	Hp	Equipo de Computación
Coche	2	Metal	Maquinaria

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

5.01 Ingresos

“Todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal” (Bembibre, 2009).

5.01.01 Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa” (Mora, 2013).

A continuación se detalla los ingresos operacionales del presente proyecto.

Tabla 46
Ingresos Operacionales

PRODUCTO	GELATINA	CHESECAKE	FRUTILLAS	HELADO
Cantidad	3421	1303	9368	10264
Precio	1,99	2,99	2,50	2,25
Ingresos Operacionales	6799,17	3897,66	23458,91	23085,42
Ingreso Total 1er Año	57241,16			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

5.01.02 Ingresos no Operacionales

“Son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos para el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal” (Valderrama, 2015).

5.02 Costos

“Hace referencia al momento en el que una empresa invierte dinero en la producción de un bien, servicio o producto” (Cortés, 2018).

5.02.01 Costo Directo

“Es aquel costo que se puede identificar fácilmente dentro de la fabricación del producto o prestación del servicio, es decir reconocerlo es viable, beneficioso económicamente” (Duque, 2017).

5.02.01.01 Materia Prima

“La materia prima es cada una de las materias que empleará la industria para la conversión de productos elaborados” (Ucha, 2010).

Tabla 47
Materia Prima de la Gelatina

ÍTEM	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO
Gelatina sin Sabor	Caja (24 unid)	0,05
Gelatina con Sabor	Caja (24 unid)	0,07
Crema Chantilly	Caja (12 unid)	0,11
Leche	Gaveta (12 unid)	0,01
Chocolate Semiamargo	Caja (8 unid)	0,10
Grenetina	Caja (24 unid)	0,09
Molde	Unidades	0,11

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Tabla 48
Materia Prima del Cheesecake

ÍTEM	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO
Premezcla	Caja (12unid)	0,07
Crema de Leche	Caja (48 unid)	0,16
Leche	Gaveta (12 unid)	0,02
Margarina sin Sal	Bloque (15 kilos)	0,05
Huevos	Cubeta	0,03
Queso Crema	Caja (24 unid)	0,10
Galleta	Caja (24 unid)	0,11
Chocolate Semiamargo	Caja (8 unid)	0,10
Grenetina	Caja (24 unid)	0,09
Frutillas/Moras	Caja (15 libras)	0,22
Molde	Unidades	0,11

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Tabla 49
Materia Prima de las Frutillas

ÍTEM	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO
Frutillas	Caja (15 libras)	0,33
Chocolate Semiamargo	Caja (8 unid)	0,29
Crema Chantilly	Caja (12 unid)	0,13
Leche	Gaveta (12 unid)	0,02
Grajeas	Fundas (450 gramos)	0,01
Grenetina	Caja (24 unid)	0,11
Molde	Unidades	0,11

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Tabla 50
Materia Prima del Helado

ÍTEM	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO
Helado	Caja (10 litros)	0,3
Barquillos	Caja (15 unid)	0,1
Crema Chantilly	Caja (12 unid)	0,11
Leche	Gaveta (12 unid)	0,01
Arrope	Caja (24 unid)	0,13
Molde	Unidades	0,11

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para el presente proyecto se va a utilizar la Materia Prima que se especifica en cada una de las tablas anteriores, para la elaboración de la gelatina, frutillas, cheesecake y helado, haciendo referencia que solo se estimó para un postre.

5.02.01.02 Mano de Obra

“Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien” (Martínez, 2015).

Tabla 51
Mano de Obra

PRODUCTO	SUELDO BASE	VALOR POR HORA	TIEMPO FABRICACION	PROPORCIÓN	MANO DE OBRA UNITARIO
Gelatina	520,01	2,17	10	0,17	0,72
Cheesecake	520,01	2,17	15	0,25	1,08
Frutillas	520,01	2,17	6	0,10	0,43
Helado	520,01	2,17	5	0,08	0,36

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Dentro de la Mano de Obra para el presente proyecto se va a contar con dos operarios, es decir, el Maestro pastelero y el Auxiliar de pastelería, quienes serán los encargados de realizar los diferentes tipos de postres que ofrece la microempresa, por ende, se les va a pagar por cada postre los valores establecidos en la tabla anterior.

5.02.02 Costo Indirecto

Es aquel costo que no se logra identificar fácilmente, no es viable cuantificar su valor con exactitud, o simplemente es complejo, demanda tiempo, esfuerzo y quizás puede salir costoso tratar de medir el valor que interviene en la elaboración del producto (Duque, 2017).

Tabla 52
Costos Indirectos de Fabricación

MATERIAL	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO
Servilletas	Paquetes	0,06
Cucharas	Paquetes	0,01
Gas	Unidades	0,01
Suministros de Limpieza	Kit	0,02
Suministros de Mantenimiento	Kit	0,02
Suministros de Producción	Kit	0,01
TOTAL		0,14

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para determinar los Costos Indirectos de Fabricación se consideró lo necesario para el funcionamiento y limpieza del presente proyecto, los cuales se detallaron en la tabla anterior.

A continuación se presenta un Resumen de Costos de los productos del presente proyecto.

Tabla 53
Resumen de Costos

ELEMENTO	GELATINA	CHEESECAKE	FRUTILLAS	HELADO
Materia Prima	0,55	1,05	0,99	0,77
Mano de Obra	0,72	1,08	0,43	0,36
CIF	0,14	0,14	0,14	0,14
COSTO UNITARIO				
TOTAL	1,41	2,28	1,57	1,28

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

En la siguiente tabla se detalla cómo se estableció la Fijación de Precios de cada uno de los postres que ofrece el presente proyecto.

Tabla 54
Fijación del Precio

ELEMENTO	GELATINA	CHEESECAKE	FRUTILLAS	HELADO
Materia Prima	0,55	1,05	0,99	0,77
Mano de Obra	0,72	1,08	0,43	0,36
CIF	0,14	0,14	0,14	0,14
COSTO UNITARIO TOTAL	1,41	2,28	1,57	1,28
Margen de Utilidad	41%	31%	60%	76%
Factor de Fijación	1,41	1,31	1,60	1,76
Precio de Venta Unitario	1,99	2,99	2,50	2,25
Precio Referencial Mercado	2,5	3,25	3,00	2,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

5.02.03 Gastos Administrativos

Son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas. Estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual (Riquelme, 2017).

Tabla 55
Proyección de Gastos Administrativos

PERÍODO	GASTO ADMINISTRATIVO ANUAL
2020	10386,19
2021	10996,03
2022	11179,17
2023	11365,51
2024	11555,10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para obtener el valor de la proyección de los gastos administrativos se tomó en cuenta los siguientes rubros que se detallan a continuación:

- ❖ Sueldo del Gerente: Se basa específicamente en el salario que se cancelará mensualmente.
- ❖ Arriendo: Es el pago que se deberá hacer mensualmente por el alquiler del local donde se establecerá el presente proyecto.

- ❖ Servicios Básicos: Pago de los mismos de manera mensual, por mantener en funcionamiento el presente proyecto.
- ❖ Suministros de Oficina: Compra de suministros para el correcto funcionamiento.

5.02.04 Gastos de Ventas

“Aquellos que tienen relación con todos los costos de ventas, distribución y la entrega, varían dependiendo del nivel de ventas” (Valderrama, 2015).

Tabla 56
Proyección de Gastos de Venta

PERÍODO	GASTO DE VENTA ANUAL
2020	6557,81
2021	7171,12
2022	7384,96
2023	7605,20
2024	7832,04

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para obtener el valor de la proyección de los gastos de venta se tomó en cuenta los siguientes rubros que se detallan a continuación:

- ❖ Sueldo del Vendedor: Es el salario que se cancelará de forma mensual.
- ❖ Publicidad: Pago de la misma, para dar a conocer el presente proyecto.

5.02.05 Gastos Financieros

“Se entiende como gastos financieros todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas” (Buján, 2014).

Para determinar el correcto financiamiento del presente proyecto se presenta a continuación una tabla comparativa que se realizó debido a una indagación en las Instituciones Financieras.

Tabla 57
Gastos Financieros

ENTIDAD	TASA DE INTERÉS
Cooperativa Andalucía	22,35%
Cooperativa Cooprogreso	22,80%
Cooperativa Puellaro	21%
Banco Pichincha	26,91%
Banco Solidario	27%
Banco de Guayaquil	24%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Luego de realizar una comparación entre las Instituciones Financieras se procede a seleccionar la Cooperativa de Ahorro y Crédito Puellaro, ya que es la que ofrece una tasa de interés más baja del 21% en comparación a las demás.

5.02.06 Costos Fijos

“Los costos fijos son aquellos gastos de la actividad empresarial que no dependen del nivel de producción” (Riquelme, 2017).

Tabla 58
Costos Fijos

GASTOS	VALOR
Gasto Administrativo	10386,19
Gasto de Ventas (Parte Fija)	6557,81
TOTAL	16944,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

La sumatoria de los gastos administrativos y los gastos de venta dan el resultado total de los costos fijos que se deben cancelar sin tomar en cuenta el nivel de la producción del presente proyecto.

