



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE
BOMBONES DE HIGO RELLENO DE MERMELADA, UBICADA EN EL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA EL QUINCHE,
AÑO 2018.

Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en Administración
Bancaria y Financiera

Autor: Toapanta Bautista Raúl Eduardo

Director: Armando Analuisa

Quito, Junio 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Quito, 14 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta), TOAPANTA BAUTISTA RAÚL EDUARDO de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOMBONES DE HIGO RELLENO DE MERMELADA, UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA EL QUINCHE, AÑO 2018. ;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.



ING. ARMANDO ANALUISA

Tutor del Proyecto



ING. HENRY CERON

Lector del proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)



MSC. GIOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

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 vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Raúl Eduardo Toapanta Bautista.
C.I: 172794083-3

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Raúl Eduardo Toapanta Bautista** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172794083-3** 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 Productora Y Comercializadora De Bombones De Higo Relleno De Mermelada, Ubicada En El Distrito Metropolitano De Quito, Parroquia El Quinche”, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA

NOMBRE

Raúl Eduardo Toapanta Bautista

CEDULA

172794083-3

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por guiarme día a día con su bendición y mantenerme siempre en buen estado de salud. A mis padres por darme la vida e inculcarme valores desde muy pequeño. De manera muy especial, agradezco infinitamente, a mis padrinos quienes son como mis segundos padres ya que ellos fueron quienes me impulsaron a estudiar y seguir adelante forjando cada día para ser mejor persona llenándome siempre de buenos consejos, guiándome por el sendero correcto. A mis hermanos por el aliento que me supieron dar durante este proceso educativo. Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por haberme abierto las puertas para formarme como un profesional integro lleno de valores, a todos los docentes quienes impartieron clases transmitiéndome sus conocimientos, experiencias y anécdotas como ejemplos para seguir adelante, a mi tutor por guiarme durante este procesos muy importante y tenido mucha paciencia para explicar cada uno de los puntos que fueron necesarios para llevar a cabo el proyecto.

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a dios por darme las fuerzas todos los días para culminar con este proceso muy importante. A mis padrinos por el esfuerzo y confianza depositada en mí, por brindarme todas mañana el pan de cada día y sobre todo por el apoyo necesario en todo momento, guiándome por el buen camino, formando a ser mejor y transmitir el ejemplo a los demás. A mis padres, a mis hermanos y a toda la familia en general por darme el aliento hasta culminar con mi formación profesional, a mis amigos quienes en algún momento me dieron ánimos para seguir adelante.

ÍNDICE GENERAL

Portada	
Caratula	
Acta de aprobación de Tutor y Lector.....	
Declaración de Autoría del Estudiante.....	I
Licencia de uso no Comercial.....	II
Agradecimiento.....	III
Dedicatoria.....	IV
Índice General.....	V
Índice de Tablas.....	XII
Índice de Figuras.....	XVI
Resumen Ejecutivo.....	XVII
Abstract.....	XIX
CAPÍTULO I.....	1
1. Introducción.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes.....	2
CAPÍTULO II.....	6
2. Análisis Situacional.....	6
2.01 Ambiente Externo.....	6
2.01.01 Factor Económico.....	6
2.01.01.01 Inflación.....	6
2.01.01.02 Inflación por Ciudades.....	8
2.01.01.03 Producto Interno Bruto (PIB).....	9

2.01.01.04 Producto Interno Bruto Sectorial.....	10
2.01.01.05 Tasa de Interés.....	11
2.01.01.05.01 Tasa Activa.....	11
2.01.01.05.02 Tasa Pasiva.....	12
2.01.01.06 Tasa de riesgo País.....	13
2.01.02 Factor Social.....	14
2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA).....	14
2.01.02.02 Empleo.....	15
2.01.02.03 Desempleo.....	16
2.01.02.04 Subempleo.....	17
2.01.03 Factor Legal.....	18
2.01.03.01 Permisos.....	18
2.01.03.01.01 Registro único de contribuyente (RUC).....	18
2.01.03.01.02 Patente Municipal.....	19
2.01.03.01.03 Cuerpo de Bomberos.....	19
2.01.03.01.04 Certificado de Salud.....	19
2.01.03.01.05 Certificado de Capacitación en Manipulación de Alimentos.....	19
2.01.03.01.06 Habilitación de Establecimientos Nuevos.....	20
2.01.03.01.07 Registro sanitario.....	20
2.01.04 Factor Tecnológico.....	20
2.02 Entorno Local.....	21
2.02.01 Clientes.....	21
2.02.01 Proveedores.....	22
2.02.02 Competidores.....	23

2.03 Análisis Interno.....	23
2.04 Propuesta Estratégica.....	23
2.04.01 Misión.....	24
2.04.02 Visión.....	24
2.04.03 Objetivos.....	24
2.04.03.01 Objetivo General.....	24
2.04.03.02 Objetivos Específicos.....	24
2.04.04 Principios y/o Valores.....	25
2.04.05 Gestión Administrativa.....	25
2.04.05.01 Organigrama.....	26
2.04.05.02 Manual de Funciones Gerente General.....	26
2.04.05.03 Manual de Funciones Contador.....	27
2.04.06 Gestión Operativa.....	27
2.04.06.01 Organigrama.....	28
2.04.06.02 Manual de Funciones.....	28
2.04.07 Gestión Comercial.....	29
2.04.07.01 Organigrama.....	29
2.04.07.02 Manual de Funciones.....	30
2.04.07.03 Marketing Mix.....	30
2.04.07.04 Analisis de Factores Externos.....	35
CAPÍTULO III.....	37
3. Estudio De Mercado.....	37
3.01 Análisis del Consumidor.....	37
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	37

3.01.01.01 Población.....	37
3.01.01.02 Muestra.....	38
3.01.02 Técnicas de obtención de información.....	39
3.01.02.01 Encuesta.....	39
3.01.02.02 Entrevista.....	39
3.01.02.03 Observación.....	39
3.01.03 Análisis de la Información.....	40
3.02 Oferta.....	47
3.02.01 Oferta Histórica.....	47
3.02.02 Oferta Actual.....	49
3.02.03 Oferta Proyectada.....	47
3.03 Productos Sustitutos.....	48
3.04 Demanda.....	49
3.01 Demanda Histórica.....	49
3.02 Demanda Actual.....	49
3.03 Demanda Proyectada.....	50
3.05 Balance Oferta-Demanda.....	50
3.05.01 Balance Actual.....	50
3.05.02 Balance Proyectado.....	51
CAPÍTULO IV.....	52
4. Estudio Técnico.....	52
4.01 Tamaño del Proyecto.....	52
4.01.01 Capacidad Instalada.....	52
4.01.02 Capacidad Óptima.....	53

4.02 LOCALIZACIÓN.....	53
4.02.01 Macro-localización.....	53
4.02.02 Micro -localización.....	54
4.02.03 Localización Óptima.....	55
4.03 INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	56
4.03.01 Definición del Bien y Servicio.....	56
4.03.01.01 Definición del Bien.....	56
4.03.01.02 Definición de Servicio.....	57
4.03.01.03 Definición de Producto.....	57
4.03.02 Distribución de Planta.....	57
4.03.03 Proceso Productivo.....	60
4.03.03.01 Simbología del Diagrama De Procesos.....	61
4.03.04 Maquinaria y Equipos.....	65
CAPÍTULO V.....	67
5. Estudio Financiero.....	67
5.01 Ingresos.....	67
5.01.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales.....	67
5.01.02 Ingresos no Operacionales.....	67
5.02 Costos.....	67
5.02.01 Costo Directo.....	67
5.02.01.01 Materia Prima.....	68
5.02.01.02 Mano de Obra.....	68
5.02.02 Costo Indirecto.....	69
5.02.03 Gastos Administrativos.....	70

5.02.04 Gastos de Ventas.....	70
5.02.05 Gasto Financieros.....	71
5.02.06 Costos Fijos y Variables.....	72
5.03 Inversiones.....	73
5.03.01 Inversión Fija.....	73
5.03.02 Activos Fijos.....	73
5.03.03 Activos Nominales (Diferidos).....	75
5.03.04 Capital de Trabajo.....	75
5.03.05 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos.....	76
5.03.06 Amortización de Financiamiento.....	77
5.03.07 Depreciaciones (tabla de depreciación).....	79
5.03.08 Estado de Situación Inicial.....	79
5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	80
5.03.10 Flujo Caja.....	81
5.03.11 Balance General Proyectado.....	82
5.04 Evaluación Financiera.....	83
5.04.01 Tasa de Descuento.....	83
5.04.02 Valor Actual Neto (VAN)	85
5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	86
5.04.04 Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	86
5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC).....	87
5.04.06 Punto de Equilibrio.....	87
5.04.07 Análisis de Índices Financieros.....	90
CAPÍTULO VI	94