5.02.07 Costos Variables

“Los costos variables son aquellos gastos que varían en proporción a la actividad de la empresa. El costo variable es la suma de todos los costos marginales por unidades producidas” (Riquelme, 2017).

Tabla 59
Costos Variables

PRODUCTO	VALOR
Gelatina	1,41
Cheesecake	2,28
Frutillas	1,57
Helado	1,28
TOTAL	6,54

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para poder obtener los costos variables del presente proyecto se tuvo que sumar la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

5.03 Inversiones

“Hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias” (Bembibre, 2009).

5.03.01 Inversión Fija

“Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto” (Paspuel, 2012).

5.03.02 Activos Fijos

Aquellos bienes que la empresa utiliza de una manera continua durante el curso normal de sus operaciones y que representarán al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido (Ucha, 2009).

Tabla 60
Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	COSTO
Maquinaria	3395,00
Equipo de Oficina	45,00
Equipo de Computación	1550,00
Muebles y Enseres	936,00
TOTAL	5926,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Los activos fijos que se van a utilizar en el presente proyecto tienen un costo total de \$5926, los cuales se clasifican en maquinaria, equipo de oficina, equipo de computación y muebles enseres, tienen como principal característica la depreciación, es decir, que con el pasar del tiempo pierden su valor original.

5.03.03 Activos Nominales

“Representan aquellos que la empresa ha comprado para consumirlos en un periodo futuro y los servicios pagados en forma anticipada, contabilizado en la cuenta gastos pagados por anticipado” (Báez, 2012).

Tabla 61
Activos Nominales

ACTIVOS NOMINALES	COSTO
Gastos de Constitución	80
Asesorías Pagadas por Anticipado	60
TOTAL	140

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Los activos nominales que se van a utilizar en el presente proyecto tienen un valor total de \$140 los cuales son distribuidos en gastos de constitución y asesorías

pagadas por anticipado para el correcto funcionamiento del mismo, su principal característica es la amortización la cual es de 5 años.

5.03.04 Capital de Trabajo

“Es considerado como aquellos recursos que necesita una empresa para poder realizar sus operaciones. De esta forma el capital de trabajo es lo que se llama usualmente como activo corriente” (Salazar, 2017).

Tabla 62
Capital de Trabajo

ÍTEM	VALOR
Costo de Producción	35553,13
Gasto Administrativo	10386,19
Gasto de Ventas	6557,81
Sumatoria 1er año	52497,13
Capital de Trabajo Diario	145,83
Días de Desfase	30
Capital de Trabajo	4374,76

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para calcular el Capital de Trabajo del presente proyecto se utilizó el método de días de desfase el cual es de 30, es decir, el tiempo que el proyecto no podrá pagar sus costos y gastos, pero de ahí en adelante sí.

A continuación, se presenta el resumen de inversiones del presente proyecto, es decir, lo que la microempresa necesita para ponerse en marcha.

Tabla 63
Resumen de Inversiones

TIPO DE INVERSIÓN	VALOR
Activos Fijos	5926,00
Capital de Trabajo	4374,76
Activos Nominales	140
TOTAL	10440,76

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

5.03.05 Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

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

Tabla 64
Fuentes de Financiamiento

FUENTE	APORTE	PARTICIPACIÓN
Recursos Propios	7440,76	71%
Deuda	3000	29%
TOTAL	10440,76	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para el funcionamiento del presente proyecto se cuenta con una participación de recursos propios del 71%, por ende, solo se va a buscar un financiamiento del 29% en Instituciones Financieras con las condiciones más favorables posibles.

5.03.06 Amortización de Financiamiento

“La amortización financiera se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo (un préstamo por ejemplo), a través de la distribución de pagos en el tiempo. Aunque se puede acordar el pago de todo el préstamo de una sola vez” (Pedrosa, 2016).

Para amortizar un préstamo se tienen dos métodos:

❖ Método Alemán

“Se caracteriza porque la amortización del capital es siempre fija y la cuota de los intereses comienza siendo muy elevada para ir disminuyendo según avanza la vida del préstamo” (Riaño, 2018).

❖ Método Francés

“El sistema de amortización francés es aquel que se caracteriza por ser un sistema de amortización de cuotas constantes” (Alarcón, 2014).

Para determinar la metodología de endeudamiento se presenta a continuación las condiciones de financiamiento.

Tabla 65
Condiciones del Préstamo

CONDICIONES	VALOR
Capital	3000
Plazo	5
Tasa	21%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

Luego de analizar las condiciones de financiamiento se escoge el método alemán, ya que se considera que las cuotas son decrecientes y además el pago de los intereses es menor al método francés.

Tabla 66
Método Alemán

PERÍODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	CUOTA	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0	0	0	0	0	3000
1	3000	630	1230	600	2400
2	2400	504	1104	600	1800
3	1800	378	978	600	1200
4	1200	252	852	600	600
5	600	126	726	600	0
TOTAL		1890		3000	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

El método francés se detalla en el ANEXO 4.

5.03.07 Depreciaciones

“Es la pérdida de valor que sufre un determinado activo como consecuencia del paso del tiempo o de un ajuste en la oferta y la demanda del mismo” (Duarte, 2015).

Tabla 67
Depreciaciones

ACTIVOS FIJOS	COSTO	VIDA ÚTIL	2020	2021	2022	2023	2024	VALOR LIBROS
Maquinaria	3395	10	339,50	339,50	339,50	339,50	339,50	1697,50
Equipo de Oficina	45	10	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50	22,50
Equipo de Computación	1550	3	516,67	516,67	516,67	0	0	0
Muebles y Enseres	936	10	93,60	93,60	93,60	93,60	93,60	468,00
TOTAL	5926		954,27	954,27	954,27	437,60	437,60	2188,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para calcular la depreciación de los activos fijos del presente proyecto se utilizó el método de línea recta, el cual consiste en que el activo se deprecia la misma cantidad cada año.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

“Es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado” (Freire, 2015).

A continuación se presenta el estado de Situación Inicial.

Tabla 68
Estado de Situación Inicial

EMPRESA WEEKEND DELIGHT ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL A DICIEMBRE DEL 2019	
Activos	
Activos corrientes	
Caja	4374,76
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	4374,76
Activos fijos	
Maquinaria	3395,00
Depreciación acumulada maquinaria	0,00
Equipo de oficina	45,00
Depreciación acumulada equipo de oficina	0,00
Equipo de computación	1550,00
Depreciación acumulada de equipo de computación	0,00
Muebles y enseres	936,00
Depreciación acumulada muebles y enseres	0,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	5926,00
Activos nominales	
Amortización activos nominales	0,00
TOTAL ACTIVOS NOMINALES	140
TOTAL ACTIVOS	10440,76
Pasivos	
Pasivos no corrientes	
Documentos por pagar	3000
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	3000
Patrimonio	
Capital	7440,76
Utilidad retenida	0,00
TOTAL PATRIMONIO	7440,76
TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO	10440,76

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

El Estado de Situación Inicial muestra los activos, es decir, lo que posee la microempresa, los pasivos, hace referencia a lo que debe a terceras personas y el patrimonio, es el capital con que inicia la microempresa.

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado

“Un estado de resultado proyectado nos permite realiza proyecciones sobre los futuros ingresos y gastos que generaría una empresa, conociendo así su futura rentabilidad o viabilidad” (Pacheco, 2014).

Tabla 69
Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA WEEKEND DELIGHT ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO AÑO 2020 - 2024					
CUENTAS	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	57241,16	58723,71	60244,65	61804,99	63405,74
Costos de Producción	35553,13	36473,96	37418,64	38387,78	39382,02
UTILIDAD BRUTA	21688,03	22249,75	22826,02	23417,21	24023,72
Gastos Administrativos	10386,19	10996,02688	11179,17	11365,51	11555,1039
Gastos de Venta	6557,81	7171,12	7384,96	7605,20	7832,04
Gasto Depreciaciones	954,27	954,27	954,27	437,60	437,60
Gasto Amortizaciones	28	28	28	28	28
UTILIDAD OPERACIONAL	3761,76	3100,33	3279,62	3980,90	4170,98
Gastos Financieros	630	504	378	252	126
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION TRABAJADORES	3131,76	2596,33	2901,62	3728,90	4044,98
15% Participación Trabajadores	469,76	389,45	435,24	559,33	606,75
UTILIDAD ANTES DEL I/R	2662,00	2206,88	2466,37	3169,56	3438,23
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD NETA	2662,00	2206,88	2466,37	3169,56	3438,23

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

El Estado de Resultados Proyectado refleja las ventas y los gastos que tendrá el presente proyecto, por ende, da a conocer que en los cinco años tendrá una utilidad neta la cual va creciendo cada año.