6. Análisis De Impactos.....	94
6.01 Impacto Ambiental.....	95
6.02 Impacto Económico.....	96
6.03 Impacto Productivo.....	98
6.4 Impacto Social.....	93
6.05 Impacto Global.....	99
CAPÍTULO VII.....	100
7. Conclusiones Y Recomendaciones.....	100
7.1 Conclusiones.....	100
7.2 Recomendaciones.....	101
Anexos.....	102
Bibliografía.....	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación.....	7
Tabla 2 Inflación por Ciudades.....	8
Tabla 3 Producto Interno Bruto (PIB).....	9
Tabla 4 Producto Interno Bruto Sectorial.....	10
Tabla 5 Tasa de Interés.....	11
Tabla 6 Tasa Activa.....	12
Tabla 7 Tasa de Riesgo País.....	13
Tabla 8 Población Económicamente Activa (PEA).....	14
Tabla 9 Empleo.....	15
Tabla 10 Desempleo.....	16
Tabla 11 Subempleo.....	17
Tabla 12 Clientes.....	21
Tabla 13 Clientes Dirección.....	22
Tabla 14 Proveedores.....	22
Tabla 15 Competidores.....	23
Tabla 16 Análisis de Factores Externos.....	35
Tabla 17 Población.....	37
Tabla 18 Consumo Chocolate.....	40
Tabla 19 Frecuencia de Consumo.....	41
Tabla 20 Gasto Promedio.....	42
Tabla 21 Satisfacción.....	43
Tabla 22 Acogida del Producto.....	44
Tabla 23 Preferencia de Adquisición.....	45

Tabla 24 Medio de Publicidad.....	46
Tabla 25 Calculo de la Oferta Actual.....	48
Tabla 26 Proyección de la Oferta.....	48
Tabla 27 Demanda Actual.....	49
Tabla 28 Proyección de la Demanda.....	50
Tabla 29 Balance Actual.....	51
Tabla 30 Balance Proyectado.....	51
Tabla 31 Capacidad Instalada.....	52
Tabla 32 Capacidad Óptima.....	53
Tabla 33 Macro Localización.....	53
Tabla 34 Localización Óptima.....	55
Tabla 35 Simbología de Razones de Cercanía.....	58
Tabla 36 Simbología de Código de Cercanía.....	58
Tabla 37 Distribución de Planta.....	59
Tabla 38 Simbología del Diagrama de Procesos.....	61
Tabla 39 Maquinaria y Equipos.....	66
Tabla 40 Materia Prima.....	68
Tabla 41 Mano de Obra.....	68
Tabla 42 Costos Indirectos de Fabricación.....	69
Tabla 43 Resumen de Costos.....	69
Tabla 44 Fijación del Precio Unitario.....	69
Tabla 45 Gastos Administrativos.....	70
Tabla 46 Gastos de Ventas.....	71
Tabla 47 Entidad Financiera.....	71

Tabla 48 Costos Fijos.....	72
Tabla 49 Costos Variables.....	73
Tabla 50 Inversiones.....	74
Tabla 51 Inversiones en Equipos.....	75
Tabla 52 Activos Diferidos.....	75
Tabla 53 Capital de Trabajo.....	76
Tabla 54 Fuentes de Financiamiento.....	77
Tabla 55 Condiciones para el Préstamo.....	77
Tabla 56 Amortización del Financiamiento.....	78
Tabla 57 Depreciación.....	79
Tabla 58 Estado de Situación Inicial.....	80
Tabla 59 Estado de Resultados Proyectado.....	81
Tabla 60 Flujo de Caja Proyectado.....	82
Tabla 61 Balance General Proyectado.....	83
Tabla 62 (TMAR) Tasa de descuento.....	84
Tabla 63 Flujo de Caja.....	85
Tabla 64 Datos Para Calcular el Punto de Equilibrio.....	88
Tabla 65 Punto de Equilibrio.....	89
Tabla 66 Relación Pasivo Activo.....	90
Tabla 67 Relación Patrimonio Activo.....	91
Tabla 68 Rendimiento sobre el Capital.....	91
Tabla 69 Rendimiento sobre los Activos.....	92
Tabla 70 Margen Bruto.....	92
Tabla 71 Margen Operativo.....	93

Tabla 72 Margen Neto.....	93
Tabla 73 Niveles de Impacto.....	95
Tabla 74 Matriz Impacto Ambiental.....	95
Tabla 75 Matriz Impacto Económico.....	96
Tabla 76 Matriz Impacto Productivo.....	97
Tabla 77 Matriz Impacto Social.....	98
Tabla 78 Matriz Resumen.....	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación.....	7
Figura 2 Inflación por ciudades.....	8
Figura 3 Producto interno bruto (PIB).....	9
Figura 4 Tasa de riesgo País.....	13
Figura 5 Población económicamente activa (PEA).....	14
Figura 6 Empleo.....	15
Figura 7 Desempleo.....	16
Figura 8 Subempleo.....	17
Figura 9 Slogan.....	31
Figura 10 Logotipo.....	31
Figura 11 Consumo Chocolate.....	40
Figura 12 Frecuencia de Consumo.....	41
Figura 13 Gasto Promedio.....	42
Figura 14 Satisfacción.....	43
Figura 15 Acogida del Producto.....	44
Figura 16 Preferencia de Adquisición.....	45
Figura 17 Medio de Publicidad.....	46
Figura 18 Macro-localización.....	54
Figura 19 Micro-localización.....	54
Figura 20 Localización Optima.....	56
Figura 21 Matriz SLP.....	58
Figura 22 Distribución de planta.....	59
Figura 23 Proceso productivo.....	60

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se basa en la realización de un Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Bombones de Higo Relleno de Mermelada, Ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia El Quinche, exponiendo la posibilidad de ejecutar dicho plan para el beneficio de la comunidad.

Se empieza con el capítulo I, donde se realiza la justificación del por qué se realiza este proyecto y el antecedente del producto que ha tenido a lo largo del tiempo. Seguidamente el capítulo II, en el cual se plasma el análisis situacional de todos los factores internos y externos mismo que luego del estudio permiten tomar una decisión asertiva que ayuda para establecer la microempresa, dentro de los factores externos se encuentra el factor económico, social, políticos, tecnológico, así también el entorno local donde se incorporan los clientes, proveedores y competidores que ya se encuentran establecidos en el mercado. Dentro de los factores internos abarca el plan estratégico, la estructura organizacional, el manual de cada área para tener una mejor organización, la Gestión Operativa, la Gestión Comercial, además el Marketing mix donde se determina el producto, precio, promoción y la plaza de donde, como y mediante que estrategias se va promocionar dicho bien.

En el capítulo tres se encuentra el estudio de mercado donde se introduce realizando el análisis del consumidor para determinar la percepción del cliente, las necesidades y las preferencias que exige el mismo, para ello se aplica la técnica de la encuesta el cual ayuda a tener una información precisa, además se analiza la oferta y la demanda tanto histórica, actual y proyectada para tener un estudio de cuál es la

evolución del sector productivo al que se dedica la microempresa, conjuntamente determinando una comparación del balance entre la oferta y la demanda para determinar los posibles movimientos del producto.

En el capítulo IV se realiza el estudio técnico donde se determina el tamaño del proyecto, la localización macro, micro y la óptima que se acentuará la microempresa, así también se establece la distribución de planta, además se aplica las BPM buenas prácticas de manufactura que son normas de higiene necesarios para la manipulación, preparación y elaboración de alimentos.

El capítulo V contiene todo el estudio financiero que requiere para la implementación de la microempresa, abarca los ingresos operacionales y no operacionales así también los costos que tendrá para ejercer las actividades, dentro de ello se encuentra los costos directos como la materia prima, la mano de obra además los gastos como el gasto administrativo y el gasto de ventas. Se establece también la inversión, compuesta por capital propio y el financiado, posteriormente se construye los estados financieros proyectados y el respectivo análisis de los indicadores económicos que permite determinar que el proyecto es viable y rentable por lo mismo que se debe llevar a cabo la ejecución.