5.03.10 Flujo de Caja

“Es la cantidad de dinero líquido que tiene una compañía. Este concepto se usa en el área financiera para medir la capacidad monetaria y de pago de dicha compañía” (Osorio, 2017).

Tabla 70
Flujo de Caja

EMPRESA WEEKEND DELIGHT FLUJO DE CAJA						
CUENTAS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
(=) Utilidad Operacional		3761,76	3100,33	3279,62	3980,90	4170,98
(+) Gasto Depreciaciones		954,27	954,27	954,27	437,60	437,60
(+) Gasto Amortizaciones		28,00	28,00	28,00	28,00	28,00
(-) 15% Participación Trabajadores		469,76	389,45	435,24	559,33	606,75
(-) Impuesto a la Renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) FEO	0,00	4274,27	3693,15	3826,64	3887,16	4029,83
(-) Inversión Activos Fijos	-5926,00					
(+) Recuperación Activos Fijos						2453,20
(-) Inversión Capital de Trabajo	-4374,76					
(+) Recuperación de Capital de Trabajo						4374,76
(-) Inversión en Activos Nominales	-140					
(=) FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	-	10300,76	4274,27	3693,15	3826,64	3887,16
(=) FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	-7300,76	3044,27	2589,15	2848,64	3035,16	10131,79
(+) Préstamo	3000					
(-) Gastos Financieros		630	504	378	252	126
(-) Devolución del Préstamo		600	600	600	600	600

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

El flujo de caja da a conocer la inversión inicial, los ingresos y egresos que va a tener el presente proyecto para así determinar la rentabilidad.

5.03.11 Balance General Proyectado

Tabla 71
Balance General Proyectado

EMPRESA WEEKEND DELIGHT BALANCE GENERAL PROYECTADO DEL 2020 AL 2024						
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Activos						
Activos corrientes						
Caja	4374,76	7419,03	10008,18	12856,82	15891,98	26023,77
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	4374,76	7419,03	10008,18	12856,82	15891,98	26023,77
Activos fijos						
Maquinaria	3395	3395	3395	3395	3395	0
Depreciación acumulada maquinaria	0	339,5	679	1018,5	1358	0
Equipo de oficina	45	45	45	45	45	0
Depreciación acumulada equipo de oficina	0	4,5	9	13,5	18	0
Equipo de computación	1550	1550	1550	0	0	0
Depreciación acumulada de equipo de computación	0	516,67	1033,33	0	0	0
Muebles y enseres	936	936	936	936	936	0
Depreciación acumulada muebles y enseres	0	93,6	187,2	280,8	374,4	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	5926	4971,73	4017,47	3063,2	2625,6	0
Activos nominales	140	140	140	140	140	140
Amortización activos nominales	0	28	56	84	112	140
TOTAL ACTIVOS NOMINALES	140	112	84	56	28	0
TOTAL ACTIVOS	10440,76	12502,76	14109,64	15976,02	18545,58	26023,77
Pasivos						
Pasivos no corrientes						
Documentos por pagar	3000	2400	1800	1200	600	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	3000	2400	1800	1200	600	0
Patrimonio						
Capital	7440,76	7440,76	7440,76	7440,76	7440,76	7440,76
Utilidad retenida	0	2662	4868,88	7335,26	10504,82	18583,01
TOTAL PATRIMONIO	7440,76	10102,76	12309,64	14776,02	17945,58	26023,77
TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO	10440,76	12502,76	14109,64	15976,02	18545,58	26023,77

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

5.04 Evaluación Financiera

5.04.01 Tasa de Descuento

“La tasa de descuento se utiliza para descontar el dinero futuro. Es muy utilizado a la hora de evaluar proyectos de inversión. Nos indica cuánto vale ahora el dinero de una fecha futura” (Vázquez, 2015).

Para el presente proyecto se ha considerado el método de la TMAR, este se indica a continuación:

Tabla 72
Tasa de Descuento

ELEMENTO	VALOR
Inflación Promedio	1,65%
Tasa Riesgo País	6,51%
Prima de Riesgo	3%
TOTAL	11,16%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Joselyn Perugachi

5.04.02 VAN

Se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa (Urbano, 2017).

$$VAN = \sum \frac{FLUJO DE EFECTIVO}{(1 + TMAR)^n} + (INVERSIÓN)$$

$$VAN = \frac{4274,27}{(1+0,1116)^1} + \frac{3693,15}{(1+0,1116)^2} + \frac{3826,64}{(1+0,1116)^3} + \frac{3887,16}{(1+0,1116)^4} + \frac{10857,79}{(1+0,1116)^5} + (-10300,76)$$

$$VAN = \frac{4274,27}{1,1116} + \frac{3693,15}{1,23565456} + \frac{3826,64}{1,373553609} + \frac{3887,16}{1,526842192} + \frac{10857,79}{1,69723778} + (-10300,76)$$

$$VAN = 3845,15 + 2988,82 + 2785,94 + 2545,88 + 6397,33 + (-10300,76)$$

$$VAN = 18563,12 + (-10300,76)$$

$$VAN = 8262,36$$

El presente proyecto tiene un Valor Actual Neto (VAN) de 8262,36, lo cual indica que es mayor a cero por ende, el proyecto se considera que es viable.

5.04.03 TIR

“Es la tasa de descuento que se tiene en un proyecto y que nos permite que el BNA (Beneficio Neto Actualizado) sea como mínimo igual a la inversión” (Urbano, 2017).

$$TIR = VAN = 0$$

$$0 = \frac{EF}{(1 + TIR)^n} + \dots (Inversión)$$

$$0 = \frac{4274,27}{(1 + TIR)^1} + \frac{3693,15}{(1 + TIR)^2} + \frac{3826,64}{(1 + TIR)^3} + \frac{3887,16}{(1 + TIR)^4} + \frac{10857,79}{(1 + TIR)^5} + (-10300,76)$$

$$TIR = 35,18\%$$

En el presente proyecto al aplicar la Tasa Interna de Retorno (TIR) refleja un resultado del 35,18% el cual es mayor a la TMAR, por ende, se da a entender que es rentable.

5.04.04 PRI

“Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (Vaquiro, 2010).

$$PRI = (\text{Año último flujo acumulado}) + \frac{(\text{Último flujo acumulado})}{\text{Siguiente flujo descontado}}$$

$$PRI = 3 + \frac{(-680,85)}{2545,88}$$

$$PRI = 2,73$$

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es el tiempo en que se estima recuperar el capital dentro de la vida útil del proyecto el cual es de 2 años, 9 meses y 24 días, por ende es recuperable.

5.04.05 RBC

Un análisis costo beneficio es un proceso por el cual se analizan las decisiones empresariales. Se suman los beneficios de una situación dada o de una acción relacionada con el negocio, y luego se restan los costos asociados con la toma de esa acción (Duque, 2017).

$$RBC = \sum \frac{EF}{(1 + TMAR)^1} + \dots \div (\text{Inversión})$$

$$RBC = \frac{4274,27}{(1+0,1116)^1} + \frac{3693,15}{(1+0,1116)^2} + \frac{3826,64}{(1+0,1116)^3} + \frac{3887,16}{(1+0,1116)^4} + \frac{10857,79}{(1+0,1116)^5} \div (10300,76)$$

$$RBC = \frac{4274,27}{1,1116} + \frac{3693,15}{1,23565456} + \frac{3826,64}{1,373553609} + \frac{3887,16}{1,526842192} + \frac{10857,79}{1,69723778} \div (10300,76)$$

$$RBC = 3845,15 + 2988,82 + 2785,94 + 2545,88 + 6397,33 \div (10300,76)$$

$$RBC = 18563,12 \div (10300,76)$$

$$RBC = 1,80$$

Al aplicar la fórmula Relación Costo Beneficio (RBC) da a conocer que por cada dólar invertido en el presente proyecto se mantendrá un beneficio de 0,80 centavos, por ende al ser mayor que uno se considera que es rentable.

5.04.06 Punto de Equilibrio

“Permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, o en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables” (Moreno, 2010).