Seguidamente se analiza los impactos económicos, sociales, políticos y productivos mismos que determinan que la implementación de la microempresa es de beneficio para la comunidad. Finalmente se exponen las conclusiones y recomendaciones necesarias para la implementación de la microempresa.

ABSTRACT

The present project is based on the realization of a Feasibility Study for the Implementation of a Producer and Marketer Microenterprise of Jam Filled Marmalade, located in the Metropolitan District of Quito, Parish the Quinche, exposing the possibility of executing said plan to the benefit of the community.

It begins with chapter 1, where the justification of why this project is carried out and the background of the product that has been made over time is carried out.

Next, chapter II, in which the situational analysis of all the internal and external factors is made, which after the study allow to make an assertive decision that helps to establish the microenterprise, within the external factors is the economic, social factor, political, technological, as well as the local environment where customers, suppliers and competitors that are already established in the market are incorporated. Internal factors include the strategic plan, the organizational structure, the manual of each area to have a better organization, operational management, commercial management, in addition to the marketing mix where the product, price, promotion and the market place are determined. Where, how and through what strategies will the said good be promoted.

In chapter three is the market study where it is introduced by performing the consumer analysis to determine the customer's perception, needs and preferences demanded by it, for this the survey technique is applied which helps to have a precise information, in addition to analyze the supply and demand both historical, current and projected to have a study of what is the evolution of the productive sector to

which the microenterprise is dedicated, jointly determining a comparison of the balance between supply and demand to determine the possible movements of the product.

In chapter IV the technical study is carried out, where the size of the project is determined, the macro, micro location and the optimum one that will be accentuated by the microenterprise. The distribution of the plant is also established, and the GMP applies good manufacturing practices that they are hygiene standards necessary for the handling, preparation and preparation of food.

Chapter V contains all the financial study required for the implementation of the microenterprise, covers the operational and non-operational income as well as the costs it will have to exercise the activities, within it is the direct costs as the raw material, the hand of work in addition to expenses such as administrative expenditure and sales expense. The investment is also established, composed of own and financed capital, then the projected financial statements and the respective analysis of the economic indicators are constructed to determine that the project is viable and profitable for the same reason that the execution must be carried out.

Next, the economic, social, political and productive impacts that determine that the implementation of the microenterprise is of benefit to the community are analyzed. Finally, the conclusions and recommendations necessary for the implementation of the microenterprise are presented.

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.01 Justificación

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de bombones de higo relleno de mermelada, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia El Quinche buscando apoyar a todos los involucrados siendo sostenible en el tiempo.

En la actualidad el poco apoyo a la producción de higo, la preferencia del consumo a los productos extranjeros, los malos hábitos en el consumo de productos saludables, los altos precios en los chocolates del mercado , la falta de fuentes de empleo son causas que se relacionan entre sí y han provocado la reducción en la producción del higo, la reducción de los ingresos para la industria ecuatoriana ,el incremento en la incidencia de enfermedades relacionados al consumo ,la reducción en la demanda del mencionado bien y la poca o nula sostenibilidad de la comunidad.

Dado esto, el presente proyecto tiene pertinencia ya que busca fomentar la producción y el consumo del higo en el sector, aportar con el incremento de los ingresos para la industria ecuatoriana, reducir la incidencia de enfermedades relacionados al consumo, incrementar la demanda del mercado del mencionado bien.

Además, este proyecto tiene como propósito aplicar todos los conocimientos adquiridos para utilizar de manera correcto y eficiente lo cual ayude a llevar una mejor gestión y fomentar a consumir productos naturales así apoyando a los pequeños productores de tal manera que será de beneficio para la economía del país.

1.02 Antecedentes

Historia del chocolate

El cacao a lo largo de su historia ha ido transformando la vida de todos aquellos que lo cultivaron, dándoles nuevas formas de subsistir, incluso nuevas formas de consentirse o simplemente ha sido el secreto de muchos para sus recetas farmacéuticas o de cocina. Sin embargo, ha existido mucha polémica sobre el origen de este árbol, aunque no cabe duda de que sea un producto autóctono del Nuevo mundo y que fue descubierto por los españoles al llegar en sus embarcaciones. Los árboles de cacao crecen de forma silvestre en América del Sur, en la cuenca de los ríos Amazonas y Orinoco. Sin embargo, los primeros en domesticar esta planta cuyo nombre científico es *Theobroma cacao*, fueron los habitantes de Mesoamérica (México, Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador). (Coe & Coe, 1999, pág. 85).

Estas plantas fueron extendidas desde las zonas tropicales hasta los lugares más altos y secos para luego producirlos y extender su comercialización con otras civilizaciones quienes también ofrecían semillas de maíz para realizar varios tipos de cultivo permitiendo conquistar el resto del mundo, incluso utilizaban la semilla como moneda para intercambios de productos de tal manera buscaban una forma de sobre vivir con este tipo de cultivos y productos derivados del mismo.

La mezcla del cacao con leche y azúcar llegó a perfeccionarse dando inicio a los muy apetecidos bombones. Aunque han existido varias historias sobre los primeros bombones, la más extendida es aquella que dice que en el siglo XVII el pastelero del rey Luis XIV le presentó unas frutillas bañadas en chocolate y al probarlas el rey solo dijo bombón, que quiere decir doblemente bueno. (Karl, 1999, pág. 140).

El traslado de muchas civilizaciones causaron que rápidamente se extienda la producción del cacao en varias partes provocando un cambio y mejora continua en su forma de consumo, de tal manera que surge un producto nuevo conocido como bombones renovado en aroma y sabores más dulces.

En la guerra de los treinta años Ratisbona trataba de dirigir todos los estados de Alemania. Los organizadores trataron de persuadirle para que disminuya la intensidad de las tareas políticas y administrativas con regalos, pero nada funcionaba. Y no es hasta cuando el rey Luis XIV envía a su cocinero como observador de Ratisbona al conde Alemán Choiseu du Plesis Praslin, y éste le presentó la primera forma de bombón un praliné y lo nombró así en honor a su señor, consistía en una mezcla de almendras o avellanas con azúcar, y posteriormente lo recubrió con chocolate. (Collister, 1993, pág. 10).

Antiguamente el consumo de chocolate solía ser utilizada básicamente para mejorar la circulación de la sangre de tal forma que este producto se consumía en gran cantidad dando así al crecimiento en el mercado donde actualmente se ingiere de varias formas, uno de ellos el bombón es un producto muy aceptado como un manjar ameno para el consumo de todas las personas.

Historia del higo

Desde los más remotos tiempos se tiene información del cultivo de la higuera (*Ficus Carica* de la familia *Moraceae*), el árbol que produce brevas e higos comestibles. Se asegura que Catón, el Censor, convenció al senado romano a declarar la tercera guerra púnica (149 a.C.-146 a.C.), al mostrarles los hermosos higos provenientes de Cartago. (Valera, 2013)

Antiguamente se pensaba que la higuera era un árbol que no tenía flores, sin embargo, tras pasar el tiempo se dieron cuenta que si poseía, tan solo era un pequeño receptáculo donde se podía apreciar de donde nace el fruto y posteriormente su transformación hasta obtener el higo comestible y beneficioso para el ser humano puesto a que contenía alto grado de vitaminas como; vitamina C, provitamina A, vitamina B, antioxidantes y minerales como el hierro, magnesio, potasio y fosforo.

Los frutos de la higuera son diversos, distinguiéndose muchas variedades y distintos fructificaciones estacionales, designándose con términos como higos blancos, higos reina, higos negros y brevas. Fue una de las primeras plantas cultivadas por el hombre. Debido a que las higueras son del tipo partenocarpia, constituyen una de las especies domesticadas. Este hallazgo antecede la domesticación del trigo, la cebada y la legumbre, por lo que puede ser el primer caso conocido de agricultura. A medida que la migración humana transportó el árbol fuera de su ámbito natural se han desarrollado o aparecido miles de cultivares, la mayoría sin nombre y durante miles de años ha constituido un importante cultivo alimenticio. (Adiel, 2010).

En 1520 la higuera fue cultivada en tierras americanas en zonas no tan apropiadas lo cual generó un resultado no tan agradable en el ámbito económico. Aunque en algunos países como Colombia y Venezuela se obtuvieron buenos efectos donde algunas variedades llegaron a florecer hasta 25 kilos por cada planta generando un buen retorno monetario para los cultivadores.