Tabla 73
Punto de Equilibrio

PRODUCTOS	GELATINA	CHESECAKE	FRUTILLAS	HELADO	TOTAL
Cantidad	3421	1303	9368	10264	24355
Porcentaje	14%	5%	38%	42%	100%
Precio de Venta	1,99	2,99	2,50	2,25	
Costo Unitario	1,41	2,28	1,57	1,28	
Margen de Contribución	0,57	0,71	0,94	0,97	
Margen de Contribución%	0,08	0,04	0,36	0,41	0,89
Costos Fijos			16944,00		
PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL			19028		
PUNTO DE EQUILIBRIO ESPECÍFICO	2672	1018	7319	8019	19028

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Con esto se presenta a continuación la comprobación del punto de equilibrio:

Tabla 74
Comprobación del Punto de Equilibrio

CANTIDAD	TOTAL INGRESO	COSTO UNITARIO	COSTOS FIJOS	COSTO TOTAL	UTILIDAD/PERDIDA
500	1175,12	729,88	16944	17673,88	-16498,76
4000	9400,97	5839,05	16944	22783,05	-13382,08
12000	28202,91	17517,14	16944	34461,14	-6258,24
19028	44720,26	27776,26	16944	44720,26	0,00
25000	58756,06	36494,05	16944	53438,05	5318,01
27000	63456,54	39413,58	16944	56357,58	7098,97
30000	70507,27	43792,86	16944	60736,86	9770,41

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

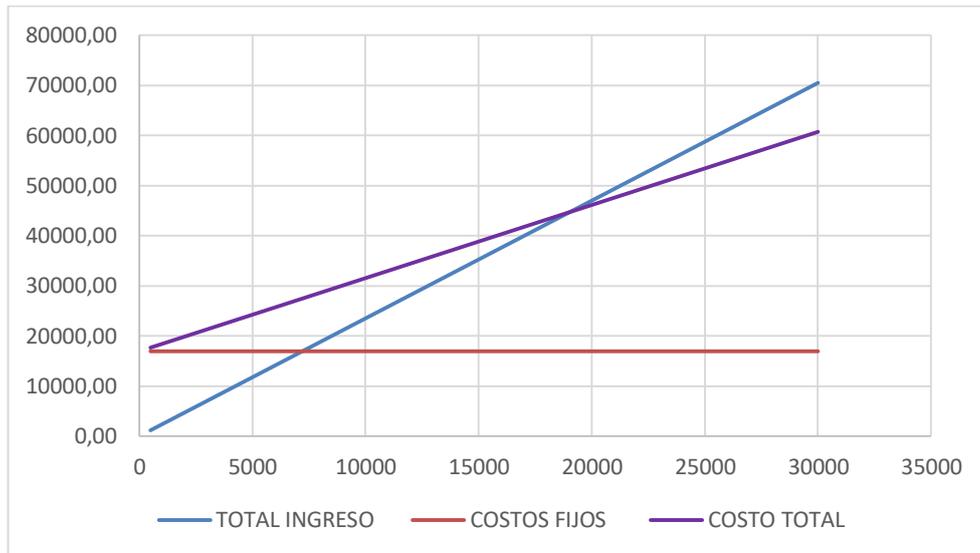


Figura 36 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Para estar en Equilibrio, el presente proyecto deberá vender 19028 postres los cuales pueden ser gelatina, cheesecake, frutillas y helado, en el caso de venderse una unidad menos se obtendrá pérdida, pero si es lo contrario y es una unidad más se obtendrá ganancias.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

❖ Relación Pasivo Activo

La Relación Pasivo Activo es un indicador el cual da a conocer cuál es el nivel de endeudamiento que tiene el presente proyecto, por ende se representa en porcentajes.

❖ Relación Patrimonio Activo

La Relación Patrimonio Activo es un indicador financiero que da a conocer la inversión con recursos propios en el presente proyecto.

❖ Margen Bruto

“Demuestra las ganancias en comparación con las ventas, ilustrado la eficiencia de las transacciones contables y la forma como determinaron los precios de los productos o servicios. Mientras más alto es el margen bruto menor es el costo de producción” (Riquelme, 2018).

❖ Margen Operativo

“Margen operativo como medidor de la capacidad de la empresa para generar beneficios a partir de su actividad primordial o el giro principal de su negocio” (Acosta, 2018).

❖ Margen Neto

Aquella que es generada por la organización luego del pago de todos los deberes e impuestos tomando en cuenta también los gastos de producción que afectan concisamente en el valor del producto a su vez se toman en cuenta los gastos públicos deberes obligaciones bancarias y tributarias (Riquelme, 2018).

❖ ROE

“Se denomina rentabilidad financiera a aquellos beneficios económicos obtenidos a partir de los recursos propios e inversiones realizadas” (Pedrosa, 2016).

❖ ROA

“Es la relación entre el beneficio logrado en un determinado periodo y los activos totales de una empresa” (Lorenzana, 2013).

Tabla 75
Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Relación pasivo activo	28,73%	19,20%	12,76%	7,51%	3,24%	0,00%
Relación patrimonio activo	71,27%	81%	87%	92%	97%	100%
Margen bruto	N/A	0,38	0,38	0,38	0,38	0,38
Margen operativo	N/A	0,07	0,05	0,05	0,06	0,07
Margen neto	N/A	0,05	0,04	0,04	0,05	0,05
ROE	N/A	35,78%	29,66%	33,15%	42,60%	46,21%
ROA	N/A	21,29%	15,64%	15,44%	17,09%	13,21%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Al obtener los cálculos de los Indicadores Financieros se procede a interpretar cada uno de ellos a continuación:

Para alcanzar el 100% de los activos se requiere de un financiamiento de terceros, es decir, una deuda bancaria del 28,73%.

Para alcanzar el 100% de los activos se requiere de un financiamiento propio, es decir, una deuda bancaria del 71,27%.

El Margen Bruto indica que por cada dólar que la microempresa venda gana \$0,38 centavos para cubrir los gastos operacionales que se presente.

El Margen Operativo muestra un resultado, que da a interpretar que por cada dólar que la microempresa venda gana \$0,07 centavos para cubrir los gastos financieros que se presenten.

El Margen Neto indica un resultado que da a interpretar que por cada dólar que la microempresa venda gana \$0,05 centavos de utilidad el cual le corresponde al propietario del proyecto.

La Rentabilidad sobre el Activo (ROA) del presente proyecto es del 21,29% lo que da a entender que por cada dólar que se invierte en activos se genera un rendimiento de \$0,2129 centavos.

La Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE) del presente proyecto es del 35,78% lo que refleja que es mayor al costo de oportunidad inicial (TASA PASIVA), por ende, la rentabilidad se considera aceptable.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impacto

Permite estudiar los diferentes ámbitos en los que el presente proyecto puede tener impacto, tanto de forma positiva como negativa, dando a conocer de manera más precisa la aceptación que pueda tener el mismo.

Para el presente proyecto se analizarán los siguientes impactos:

- ❖ Impacto Ambiental
- ❖ Impacto Económico
- ❖ Impacto Productivo
- ❖ Impacto Social

Para la medición del nivel de impactos que tendrá el presente proyecto se utilizará como herramienta la tabla de ponderación que se detalla a continuación:

Tabla 76
Ponderación de Impactos

NIVEL DE IMPACTO	CALIFICACIÓN
Alto Negativo	-3
Medio Negativo	-2
Bajo Negativo	-1
No existe Impacto	0
Bajo Positivo	1
Medio Positivo	2
Alto Positivo	3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

6.01 Impacto Ambiental

“Refiere al efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos” (Ucha, 2009).

Tabla 77
Impacto Ambiental

INDICADORES	CALIFICACIÓN						TOTAL	
	-3	-2	-1	0	1	2		3
Contaminación de Agua			X					-1
Contaminación Visual			X					-1
Calidad del Aire							X	3
Contaminación Energética		X						-2
Utilización de Productos Químicos			X					-1
Reducción de Residuos Orgánicos							X	3
TOTAL	0	-2	-3	0	0	0	6	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{1}{6}$$

$$\text{Promedio} = 0,17 = 1$$

Al realizar la tabla de los indicadores ambientales del presente proyecto refleja un resultado de 1, es decir, tiene un impacto bajo positivo.

El resultado que reflejó el presente proyecto, se debe a que de cierta manera contamina el agua al momento de lavar el menaje y los implementos que se necesitan para la elaboración de los postres y la utilización de productos químicos para mantener la microempresa en perfectas condiciones de sanidad, pero estos se equilibran con la reducción de residuos orgánicos, lo cual quiere decir que, se

disminuirá de manera porcentual la utilización de envases plásticos que son contaminantes para el medio ambiente, por ende baja la contaminación y se obtiene una mejor calidad del aire

6.02 Impacto Económico

“Alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo” (Pérez, 2018).

Tabla 78
Impacto Económico

INDICADORES	CALIFICACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Rentabilidad del Proyecto						X		2
Generador de Empleo					X			1
Pago de Impuestos			X					-1
Facilidad de Crédito						X		2
Variación del Precio de la MP			X					-1
Potencial de Crecimiento						X		2
TOTAL	0	0	-2	0	1	6	0	5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

$$Promedio = \frac{Total\ General}{Número\ de\ Indicadores}$$

$$Promedio = \frac{5}{6}$$

$$Promedio = 0,83 = 1$$

Al analizar los indicadores ambientales y al aplicar la fórmula del promedio refleja un resultado de 1, por ende, da a entender que mantiene un impacto bajo positivo.

Después de analizar los indicadores se puede interpretar que el presente proyecto debe realizar el pago de tributos, como es el impuesto al valor agregado (IVA), entre otros, así como la variación de precios los cuales tienden a subir el costo de los materiales para la elaboración de los postres, estos se equilibran con la rentabilidad que se pretende obtener lo que permitirá tener facilidad al momento de adquirir créditos en caso de necesitarlos.