Los higos son también una importante fuente de calcio para el organismo, por esa razón favorecen la densidad ósea. Además, previenen la pérdida de calcio a través de la orina, lo cual evita que se produzca un debilitamiento de los huesos; por esta propiedad se convierten en un alimento ideal para aquellas mujeres que están en la edad de la menopausia, etapa que puede afectar mucho a los huesos. (Lelyen, 2011).

Este tipo de fruto se puede cultivar en variedad de suelos fértiles donde exista suficiente tierra nutriente que necesita la planta para poder extender su raíz y procrear el fruto, así también es inadecuado sembrar en tierras ácidas y muy rocosas ya que esto provoca que la planta no germine correctamente.

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

Se define como el crecimiento generalizado y continuo de los precios de los bienes, servicios y factores productivos de un país e implica la reducción de la capacidad adquisitiva del dinero. La inflación se vuelve problemática no sólo por el crecimiento sostenido de los precios si no, principalmente, porque los precios no varían en la misma proporción unos con relación a otros. (Blacutt, 2013, pág.246).

La inflación es un indicador muy importante para la microempresa, el mismo que se debe analizar para determinar ciertas proyecciones que permitirá tomar decisiones posteriormente.

Tabla 1
Inflación

Año	Mes	Porcentaje
2012	octubre	4,94%
2013	octubre	2,04%
2014	octubre	3,98%
2015	octubre	3,48%
2016	octubre	1,31%
2017	octubre	-0,09%

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

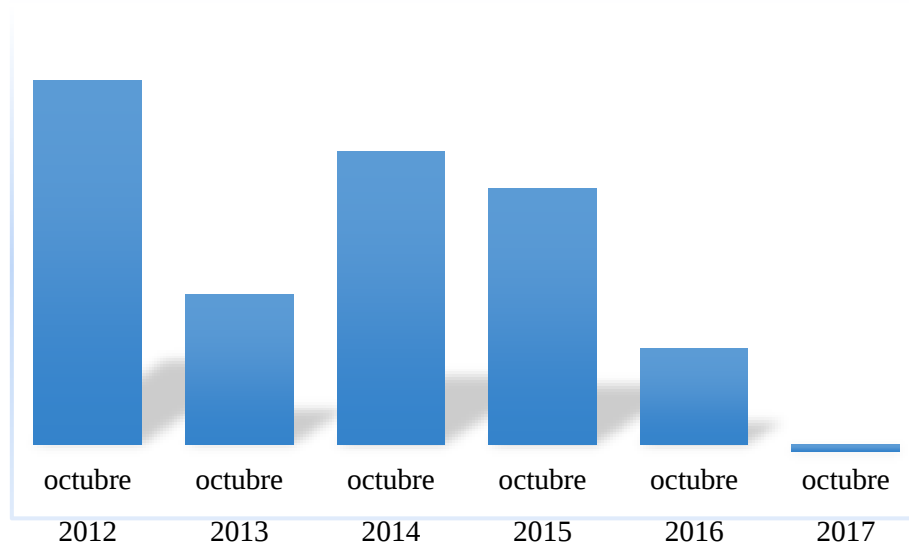


Figura 1 Inflación

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

La tendencia ha disminuido constantemente en los últimos años, lo cual es perjudicial ya que afecta directamente a la microempresa disminuyendo el grado de ingreso para la misma, analizando el mismo acontecimiento puede afectar al momento de crecer en el mercado; tal suceso que pudo surgir por algún acontecimiento como la competencia o el bajo ingreso de las familias ecuatorianas generando un desbalance de adquisición de los productos por los clientes.

2.01.01.02 Inflación por Ciudades

El crecimiento constante de los precios en bienes y servicios en los principales ciudades ha tenido una variación constante lo cual permite analizar ya sea por la situación que cruce el mismo dependiendo de varios factores económicos.

Tabla 2
Inflación por Ciudades

Fecha	Quito	Guayaquil	Cuenca
oct-12	5.17%	4.47%	3.77%
oct-13	2.14%	1.88%	3.93%
oct-14	4.10%	4.49%	2.80%
oct-15	3.01%	3.33%	4.01%
oct-16	1.30%	1.44%	2.22%
oct-17	-0.13%	-0.20%	-0.33%

Fuente: Índice De Precios Al Consumidor (IPC)

Elaborado por: Raúl Toapanta

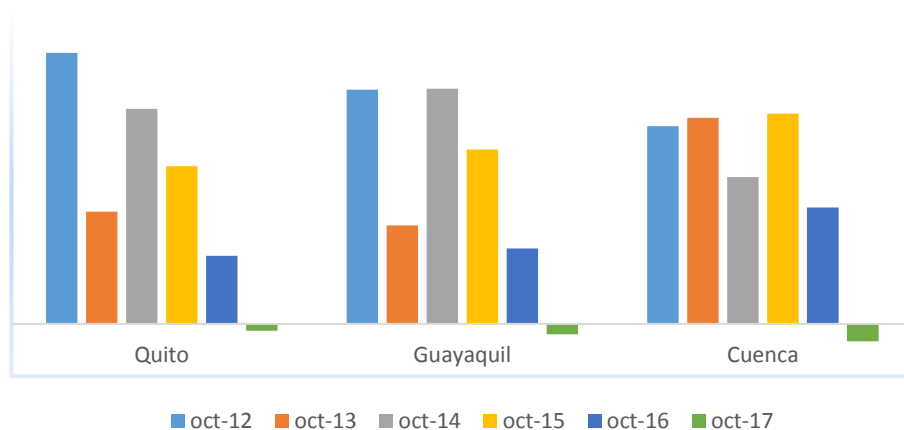


Figura 2 Inflación por Ciudades

Fuente: Índice De Precios Al Consumidor (IPC)

Elaborado por: Raúl Toapanta

Tomando en cuenta que la microempresa estará ubicado en la Parroquia El Quinche, se deduce que en los últimos años la tendencia ha disminuido generando un desbalance negativo para el sector empresarial debido a que existe poco movimiento en el sector comercial, viéndose obligado a bajar el precio de venta lo ha genera un mínimo ingreso para la microempresa.

2.01.01.03 Producto Interno Bruto (PIB)

“Es el valor del output (producción) final de todos los bienes (productos y servicios) producidos internamente en una economía durante un determinado período de tiempo (generalmente un año)”. (Nunes, 2013).

Tabla 3
Producto Interno Bruto Real

año	PIB	variación
2012	64106	4,88%
2013	67293	4,97%
2014	70243	4,38%
2015	70354	0,16%
2016	69321	-1,47%
II Trimestre 2017	35000	

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Raúl Toapanta

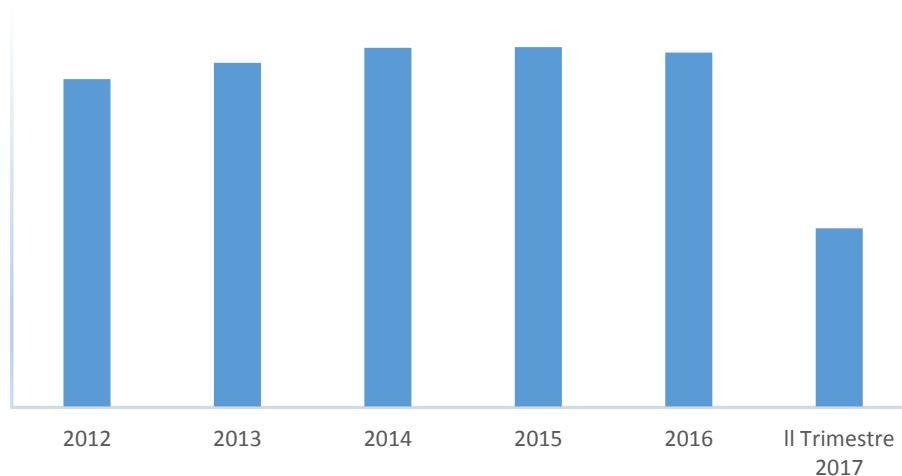


Figura 3 PIB Real

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Raúl Toapanta

La tendencia en los últimos años hasta el 2016 se mantuvo en crecimiento, sin embargo, para este año decreció debido a que el mercado nacional y los sectores productivos no se encuentran positivamente bien, lo que produjo un desbalance perjudicando al sector comercial del país.

2.01.01.04 Producto Interno Bruto Sectorial

Es el valor monetario de los bienes y servicios producidos en las diferentes áreas, mismos que conjuntamente generan ingresos económicos para el país generalmente en un periodo determinado.

Tabla 4
Producto Interno Bruto Sectorial

Industrias/Período	2012	2013	2014	2015	2016
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,667.6	4,967.2	5,258.2	5,366.1	5,327.9
Acuicultura y pesca de camarón	336.5	367.1	514.0	609.5	678.5
Pesca (excepto camarón)	403.7	435.5	434.9	412.1	424.4
Petróleo y minas	6,283.2	6,463.2	6,889.1	6,746.9	6,877.8
Refinación de petróleo	1,089.1	812.7	536.4	501.4	623.5
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	7,510.1	7,972.2	8,266.6	8,230.4	8,021.2
Suministro de electricidad y agua	1,381.8	1,541.3	1,642.0	1,790.6	1,907.8
Construcción	6,132.3	6,586.8	6,893.5	6,838.7	6,483.3
Comercio	6,529.9	6,972.8	7,216.4	7,165.3	6,852.6
Alojamiento y servicios de comida	1,136.1	1,190.9	1,217.9	1,173.4	1,177.5
Transporte	4,152.4	4,576.6	4,695.3	4,911.3	4,816.2
Correo y comunicaciones	2,232.4	2,378.0	2,502.7	2,475.6	2,353.5
Actividades de servicios financieros	2,065.6	2,023.4	2,242.6	2,227.8	2,178.4
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	4,024.2	4,255.0	4,445.1	4,388.3	4,282.1
Enseñanza y servicios sociales y de salud	5,364.7	5,486.4	5,732.9	5,962.9	6,009.1
Administración pública, defensa	3,914.8	4,223.9	4,361.6	4,555.5	4,584.8
Servicio doméstico	174.9	178.1	186.6	182.0	204.0
Otros servicios (2)	4,345.1	4,491.0	4,603.5	4,650.6	4,460.3
Total, valor agregado bruto	61,744.5	64,922.1	67,639.2	68,188.7	67,263.0
Otros elementos del PIB	2,617.9	2,624.0	2,466.1	1,986.0	1,805.5
PIB	64,362.4	67,546.1	70,105.4	70,174.7	69,068.5

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Raúl Toapanta

El sector del comercio manufacturero en estos últimos años estima un monto apreciable en millones de dólares, lo cual es bueno para la microempresa puesto a que el sector empresarial se mueve en el mercado generando ingresos económicos aportando a la economía del país.

2.01.01.05 Tasa de Interés

“La tasa de interés es el costo del dinero en el tiempo, esto porque el dinero, como producto comercial, tiende a devaluar su poder adquisitivo. Teniendo como consecuencia que su capacidad de obtener bienes y servicios sea menor”. (Ortiz, 2014)

2.01.01.05.01 Tasa Activa

“La tasa activa son las que la cooperativa o instituciones financieras aplique en los créditos que otorgue a sus asociados y el monto de intereses resultante representará su ganancia en las operaciones crediticias”. (Muñoz, 2011)

Tabla 5
Tasa de Interés Activa

Tasa activa efectiva referencial para el segmento	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima Para El Segmento	% anual
Productivo corporativo	7,34	Productivo corporativo	9,33
Productivo empresarial	9,84	Productivo empresarial	10,21
Productivo pymes	11,41	Productivo pymes	11,83
Comercial ordinario	7,95	Comercial ordinario	11,83
Comercial prioritario corporativo	7,79	Comercial prioritario corporativo	9,33
Comercial prioritario empresarial	9,84	Comercial prioritario empresarial	10,21
Comercial prioritario pymes	11,05	Comercial prioritario pymes	11,83
Consumo ordinario	16,65	Consumo ordinario	17,3
Consumo prioritario	16,5	Consumo prioritario	17,3
Educativo	9,48	Educativo	9,5
Inmobiliario	10,57	Inmobiliario	11,33
Vivienda de interés publico	4,98	Vivienda de interés publico	4,99
Microcrédito minorista	27,55	Microcrédito minorista	30,5
Microcrédito de acumulación simple	24,66	Microcrédito de acumulación simple	27,5
Microcrédito de acumulación ampliada	10,96	Microcrédito de acumulación ampliada	25,5
Inversión publica	8,16	Inversión publica	9,33

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Raúl Toapanta

Tomando en cuenta que es una microempresa, la tasa pasiva del microcrédito minorista actualmente proporciona un alto índice de interés lo que es negativo puesto a que no se podrá ejercer un préstamo normalmente, dando como resultado un estancamiento para la expansión en infraestructura.

2.01.01.05.02 Tasa Pasiva

La tasa de interés pasiva, desde el punto de vista de una institución financiera, representa los compromisos de inversión que asume por parte de sus clientes. En otras palabras, cada vez que una persona abre un certificado de depósito, o bien una cuenta de ahorros, o cualquier otro producto que implique un retorno, se torna en una deuda u obligación financiera para la institución, a razón de que debe pagar intereses por el dinero que está adquiriendo, durante un período determinado (Ortiz, 2014).

Tabla 6
Tasa de interés Pasiva

Tasas referenciales	% anual	Tasas referenciales	% anual
Plazo 30-60	3,42	Plazo 121-180	4,85
Plazo 61-90	3,9	Plazo 181-360	5,37
Plazo 91-120	4,86	Plazo 361 y mas	6,97

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Raúl Toapanta

La tasa pasiva de 6.97%, es la tasa adecuada dado a que si la microempresa tiene algún dinero depositado en un sistema financiero tendría un retorno, lo cual se puede destinar para la mejora de la infraestructura y ampliarse dando una mejor coyuntura de mercado para el cliente.

2.01.01.06 Tasa de Riesgo País

“El concepto de riesgo país, hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados”. (Montilla, 2007).

Tabla 7
Tasa de Riesgo País

Mes	Año	Valor
diciembre	31-2016	656
enero	31-2017	590
febrero	28-2017	572
marzo	31-2017	666
abril	30-2017	667
mayo	31-2017	694
junio	30-2017	706
julio	31-2017	673
agosto	31-2017	643
septiembre	30-2017	606
octubre	31-2017	563
noviembre	23-2017	517

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Raúl Toapanta

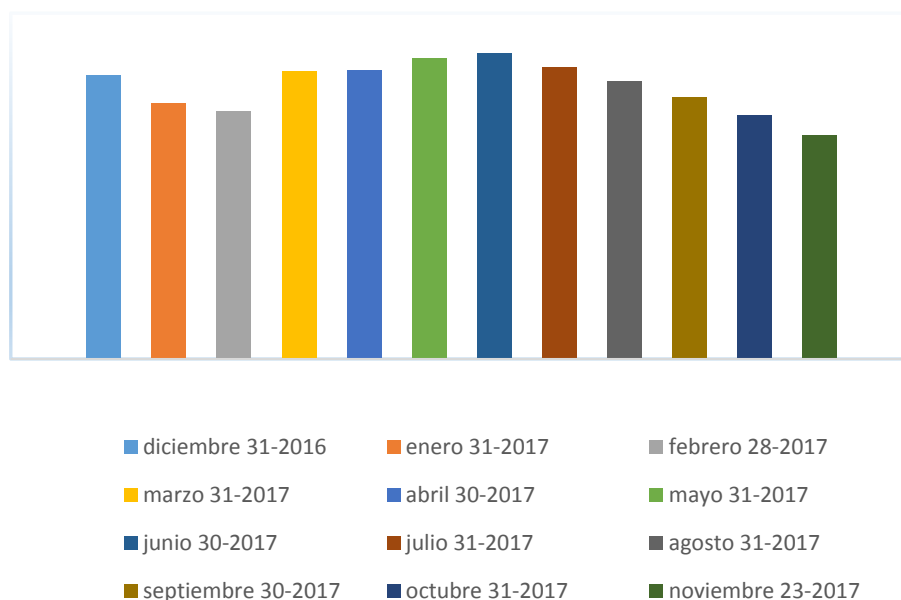


Figura 4Tasa de Riesgo País

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

En los años anteriores este indicador mantuvo un índice alto debido a factores gubernamentales preliminares, sin embargo, con la estabilidad del nuevo gobierno y las nuevas políticas establecidas este indicador redujo en este último año lo que indica un valor favorable para invertir en el sector productivo y comercial forjando un correcto asentamiento en el ámbito laboral del país.