6.03 Impacto Productivo

“La relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema” (Ruiz, 2009).

Tabla 79
Impacto Productivo

INDICADORES	CALIFICACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Uso de Herramientas Tecnológicas					X			1
Personal capacitado							X	2
Seguimiento de la elaboración del producto							X	2
Materia Prima de Calidad							X	2
Uso de menaje adecuado					X			1
Utilización adecuada de materiales							X	2
TOTAL	0	0	0	0	2	8	0	10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

$$\textit{Promedio} = \frac{\textit{Total General}}{\textit{Número de Indicadores}}$$

$$\textit{Promedio} = \frac{10}{6}$$

$$\textit{Promedio} = 1,67 = 2$$

Después de realizar un análisis a los indicadores productivos se da a entender que para el presente proyecto se obtuvo el siguiente resultado de 2, lo que quiere decir que, tiene un impacto medio positivo.

El análisis de los indicadores productivos permite dar a entender que el presente proyecto tendrá valores positivos, pues se utilizará herramientas tecnológicas que permitan elaborar de manera más rápida los distintos productos, de igual forma se contará con el apoyo de personal capacitado que sepa manejar las distintas máquinas y los materiales necesarios para la producción.

6.04 Impacto Social

“Los efectos que producen las actividades desarrolladas por una empresa. Independientemente de su funcionamiento interno, con sus ingresos, ganancias, etc., las compañías provocan con su trabajo cotidiano múltiples consecuencias” (Pérez, 2018).

Tabla 80
Impacto Social

INDICADORES	CALIFICACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Cambio cultural en la utilización de plásticos						X		2
Cambio en hábitos de consumo					X			1
Aporte en el desarrollo socio económico del sector					X			1
Reducción en la tasa de desempleo					X			1
Incremento en el consumo de postres					X			1
Calidad en el servicio						X		2
TOTAL	0	0	0	0	4	4	0	8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{8}{6}$$

$$\text{Promedio} = 1,33 = 2$$

Al realizar la tabla de los indicadores sociales del presente proyecto da a conocer un resultado de 2, lo que significa tener un impacto medio positivo.

El estudio realizado por los indicadores sociales refleja que el presente proyecto tendrá valores positivos, puesto que existirá un incremento en el consumo de postres debido a que es una idea innovadora que utiliza envases comestibles, por lo que, también se creará un cambio cultural en la utilización de envases plásticos.

6.05 Matriz General de Impactos

Tabla 81
Matriz General de Impactos

INDICADORES	CALIFICACIÓN							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Ambiental					X			1
Impacto Económico						X		2
Impacto Productivo						X		2
Impacto Social						X		2
TOTAL	0	0	0	0	1	6	0	7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

$$\text{Promedio} = \frac{\text{Total General}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Promedio} = \frac{7}{4}$$

$$\text{Promedio} = 1,75 = 2$$

Al analizar la matriz general de impactos del presente proyecto refleja un resultado de 2, lo que quiere decir que tiene un impacto medio positivo.

Una vez finalizado los análisis de impactos se puede interpretar que el presente proyecto tiene un valor positivo, lo que da a entender que la implementación de la microempresa es factible tanto en lo ambiental, económico, productivo y social además de lo financiero.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Al haber culminado con el presente proyecto se procede a la elaboración de las conclusiones:

- ❖ Para poder realizar el presente proyecto se debe tomar en consideración los antecedentes y de donde surge esta idea innovadora, así como también se debe considerar los distintos factores económicos que pueden afectar en su implementación.
- ❖ Para que el presente proyecto sea factible se debe investigar al consumidor, sus necesidades y gustos, que permiten adaptarlos al mismo, de igual forma se tiene que considerar a la competencia y sus debilidades que pueden ser una ventaja competitiva.
- ❖ Se debe realizar un estudio óptimo del presente proyecto, determinando el producto a ofrecer, las instalaciones que se utilizarán, así como el sector en el que se ubicará, esto es fundamental para el óptimo funcionamiento de la microempresa.
- ❖ Para evaluar financieramente se debe valorar varios criterios del dinero en el tiempo, con eso se analiza de manera correcta la rentabilidad del presente proyecto, ya que arroja valores positivos a favor de la microempresa y de la

aceptación que tendrá, esto también es influenciado por ser un proyecto innovador.

7.02 Recomendaciones

Al haber culminado con el presente proyecto se procede a la elaboración de las recomendaciones:

- ❖ Se recomienda estar al pendiente de los diferentes factores económicos que pueden afectar la economía de los consumidores y por ende el consumo de los distintos productos que oferta la microempresa, tener en cuenta esto permitirá utilizar estrategias que impidan una caída potencial en las ventas de la misma.
- ❖ Es primordial tener en cuenta las recomendaciones de los clientes, que permitan fortalecer la relación que tienen con la microempresa así como garantizar su fidelidad, adicional se debe tomar en cuenta las estrategias de ventas que tengan los competidores y que puedan afectar a la reducción de clientes.
- ❖ Se debe tomar en consideración el sector estratégico donde se instalará la microempresa, tomando en consideración el flujo de personas y el tipo de economía que mantienen pues será importante al momento de determinar los precios de los productos
- ❖ Se recomienda tener una cultura empresarial que incentive la fidelidad del trabajador con la microempresa, así como de políticas que hagan énfasis en la responsabilidad, puntualidad, y afectividad con el cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, N. (2018). *¿Es el margen operativo lo mismo que el margen bruto?* Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13139259/es-el-margen-operativo-lo-mismo-que-el-margen-bruto>
- Alarcón, M. (2014). *¿Qué es el sistema de amortización francés?* Recuperado el 25 de marzo del 2019; de Rankia: <https://www.rankia.com/blog/mejores-hipotecas/2399623-que-sistema-amortizacion-frances>
- Alonso, T. (2014). *Historia de la Repostería*. Recuperado el 10 de enero del 2019; de Historia de la Repostería: <http://historiadela-reposteria.blogspot.com/2014/06/v-behaviorurldefaultvml.html>
- Amado, Y. (2014). *Diseño e Ingeniería del producto*. Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Prezi: <https://prezi.com/hip3waefcql/disenio-e-ingenieria-del-producto/>
- Arias, J. (2010). *La Competencia*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Mercadotecnia: <http://jennyarias03.blogspot.com/2010/06/la-competencia.html>
- Astudillo, L. (2012, Pág. 19). *Historia, Características y Técnicas de Pastillaje: Propuesta de Decoraciones Innovadores*. (Tesis de Pregrado). Universidad de Cuenca. Ecuador.
- Astudillo, L. (2012, Pág. 20). *Historia, Características y Técnicas de Pastillaje: Propuesta de Decoraciones Innovadores*. (Tesis de Pregrado). Universidad de Cuenca. Ecuador.
- Baca, G. (2012, Pág. 78). *Evaluación de Proyectos*. 4ta. Edición. México: MCGRAW-HILL.
- Baca, G. (2012, Pág. 70). *Evaluación de proyectos*. 4ta. Edición. México: MCGRAW-HILL.
- Báez, L. (2012). *Activos Diferidos*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Prezi: <https://prezi.com/uij8dv9oorrb/activos-diferidos/>
- Bembibre, C. (2010). *Definición de desempleo*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/?s=Desempleo>
- Bembibre, C. (2010). *Definición de entrevista*. Recuperado el 05 de febrero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/entrevista-2.php>
- Bembibre, C. (2009). *Definición de Ingresos*. Recuperado el 26 de febrero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/economia/ingresos.php>

- Bembibre, V. (2009). *Definición de Inversiones*. Recuperado el 26 de febrero del 2019; de Definición ABC:
<https://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>
- Borja, R. (2018). *Población económicamente activa (PEA)*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Enciclopedia de la Política:
http://www.encyclopediadelapolitica.org/poblacion_economicamente_activa_pea/
- Buján, C. (2014). *Los gastos financieros: qué son y cómo se deducen*. Recuperado el 16 de marzo del 2019; de Anfix: <https://blog.anfix.com/los-gastos-financieros-que-son-y-como-se-deducen/>
- Buonarroti, G. (2012). *Historia de la Repostería*. Recuperado el 10 de enero del 2019; de Postres para Todos: <http://postresparatodos.over-blog.es/article-historia-de-la-reposteria-113646631.html>
- Cabanelas, J. (1997, Pág. 89). *Dirección de empresas: Bases en un entorno abierto y dinámico*. 2da Edición. México: Pirámide.
- Cárdenas, R. (2016, Pág. 6). *Análisis del Consumidor*. 1ra. Edición. México: UNID.
- Córdova, S. (2002, Pág. 145). *Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos*. (Tesis de Pregrado). Universidad de Chile. Chile
- Cortés, L. (2018). *¿Qué es un costo en contabilidad?* Recuperado el 26 de febrero del 2019; de Siigo: <https://www.siigo.com/blog/empresario/que-es-un-costo-en-contabilidad/>
- Cristancho, F. (2014). *Los Niveles de Gestión en una Organización*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de acsendo.blog: <https://blog.acsendo.com/los-niveles-de-gestion-en-una-organizacion/?fbclid=IwAR2J6FIOOdfuVHovoFbhaaAZkp7QjbG2vVf9qyXnPqP3IGVGvGaepjpj7E>
- Cuevas, L. (2016). *Proyección de la Oferta*. Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Prezi: <https://prezi.com/i0umyfwipex3/proyeccion-de-la-oferta/>
- Dios, J. (2012). *Macro y Microlocalización*. Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Macro y Microlocalización:
<https://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/?fbclid=IwAR3GMfpNFRo0s42Yt0jShiSfE2mkhTSUEINBMV5d33WomqeRGJMDVvBjV60>
- Duarte, G. (2008). *Definición de empleo*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/?s=Empleo>
- Duarte, G. (2015). *Definición de Depreciación*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Definición ABC:
<https://www.definicionabc.com/economia/depreciacion.php>