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 (PEA)

“La población económicamente activa abarca todas las personas de uno u otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios económicos comprendidos dentro de la frontera de producción”. (Glejberman, pág. 5. 2012).

Tabla 8
Tasa de Población Económicamente Activa

Año	P.E. A
2012	6,701,014.00
2013	6,952,986.00
2014	7,194,521.00
2015	7,498,528.00
2016	7,874,021.00
oct-17	8,084,382.00

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: Raúl Toapanta

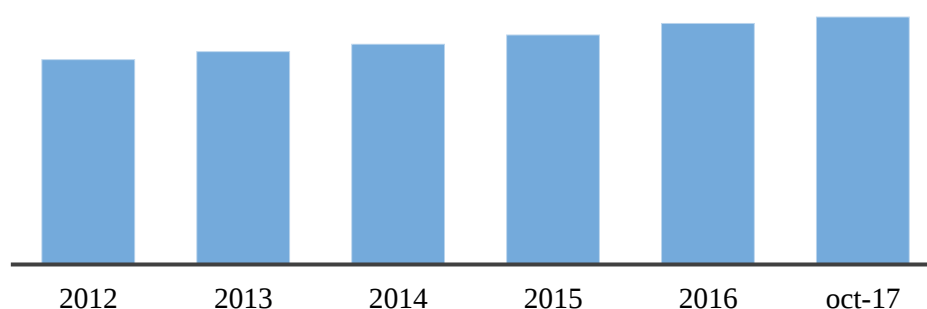


Figura 5 Población Económicamente Activa

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

La tendencia en los últimos años mantiene un nivel favorable por las personas económicamente activas, creando bienestar al sector del comercio, lo cual es una oportunidad para la microempresa puesto a que se considera posibles clientes para la misma ya que si poseen ingresos económicos buenos tendría una tendencia a consumir productos complementarios.

2.01.02.02 Empleo

Es la concreción de una serie de tareas a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario. En la sociedad actual, los trabajadores comercian sus capacidades en el denominado mercado laboral, que está regulado por las potestades del estado para evitar conflictos. (Díaz, 2008).

Tabla 9
Tasa de Empleo

Año	Empleo	Porcentaje
2012	6.424.840,00	95,88%
2013	6.664.241,00	95,85%
2014	6.921.107,00	96,20%
2015	7.140.636,00	95,23%
2016	7.463.579,00	94,79%
2017	7.728.968,00	95,60%

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

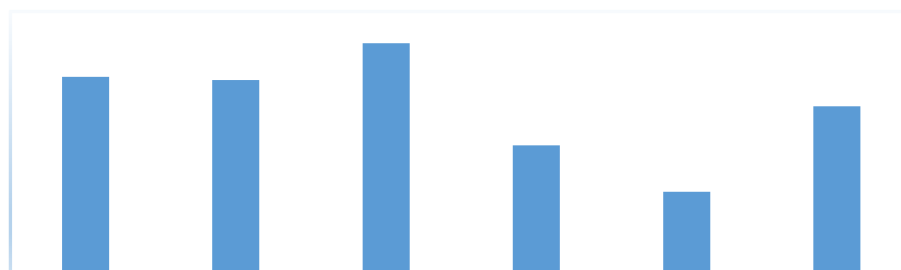


Figura 6 Tasa De Empleo

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

Se observa que en los últimos años la tasa de empleo, no existe un desbalance total, sin embargo, en la actualidad el índice de empleados subió dado a que el nuevo presidente dispuso políticas y fomentó crear nuevas fuentes de trabajo apoyando a las pequeñas microempresas, con el mismo generando mayor ingreso para las familias y mayor movimiento en el sector de ventas.

2.01.02.03 Desempleo

“Situación en la que se encuentran las personas que, teniendo edad, capacidad y deseo de trabajar no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a una situación de desocupación forzoso” (Lombo, pág3.2015).

Tabla 10
Tasa de Desempleo

Año	Desempleo	Porcentaje
2012	276.174,00	4,12%
2013	288.745,00	4,15%
2014	273.414,00	3,80%
2015	357.892,00	4,77%
2016	410.441,00	5,21%
2017	355.414,00	4,40%

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos
Elaborado por: Raúl Toapanta

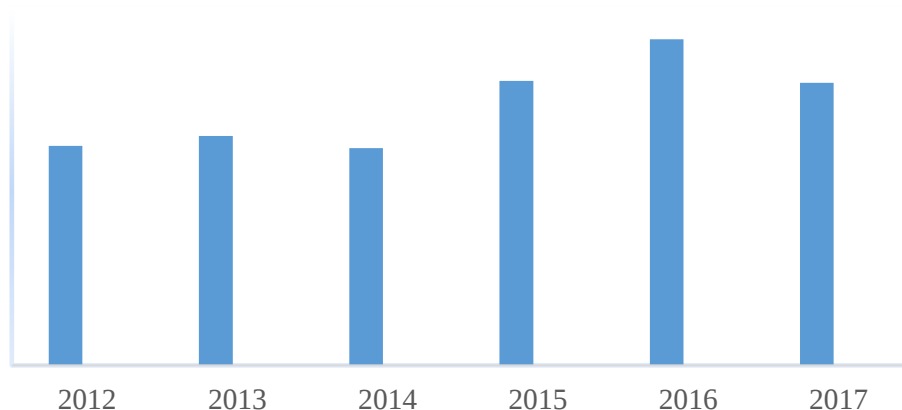


Figura 7 Tasa de Desempleo

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos
Elaborado por: Raúl Toapanta

El índice de desempleo en los últimos años tiende a mantener un equilibrio constantemente, en cambio para el presente año se aprecia que existe una reducción significativa ya que las personas muchas veces pasan a formar parte del subempleo puesto a que no poseen un trabajo estable, así viéndose obligados a un paro forzoso o a trabajar tan solo por horas de esta manera formando una reducción donde el valor varia constantemente.

2.01.02.04 Subempleo

El subempleo es un espacio del mercado laboral caracterizado por la baja calidad de fuentes de trabajo que genera, pues, encontramos personas que trabajan 8 horas o más y reciben menos de la remuneración básica, otros en cambio, a pesar de querer trabajar más horas, trabajan menos de 8 horas al día. (Araque, 2014).

Tabla 11
Tasa de Subempleo

Año	Subempleo	Porcentaje
2012	276.174,00	4,12%
2013	288.745,00	4,15%
2014	273.414,00	3,80%
2015	357.892,00	4,77%
2016	410.441,00	5,21%
2017	355.414,00	4,40%

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

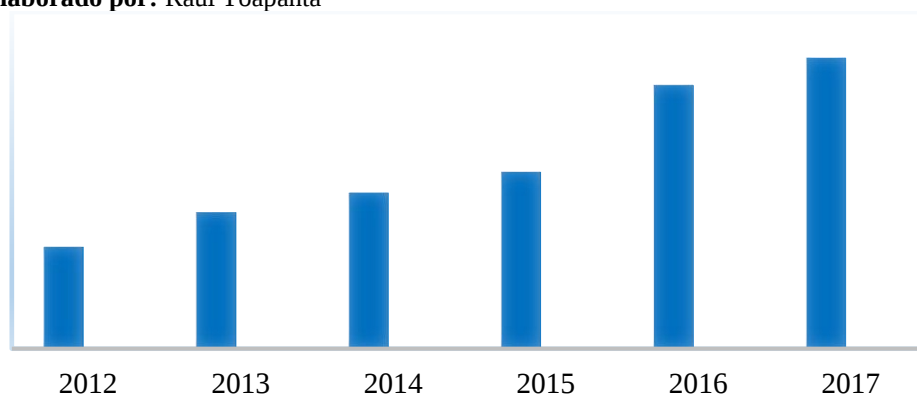


Figura 8 Tasa de Subempleo

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

El panorama tiende a subir o a bajar dependiendo de varios factores como el nivel de la economía existente en Ecuador ,además por la insuficiencia de económica las personas pasan a trabajar medio tiempo o también son contratados incumpliendo las leyes del trabajo lo que cada vez provoca que el subempleo crezca, lo cual es malo ya que cada vez existirán personas que solo les alcance para consumir bienes de primera necesidad y no algunos complementos innecesarios afectando directamente a varios sectores comerciales.