- Duque, J. (2017). *Relación costo beneficio*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de ABC Finanzas.com: <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/relacion-costo-beneficio>
- Duque, J. (2017). *Costos directos e indirectos*. Recuperado el 25 de marzo del 2019; de ABC Finanzas.com: <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/costos-directos-indirectos>
- Espinosa, R. (2014). *Marketing Mix*. Recuperado el 21 de enero del 2019; de Roberto Espinosa.es: <https://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Fernández, J. (2008). *Que es El análisis FODA*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de SlideShare: <https://es.slideshare.net/jcfdezmx2/que-es-el-analisis-foda-217430>
- Fleitman, J. (2007, Pág. 313). *Evaluación Integral para Implantar Modelos de Calidad*. 1ra. Edición. México: Pax México.
- Freire, G. (2015). *Estado de situación inicial*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de SlideShare: <https://es.slideshare.net/GabrielaFreire02/estado-de-situacion-inicial-43600367>
- Fresneda, C. (2017). *En Busca Del Envase Comestible*. Recuperado el 10 de enero del 2019; de El Mundo: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/ciencia/2017/11/29/5a1da11a22601d921a8b4577.html>
- García, A. (2010). *Plan de Negocio*. Recuperado el 04 de febrero del 2019; de Xing: <https://www.xing.com/communities/posts/paso-4-analisis-de-la-demanda-1003939342>
- González, A. (2018). *Qué es el riesgo país, cómo se mide y por qué aumenta*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Perfil: <https://www.perfil.com/noticias/economia/que-es-el-riesgo-pais-y-cuales-son-las-razones-por-las-que-aumenta.phtml?fbclid=IwAR1yWwMlkO6IQ9E3Ge563vgobLrNnk4rjn42MfIMtPFyC2zACZK5RpXbbtc>
- Hernández, P. (2008). *Factores Legales*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Factores Legales: <http://factoreslegales.blogspot.com/>
- Leal, A. (2018). *¿Qué es la gestión administrativa?* Recuperado el 14 de enero del 2019; de Siigo: https://www.siigo.com/blog/empresario/sistema-de-gestion-administrativa/?fbclid=IwAR0-13XkYwbh_FIKtmzbrmWPOaLXmW_7m4K8BUM6MjqQa0uhGmYooY OX7Ho
- León, C. (2007, Pág. 18). *EVALUACIÓN DE INVERSIONES un enfoque privado y social*. 1ra. Edición. Chiclayo: USAT.
- Lorenzana, D. (2013). *¿Qué es el ROA de una empresa?* Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Pymes y Autónomos:

<https://www.pymesyaautonomos.com/administracion-finanzas/que-es-el-roa-de-una-empresa>

- Luna, N. (2018). *Tasa de interés ¿Qué es y cómo se calcula?* Recuperado el 14 de enero del 2019; de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/307240>
- Martínez, Y. (2015). *Mano de obra (costos)*. Recuperado el 25 de marzo del 2019; de SlideShare: <https://es.slideshare.net/yenasuvari/mano-de-obra-costos>
- Mayordomo, J. (2016, Pág. 48). *E-Marketing*. 1ra Edición. Barcelona: Lberdúplex.
- Méndez, A. (2010). *Factor Social*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de SlideShare: <https://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>
- Miranda, J. (2018). *La Gestión Comercial y la Venta*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/la-gestion-comercial-la-venta/>
- Miranda, J. (2005, Pág. 102). *Gestión de Proyectos*. 5ta. Edición. Bogotá: MM Editores.
- Mora, J. (2013). *Ingresos Operacionales*. Recuperado el 26 de febrero del 2019; de Prezi: <https://prezi.com/azwhmo3eitls/grupo-41-ingresos-operacionales/>
- Moreno, M. (2010). *El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de El Blog Salmón: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>
- Nepo, J. (2017). *PBI Sectorial*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de SlideShare: <https://es.slideshare.net/jhonchristiannepovillano/pbi-sectorial?fbclid=IwAR0qm91XHInZlr3dXAY1lkXnVt4VxDfi9DEloSE6DCMX3LixX1copUp6rtQ>
- Nieto, A. (2010). *¿Qué es la inflación?* Recuperado el 14 de enero del 2019; de El Blog Salmón: https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-inflacion?fbclid=IwAR1MDtjuWb8Ti8maUTEKezxMN_HSnVcDpNzBRka5Oexii7Dto2KIyXD6ko
- Nunes, P. (2015). *Tasa de interés activa*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Knoow.net: http://knoow.net/es/cieeconcom/economia-es/tasa-de-interes-activa/?fbclid=IwAR105LOvux_IvoQS9J4WjILYu-9kMsDLKPLG7GuP3-ei1tkcjfvSeTc5STQ
- Nunes, P. (2015). *Tasa de Interés Pasiva*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Knoow.net: http://knoow.net/es/cieeconcom/economia-es/tasa-de-interes-pasiva/?fbclid=IwAR23Cctzml7JVAU64BydiwiQm5_M6VGHbrfjAW4HFyW3NH3g7WVezmVcluo
- Nunes, P. (2015). *Capacidad Instalada*. Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Knoow.net: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>

- Nunes, P. (2016). *Fuente de Financiamiento*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Know.net: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de-financiamiento/>
- Osorio, Y. (2017). *¿Qué es el flujo de caja?* Recuperado el 14 de marzo del 2019; de ABC Finanzas.com: <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/que-es-el-flujo-de-caja>
- Ortiz, J. (2014). *Factores y Sectores Económicos*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Prezi: <https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/>
- Pabón, R. (2013). *Localización del proyecto*. Recuperado el 11 de febrero del 2019; de SlideShare: <https://es.slideshare.net/RicardoPabnMartinez/localizacion-del-proyecto>
- Pacheco, F. (2014). *Estado de resultados proyectado*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de SlideShare: <https://es.slideshare.net/mrmartineles/estado-de-resultados-proyectado>
- Pachón, A. (2014). *Productos sustitutos y complementarios*. Recuperado el 04 de febrero del 2019; de Prezi: https://prezi.com/jx_b65zbin97/productos-sustitutos-y-complementarios/
- Paspuel, J. (2012). *Inversión Fija*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de SlideShare: <https://es.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>
- Pedrosa, S. (2016). *Amortización financiera*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html>
- Pedrosa, S. (2016). *Rentabilidad Financiera – ROE*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-financiera-roe.html>
- Pérez, J. (2012). *Definición de PIB*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Definición.de: <https://definicion.de/pib/?fbclid=IwAR0zefY3gyCMmhWj5t-4LIThL1bqNafyoxA4pNxIIIuEaMUfkiOJ5OtThg>
- Pérez, J. (2016). *Maquinaria, Planta y Equipo*. Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Prezi: <https://prezi.com/qdl7ojf0y3vo/maquinaria-planta-y-equipo/>
- Pérez, J. (2018). *Impacto Económico*. Recuperado el 26 de marzo del 2019; de Definición.de: <https://definicion.de/impacto-economico/>
- Pérez, J. (2018). *Definición de Impacto Social*. Recuperado el 26 de marzo del 2019; de Definición. De: <https://definicion.de/impacto-social/>
- Restrepo, L. (2017). *¿Qué es la planeación estratégica?* Recuperado el 14 de enero del 2019; de MDC: <https://mdc.org.co/que-es-la-planeacion->

estrategica/?fbclid=IwAR2bQ2A1ABIU_PL_qSWnFok6bYJnwhFyUUTR
K4ErX-3TtGrf3oGkgkZRaj8