2.01.03 Factor Legal

“Consiste en leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión. Las leyes de protección al consumidor, las normas sanitarias, las normas ISO, las organizaciones de defensa del consumidor, mayor énfasis en la ética y la responsabilidad social de la empresa”. (Canales, 2016).

2.01.03.01 Permisos

2.1.3.01.01 RUC (Registro Único de Contribuyente)

La microempresa se constituirá como una persona natural obligada a llevar contabilidad, por lo que para el correcto funcionamiento se necesitan los siguientes requisitos:

- Cédula original del solicitante.
- Papeleta de votación original del solicitante.
- Contrato de arrendamiento (de ser el caso).
- Registro del contrato de arriendo ante el inquilinato.
- Formato de registro emitido por el SRI.

Con esto se crea la razón social y nombre comercial de la empresa:

Razón social: Toapanta Bautista Raúl Eduardo

Nombre comercial: Chocolatería Bombofig

2.01.03.01.02 Patente Municipal

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

2.01.03.01.03 Cuerpo de Bomberos

- Informe del inspector
- Copia de cédula del propietario
- Copia de la patente municipal
- Copia del RUC
- Copia contrato de arriendo

2.01.03.01.04 Certificado de Salud

El certificado de salud debe obtenerlo únicamente el propietario del negocio, pero en caso de control interno se puede extender hacia sus empleados. Los documentos que se necesitan para obtener el certificado son:

- Cédula y papeleta de votación

2.01.03.01.05 Certificado de Capacitación en Manipulación de Alimentos

Para obtener este documento es necesario que restaurante se someta al análisis de La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria:

2.01.03.01.06 Habilitación de Establecimientos Nuevos

- Solicitud para Permiso de Funcionamiento
- Planilla de Inspección
- Certificado de Capacitación en manipulación de Alimentos
- Copia del RUC
- Copia del certificado de salud
- Copia de cédula y papeleta de votación

2.01.03.01.07 Registro Sanitario

- Registrar formulario de solicitud (129-AL-002-REQ-01)
- Declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional
- Descripción general del proceso de elaboración del producto
- Diseño de la etiqueta o rótulo del producto
- Declaración del tiempo de vida útil del producto
- Especificaciones físicas y químicas del material del envase
- Descripción del código del lote
- En caso de maquila, declaración del titular del registro sanitario

2.01.04 Factor Tecnológico

Son los derivados de los avances científicos y son estimulados por las consecuencias económicas favorables del empleo de la tecnología como instrumento para competir cada día en el ámbito laboral, social y económico siempre manteniendo el un nivel de organización adecuado dentro de la microempresa.

La tecnología avanza constantemente, tan rápido que las empresas siempre deben estar alertas e informarse cada día para realizar cualquier innovación y estar siempre a la par con la competitividad, dado la situación es necesario poseer ciertas herramientas tecnológicas no necesariamente de punta pero que si agilitan el proceso de producción los mismos que si existen en Ecuador y que generan que no se requiera importar.

2.02 ENTORNO LOCAL

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. (Alvarado, 2011).

El cliente es muy importante dentro de la microempresa ya que de ello depende si se mantienen en el mercado laboral o no. Para analizar de mejor manera se realiza la siguiente tabla.

Tabla 12
Clientes

Variable	Datos
Genero	Este producto estará dirigido para Hombres y Mujeres
Edad	Niños de 10 años en adelante, jóvenes y adultos
Nivel de ingreso	De un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto
Ubicación	De la Parroquia el Quinche
Frecuencia de consumo	El potencial cliente tiene una tendencia de consumo de al menos una vez a la semana.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Tabla 13
Clientes Dirección

Cliente	Dirección	Contacto
Comercial Martínez	El Quinche calle Ascazubi	Sr. Carlos Narváez
Pasaje Garzón	Parroquia Guayllabamba	Sr. Julio Andrade
Súper Despensa La economía	El Quinche calle Venezuela	Sr. Álvaro Pérez
Abarrotes El Quinche	El Quinche calle 3 de Julio	Sra. Andrea Flores
Comercial Titos	Yaruquí, calle Ibarra	Sr. Edison López

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

2.02.02 Proveedores

“En el contexto de las ciencias económicas y empresariales, el término Proveedor designa a toda la entidad que pone a disposición de otra entidad un determinado producto o servicio”. (Nunes, 2016).

Los proveedores son muy importantes para la microempresa, por ende se debe realizar un estudio adecuado de cada uno ya que de la materia prima e insumos que proveen los mismos dependerá mucho la calidad del producto y su comercialización en el mercado.

Para ello se presenta la siguiente tabla de los posibles proveedores potenciales.

Tabla 14
Proveedores

Proveedor	Insumo	Dirección	Teléfono
Comercial Andino	Chocolate	Quito Av. Los Shiris	2145789
Sr. Diego Pérez	Higo	El Quinche	2568741
Sra. María Flores	Fundas Y Otros	El Quinche	2486793
Comercial Unión	Chocolate	Pifo Av. Julián N25	2547756
Sr. Carlos Gonzales	Higo	Yaruquí, Las casas	2487951

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

2.02.03 Competidores

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

Ante una competencia solida ya establecida en el mercado se necesita introducir con un servicio adecuado, además un precio accesible para los consumidores de tal manera que permita posicionarse en las actividades comerciales.

Los posibles competidores de la microempresa son:

Tabla 15
Competidores

Competidores
Ferrero del Ecuador S. A
Choco Freak
Pacari
Nestlé S. A
Chocolates La Delicia
Confiteca C. A

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

2.03 ANÁLISIS INTERNO

2.04 Propuesta Estratégica

La podríamos definir como una disciplina de normas, valores que estas a su vez forman una cultura con el propósito de llevar al éxito las organizaciones.

Buscando a su vez un equilibrio en diferentes aspectos como el ambiente, la proyección social, el servicio al cliente; y así al utilizar esta herramienta se podría alcanzar la eficiencia deseada y al interactuar con el entorno se obtendrían grandes beneficios en las empresas. (Valverde, 2012).

2.04.01 Misión

Ser una microempresa productora y comercializadora de bombones de higo relleno de mermelada a través de una cultura que fomente a consumir productos saludables y nutritivos siempre buscando satisfacer las necesidades del cliente así también contribuyendo a la matriz productiva del país.

2.04.02 Visión

Ser para el año 2023 líder en el mercado nacional en ofrecer bombones de higo relleno a los costos más accesibles del mercado. Consolidar como una marca muy reconocida llegando a incrementar la cartera de clientes a un nivel alto logrando fidelizar a los clientes potenciales del mercado.

2.04.03 Objetivos

2.04.03.01 Objetivo General

Posicionar la microempresa como líder en el mercado laboral para expender y producir bienes que contenga un producto nutritivo como es el higo llegando a obtener y generar fuentes de trabajo digno para las personas.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Prestar un servicio de calidad para que los clientes se sientan satisfechos con la labor prestada ayudando a crecer continuamente en el mercado y conjuntamente con el desarrollo de la comunidad.
- Propiciar buenas relaciones con proveedores los mismos que suministren insumos necesarios para la producción.

- Realizar estudios de mercados mismos que ayuden para mejorar continuamente y satisfacer las expectativas de los clientes.

2.04.04 Principios y/o Valores

Valores

- Respeto
- Responsabilidad
- Honestidad
- Puntualidad

Principios

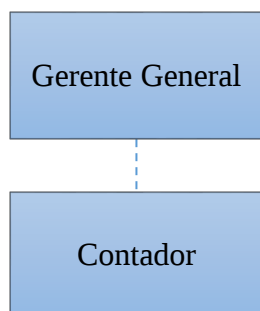
- Eficiencia
- Trabajo en equipo
- Participación
- Lealtad

2.04.05 Gestión Administrativa

“Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar”. (Guamán, 2012, pág.6).

La Gestión Administrativa es importante y fundamental para llevar un correcto manejo en todas las áreas correspondientes a la microempresa ayudando a regular, gestionar y determinar cada uno de los recursos hacia las demás áreas de la misma. El correcto manejo mejora procesos obsoletos que causan algún tipo de desbalance dentro del funcionamiento empresarial.