- Riaño, A. (2018). *Sistema de amortización alemán: ¿En qué consiste?* Recuperado el 16 de marzo del 2019; de Reclamador: <https://www.reclamador.es/blog/sistema-de-amortizacion-aleman/>
- Riquelme, M. (2017). *¿Qué son los Gastos Administrativos?* Recuperado el 26 de febrero del 2019; de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>
- Riquelme, M. (2017). *¿Qué son los costos fijos?* Recuperado el 26 de febrero del 2019; de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/costos-fijos/>
- Riquelme, M. (2017). *Costos Variables.* Recuperado el 26 de febrero del 2019; de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/costos-variables/>
- Riquelme, M. (2018). *¿Qué es el margen bruto y margen neto de una empresa?* Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/margen-bruto-y-margen-neto-de-una-empresa/>
- Rodríguez, M. (2012). *Distribución de planta.* Recuperado el 11 de febrero del 2019; de SlideShare: <https://es.slideshare.net/MariaGpeRdzMarthell/distribucion-de-planta-15020464>
- Rojas, S. (2009). *Análisis de la demanda.* Recuperado el 04 de febrero del 2019; de Buendato.com: <http://buendato.com/profiles/blogs/analisis-de-la-demanda>
- Rojas, F. (2007). *Formulación de proyectos.* Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Mailxmail.com: <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Rojas, J. (2012). *Localización de la Planta.* Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Notas Administración de la Producción: <http://adm-prod.blogspot.com/2012/04/localizacion-de-la-planta.html>
- Ruiz, G. (2009). *Definición de Productividad.* Recuperado el 26 de marzo del 2019; de Canguro Rico: <http://cangurorico.com/definicion-de-productividad>
- Salazar, A. (2017). *Capital de trabajo.* Recuperado el 14 de marzo del 2019; de ABC Finanzas.com: <https://www.abcfianzas.com/administracion-financiera/capital-de-trabajo>
- Sánchez, J. (2018). *Proveedor.* Recuperado el 14 de enero del 2019; de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/proveedor.html>
- Thompson, I. (2009). *Definición de Cliente.* Recuperado el 14 de enero del 2019; de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

- Thompson, I. (2010). *¿Qué es Promoción?* Recuperado el 21 de enero del 2019; de Marketing Intensivo.com: <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>
- Thompson, I. (2006). *Definición de Oferta*. Recuperado el 04 de febrero del 2019; de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Thompson, I. (2006). *Definición de encuesta*. Recuperado el 05 de febrero del 2019; de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Ucha, F. (2014). *Definición de subempleo*. Recuperado el 14 de enero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/?s=Subempleo>
- Ucha, F. (2009). *Definición de Demanda*. Recuperado el 04 de febrero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/economia/demanda.php>
- Ucha, F. (2009). *Definición de observación*. Recuperado el 05 de febrero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/observacion.php>
- Ucha, F. (2009). *Definición de población*. Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/poblacion.php>
- Ucha, F. (2009). *Definición de muestra*. Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/muestra.php>
- Ucha, F. (2009). *Definición de Bienes*. Recuperado el 11 de febrero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/economia/bienes.php>
- Ucha, F. (2011). *Definición de Flujoograma*. Recuperado el 19 de febrero del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/flujoograma.php>
- Ucha, F. (2009). *Definición de Activos Fijos*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/activos-fijos.php>
- Ucha, F. (2010). *Definición de materia prima*. Recuperado el 25 de marzo del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/materia-prima.php>
- Ucha, F. (2009). *Definición de Impacto Ambiental*. Recuperado el 26 de marzo del 2019; de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/impacto-ambiental.php>
- Urbano, S. (2017). *VAN y TIR*. Recuperado el 14 de marzo del 2019, de Economía Finanzas: <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>
- Valderrama, B. (2015). *Gastos e Ingresos Operacionales y no Operacionales*. Recuperado el 26 de febrero del 2019; de Prezi: <https://prezi.com/qtnbje9awlwg/gastos-e-ingresos-operacionales-y-no-operacionales/>

Vaquiroy, J. (2010). *Periodo de recuperación de la inversión – PRI*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Pymesfuturo.com:
<https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

Vázquez, R. (2015). *Tasa de descuento*. Recuperado el 14 de marzo del 2019; de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>

ANEXOS

- **Volante**



- **Facebook**



- **Gigantografía**



Anexo 1. Papelería e Imagen Corporativa

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

OBJETIVO: La presente encuesta ha sido diseñada para el lanzamiento de un nuevo producto al mercado por ende la información proporcionada por usted será únicamente utilizada con fines académicos.

1. ¿Usted consume postres?

Sí No

Si su respuesta fue NO por favor pase a la pregunta 5

2. ¿Con qué frecuencia consume postres?

Diario Semanal Quincenal Mensual

3. ¿Cuánto gasta en promedio en la compra de postres?

\$ 1- 5 \$ 6 – 10 \$ 10 en adelante

4. ¿Usted se encuentra satisfecho con los postres que se ofertan en el mercado?

Sí No

5. ¿Usted estaría dispuesto a comprar postres con envases comestibles en base a galleta?

Sí No

Si su respuesta fue NO, la encuesta ha terminado. Gracias

6. ¿Qué factores considera importantes al momento de la compra?

Calidad Precio Sabor

7. ¿Qué tipo de postres usted prefiere?

Cheesecake Gelatina Frutillas Helado

8. ¿De qué manera le gustaría enterarse de estos postres?

Volantes Redes Sociales Trípticos

!!!Gracias por su tiempo empleado en esta encuesta!!!

Anexo 2. Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

❖ **Control de Materia Prima**

			
FECHA	PROVEEDOR	PRODUCTO	RECIBIDO POR
NOVEDADES:			
FIRMA RESPONSABLE			

❖ **Ingreso y traslado**



❖ **Recibir orden de pedido**

		
NÚMERO DE MESA	PEDIDO	
ENTREGADO	SI	
	NO	

❖ **Ticket de pedido**

		
DIRECCIÓN	Giovanni Calles Lascano OE4-15 y Efraín Armas OE4-17	
FECHA		
CANTIDAD	PRODUCTO	TOTAL

❖ Preparación

Malla para el cabello



Mandil



❖ Guantes

Temperatura Normal



Temperatura Caliente



Anexo 3. Fichas y Lineamientos de Control

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

PERÍODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	CUOTA	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL
0	-	-	-	-	3000
1	3000	630,00	1025,30	395,30	2604,70
2	2604,70	546,99	1025,30	478,31	2126,40
3	2126,40	446,54	1025,30	578,75	1547,64
4	1547,64	325,01	1025,30	700,29	847,35
5	847,35	177,94	1025,30	847,35	0,00
TOTAL		2126,48		3000,00	

Anexo 4. Método Francés

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Joselyn Perugachi

Urkund Analysis Result

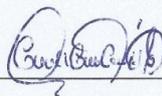
Analysed Document: PERUGACHI JOSELYN.pdf (D51040419)
Submitted: 4/25/2019 5:54:00 AM
Submitted By: nenajossy1998@gmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

Pamela Vannessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402)
TESIS.pdf (D37024363)
FORMATO PARA URK... ANDREA TORRES.pdf (D37021914)
ERIKA LIZETH NAULA CAISALITIN.pdf (D37021702)
JOSE ALEX VALIENTE TOAQUIZA.pdf (D37080854)
MONICA PAOLA ZAGAL BAÑO PDF.pdf (D37055649)
<http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

Instances where selected sources appear:

19

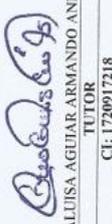


Ing. Andrés Analuisa

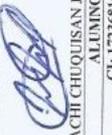
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR: ANALUISA AGUIAR ARMANDO ANDRÉS									
NOMBRE ESTUDIANTE: PERUGACHI CHUQUISAN JOSELYN AMPARO									
CARRERA: ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA									
TEMA DE TITULACIÓN: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE POSTRES EN ENVASES COMESTIBLES EN BASE A GALLETA DE MERCADONA, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERON AÑO 2019									
IMPRESIÓN REPORTE: Quito, 22 de mayo del 2019 12:59:46									
TIPO REPORTE: ACUMULATIVO									
MODALIDAD: INCUBADORA EMPRESARIAL									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	PERIODO:		OBSERVACION	ESTADO SC
						HORAS			
1	2019-01-07	INSITU	2019-01-07 13:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-07 14:00:00	1.00		EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y NORMAS APA. SE SOLICITA AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO	PROCESADO
2	2019-01-12	AUTONOMA	2019-01-12 12:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-12 22:00:00	10.00		DESARROLLO DE LA JUSTIFICACION Y AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO.	PROCESADO
3	2019-01-07	INSITU	2019-01-07 14:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-07 15:00:00	1.00		EXPLICACIONES DEL DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y NORMAS APA. SE SOLICITA AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
4	2019-01-13	AUTONOMA	2019-01-13 12:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-13 22:00:00	10.00		DESARROLLO DE LOS ANTECEDENTES Y AVANCES DEL ENTORNO LOCAL.	PROCESADO
5	2019-01-14	INSITU	2019-01-14 13:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-14 14:00:00	1.00		SE APRUEBA LA JUSTIFICACION-INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL AMBIENTE EXTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS INTERNO.	PROCESADO
6	2019-01-19	AUTONOMA	2019-01-19 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 22:00:00	10.00		CORRECCIONES DEL AMBIENTE EXTERNO Y AVANCES DEL ANALISIS INTERNO	PROCESADO
7	2019-01-14	INSITU	2019-01-14 14:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-14 15:00:00	1.00		SE APRUEBA EL ANTECEDENTE INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ENTORNO LOCAL. SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS FODA.	PROCESADO
8	2019-01-20	AUTONOMA	2019-01-20 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-20 22:00:00	10.00		CORRECCIONES DEL ENTORNO LOCAL Y AVANCES DEL ANALISIS INTERNO	PROCESADO
9	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 13:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-21 14:00:00	1.00		SE APRUEBA EL AMBIENTE EXTERNO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS INTERNO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR.	PROCESADO
10	2019-01-26	AUTONOMA	2019-01-26 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-26 22:00:00	10.00		CORRECCIONES DEL ANALISIS INTERNA Y AVANCES DEL ENTORNO LOCAL. CONSUMIDOR	PROCESADO
11	2019-01-21	INSITU	2019-01-21 14:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-21 15:00:00	1.00		SE APRUEBA EL ENTORNO LOCAL. INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS FODA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA.	PROCESADO
12	2019-01-27	AUTONOMA	2019-01-27 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-27 22:00:00	10.00		CORRECCIONES DEL ANALISIS FODA Y AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA	PROCESADO
13	2019-01-28	INSITU	2019-01-28 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-01-28 14:00:00	1.00		SE APRUEBA EL ANALISIS INTERNO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO
14	2019-02-02	AUTONOMA	2019-02-02 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-02 22:00:00	10.00		CORRECCIONES DEL ANALISIS DEL CONSUMIDOR Y AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO
15	2019-01-28	INSITU	2019-01-28 14:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-01-28 15:00:00	1.00		SE APRUEBA EL ANALISIS FODA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL ANALISIS DE LA DEMANDA.	PROCESADO
16	2019-02-03	AUTONOMA	2019-02-03 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-03 22:00:00	10.00		CORRECCIONES DEL ANALISIS DE LA OFERTA Y AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA	PROCESADO
17	2019-02-04	INSITU	2019-02-04 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-04 14:00:00	1.00		SE APRUEBA EL ANALISIS DEL CONSUMIDOR INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA.	PROCESADO
18	2019-02-09	AUTONOMA	2019-02-09 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-09 22:00:00	10.00		CORRECCIONES DE PRODUCTOS SUSTITUTOS Y AVANCES DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA	PROCESADO

19	155458	2019-02-04	INSITU	2019-02-04 14:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-04 15:00:00	1.00	SE APRUEBA EL ANALISIS DE LA OFERTA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.	PROCESADO
20	155666	2019-02-10	AUTONOMA	2019-02-10 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-10 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE ANALISIS DE LA DEMANDA Y AVANCES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	PROCESADO
21	155459	2019-02-11	INSITU	2019-02-11 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-11 14:00:00	1.00	SE APRUEBA PRODUCTOS SUSTITUTOS INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE BALANCE OFERTA - DEMANDA Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE LOCALIZACION.	PROCESADO
22	155669	2019-02-16	AUTONOMA	2019-02-16 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-16 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL BALANCE OFERTA - DEMANDA Y AVANCES DE LOCALIZACION	PROCESADO
23	155460	2019-02-11	INSITU	2019-02-11 14:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-11 15:00:00	1.00	SE APRUEBA ANALISIS DE LA DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE TAMAÑO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO.	PROCESADO
24	155671	2019-02-17	AUTONOMA	2019-02-17 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-17 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO Y AVANCES DE INGENIERIA DEL PRODUCTO	PROCESADO
25	155461	2019-02-18	INSITU	2019-02-18 13:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-18 14:00:00	1.00	SE APRUEBA EL BALANCE OFERTA - DEMANDA INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOCALIZACION Y SE ENVIAN CORRECCIONES.	PROCESADO
26	155673	2019-02-23	AUTONOMA	2019-02-23 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-23 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LOCALIZACION DEL PROYECTO	PROCESADO
27	155462	2019-02-18	INSITU	2019-02-18 14:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-18 15:00:00	1.00	SE APRUEBA ANALISIS DEL TAMAÑO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES INGRESOS.	PROCESADO
28	155674	2019-02-24	AUTONOMA	2019-02-24 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO Y AVANCES DE CALCULO DE INGRESOS.	PROCESADO
29	166747	2019-02-25	INSITU	2019-02-25 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-02-25 15:00:00	2.00	SE APRUEBA ANALISIS DE LA LOCALIZACION Y DE LA INGENIERIA DEL PRODUCTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL ANALISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES TANTO DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES.	PROCESADO
30	166756	2019-03-03	AUTONOMA	2019-03-03 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-03 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL CALCULO DE INGRESOS Y AVANCES DE CUADRO DE INVERSIONES	PROCESADO
31	166748	2019-03-04	INSITU	2019-03-04 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-04 15:00:00	2.00	SE APRUEBA ANALISIS DE INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION: VAN, TIR, PFI, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
32	166757	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-10 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL CUADRO DE INVERSIONES Y AVANCES DE CRITERIOS DE EVALUACION Y PUNTO DE EQUILIBRIO.	PROCESADO
33	166749	2019-03-11	INSITU	2019-03-11 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-11 15:00:00	2.00	SE APRUEBA EL CUADRO DE INVERSIONES DE ACTIVOS FIJOS, CAPITAL DE TRABAJO Y ACTIVOS NOMINALES INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LOS CRITERIOS DE EVALUACION VAN, TIR, PFI, RCB, PUNTO DE EQUILIBRIO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO.	PROCESADO
34	166758	2019-03-17	AUTONOMA	2019-03-17 12:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-17 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DE CRITERIOS DE EVALUACION Y PUNTO DE EQUILIBRIO Y AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL.	PROCESADO

35	166750	2019-03-18	INSITU	2019-03-18 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-18 15:00:00	2.00	SE APRUEBAN LOS CALCULOS DE LOS INDICADORES DE EVALUACION DE PROYECTOS VAN, THR, PRI, RCB Y PUNTO DE EQUILIBRIO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DEL IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO.	PROCESADO	
36	166759	2019-03-24	AUTONOMA	2019-03-24 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-03-24 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO AMBIENTAL Y AVANCES DEL IMPACTO ECONOMICO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO.	PROCESADO	
37	166751	2019-03-25	INSITU	2019-03-25 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-25 15:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.	PROCESADO	
38	166760	2019-03-31	AUTONOMA	2019-03-31 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-03-31 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO ECONOMICO Y AVANCES DEL IMPACTO PRODUCTIVO SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.	PROCESADO	
39	166752	2019-04-01	INSITU	2019-04-01 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-01 15:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO ECONOMICO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE SOLICITA AVANCES SOBRE EL IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL MISMO.	PROCESADO	
40	166761	2019-04-07	AUTONOMA	2019-04-07 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-07 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO PRODUCTIVO Y AVANCES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CORRECCIONES DE MEJORA EN LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO	
41	166753	2019-04-08	INSITU	2019-04-08 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-08 15:00:00	2.00	SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO PRODUCTIVO DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE REVISAN AVANCES DE LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO Y SE ENVIAN CORRECCIONES. SE REALIZAN CORRECCIONES DE MEJORA EN LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO	
42	166762	2019-04-14	AUTONOMA	2019-04-14 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-14 22:00:00	10.00	CORRECCIONES DEL IMPACTO SOCIAL ASI COMO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SE APRUEBA LA MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE APRUEBA TAMBIEN LAS CONCLUSIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO	
43	166754	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 13:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-15 14:00:00	1.00	SE REVISAN LAS CONCLUSIONES DEL PROYECTO INCLUIDAS NORMAS APA. SE APRUEBA TAMBIEN LAS CONCLUSIONES DEL PROYECTO.	PROCESADO	
44	166755	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 14:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-15 15:00:00	1.00	SE REVISAN LAS RECOMENDACIONES DEL PROYECTO. TRABAJO LISTO PARA PRESENTACION DEL PRIMER BORRADOR FISICO.	PROCESADO	
							TOTAL HORAS:	240		



ANALUISA AGUILAR ARMANDO ANDRES
TUTOR
CI: 1720917218



PERUGACHI CHUQUISAN JOSELYN AMPARO
ALUMNO
CI: 1723681555



SALAS JIMENEZ FRANCISCO VINIÑO
DELEGADO
FECHA: 22-05-2019

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **PERUGACHI CHUQUISAN JOSELYN AMPARO**, portador de la cédula de identidad N° 1723681555, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 22 de mayo del 2019



VICEDIRECTORA

Sra. Mariela Balseca
CAJA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Francisco Salas
Adm. Bancaria y Financiera
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

28 MAY 2019

9.25
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. Maria Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA
Adm. Bancaria y Financiera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
9.25

Sra. Cristina Chuqui
SECRETARÍA ACADÉMICA