2.04.05.01 Organigrama



2.04.05.02 Manual de Funciones Gerente General

CARGO	Gerente General
REQUISITOS	• Poseer título de Tecnólogo en administración de empresas. • Mínimo 1 años de experiencia en este ámbito laboral. • Poseer capacidades para dirigir, controlar y coordinar con todas las áreas de la empresa.
FUNCIONES	• Planificar los recursos económicos para cada uno de las áreas de la empresa. • Dirigir y controlar las actividades planificadas durante el tiempo determinado. • Contratar personal idóneo para cada área requerida en la empresa. • Resolver problemas administrativo y contable dentro de la organización.

2.04.05.03 Manual de Funciones Contador

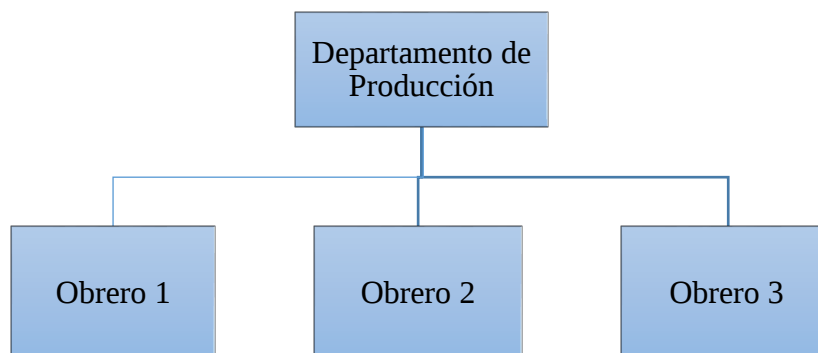
CARGO	Contador
REQUISITOS	• Poseer título de tercer nivel ingeniero en contabilidad y auditoría. • Al menos 3 años de experiencia laboral como contador. • Conocimiento en Microsoft Excel y Microsoft Word. • Tener ética profesional responsabilidad social
FUNCIONES	• Elaborar y analizar estados financieros de la empresa, posteriormente dar su opinión. • Realizar anexos transaccionales que se debe presentar al SRI con suma responsabilidad. • Revisar que se lleve a cabo las amortizaciones de acuerdo a la ley. • Resolver problemas administrativo y contable • Realizar el balance de los pagos para todos los empleados de la empresa mensualmente. • Ingresar movimientos y transacciones bancarias diarias que finalmente tenga un análisis.

2.04.06 Gestión Operativa

Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso. (Arnoletto & Díaz, 2009, pág.54).

La Gestión Operativa, es importante en la empresa para llevar todos los procesos competentes que requiere un negocio para que día a día extienda su servicio con normalidad generando un ingreso económico.

2.04.06.01 Organigrama



2.04.06.02 Manual de Funciones

CARGO	Obrero
REQUISITOS	• Instrucción bachillerato • Conocimiento en cocina • Experiencia 1 año en área de producción.
FUNCIONES	• Elaborar Bombones de Higo relleno de mermelada. • Informar a la gerencia de insumos faltantes. • Revisar y controlar la calidad del producto. • Controlar el correcto cumplimiento de producción. • Evitar desechos y desperdicios en la elaboración del bien. • Cumplir con las indicaciones percibidas

2.04.07 Gestión Comercial

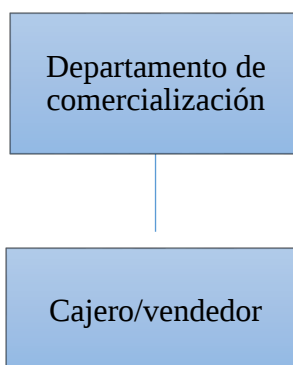
“La Gestión Comercial forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones: decisiones relativas a qué mercados acceder; con qué productos; qué política de precios aplicar; cómo desarrollar una sistemática comercial eficaz”.

(Borja, 2008).

La Gestión Comercial es importante en una microempresa ya que es un área que permite tener un crecimiento en el mercado aplicando un plan de marketing que acceda aumentar la gestión de ventas y tener un mayor ingreso para la entidad.

Además es una herramienta fundamental para lograr cumplir con los objetivos y propuestas planteadas a lo largo del tiempo permitiendo llevar acabo un control sobre todas las actividades generadas por el mismo.

2.04.07.01 Organigrama



El Cajero y Vendedor debe receptor, entregar y custodiar dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos a la microempresa y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja.

2.04.07.02 Manual de Funciones

CARGO	Cajero/vendedor
REQUISITOS	• Tener conocimiento en ventas. • Al menos 1 año de experiencia laboral como vendedor. • Amabilidad para atender a los clientes. • Tener ética y responsabilidad para de ejercer el cargo.
FUNCIONES	• Ofertar los productos a los clientes. • Informar del beneficio al consumir el producto. • Recaudar los valores de todas las ventas realizadas. • Resolver cualquier tipo de duda que tenga el cliente. • Informar cuando se necesite más productos para la venta. • Cobrar facturas pendientes con clientes • Cancelar rubros necesarios a través de caja.

2.04.07.03 Marketing MIX

• Producto

“Producto es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades, impacto social)”. (Thompson, 2006).

Bombón de higo es un producto que contiene un higo suave y seco que va cubierto de una capa de chocolate y relleno de mermelada dando un sabor

exquisito para el buen gusto de las personas. Los bombones se presentan por cajas de 6 chocolates envueltos en cápsulas para trufas que ayudan a conservar el producto fresco y buen estado.

- **Slogan**



Figura 9 Slogan

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

El slogan está conformado por palabras claves que representan una manera exquisita para consumir el bombón como; la magia, que expresa el encanto del producto, dulce sabor, expresa la riqueza y lo suave para el paladar de los consumidores.

- **Logotipo**



Figura 10 Logotipo

Fuente: Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos

Elaborado por: Raúl Toapanta

El presente logotipo está diseñado con formas especiales que representan la belleza de la naturaleza en un solo enfoque, contiene el perfil de un bombón que simboliza al higo el mismo que se encuentra acolchonado por figuras enredaderas

que representan la magia de donde nace el fruto y a sus alrededores de cinco figuras ovaladas las cuales simbolizan al cacao, que es el principal bruto de donde se deriva el chocolate.

El color verde representa la pureza y frescura de la naturaleza donde se reproduce la planta del higo, el mismo que da un enfoque lleno de vida y felicidad con que está hecho el producto. El color café representa la dulzura del chocolate y el naranja personifica la amistad además la dulzura de los frutos.

- **Precio**

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Kotler, 2008).

Precio sombra es la que permite tener un valor marginal del producto tomando como referencia el precio de la competencia ya existente en el mercado.

Precio con costo y margen de ganancia, es el valor neto que se fija luego de haber empleado todos los costes de insumos que se utilizó para producir, así también sumando el importe de utilidad que se desea obtener al vender.

La metodología para fijar el precio del producto es teniendo en cuenta los costos de la competencia en el mercado, además un margen de ganancias adecuado ya que con ello se tendrá un valor real ya incluso adquiriendo la ganancia que se anheló sin perjudicar al cliente ni al productor del bien.

- **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).

- Se realizara promociones mediante varias estrategias como la publicidad para dar a conocer los productos y los beneficios que tienen el mismo.
- También en fechas festivas se realizara promociones mediante ofertas, descuentos o muestras gratis.

Para que el producto tenga el impacto deseado se utilizarán las siguientes estrategias de comercialización:

- **Redes Sociales**

Esto se podría lograr aplicando un plan de marketing digital de la empresa utilizando el internet como una herramienta. Y aún más que en la actualidad existen redes sociales como: Facebook donde se puede promocionar productos y ser reconocidos a nivel nacional e internacional.

- **Páginas Web**

Se creará una página web donde se pueda promocionar, anunciar el producto, así mismo las horas de atención, el lugar donde está establecida la microempresa y cualquier otro tipo de información requerida por los clientes.

- Volantes

Se utilizará volantes donde se oferte el producto de tal manera que puedan conocer mejor y tentar a consumir el bombón.

- Gigantografías

Se colocará gigantografías en diferentes puntos estratégicos para que las personas puedan visualizar y conozcan mejor al producto.

- Ferias

Se realizará al menos una vez al año una feria de exposición de la elaboración y producción de este tipo de bombón donde se pueda ofertar y tener convenios de alianza con otras entidades.

- **Plaza**

“Plaza se les denominan a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente”. (Acuña, 2013).

El sistema de distribución será desde la Parroquia El Quinche, lugar donde estará ubicada la microempresa, del mismo lugar se expenderá el producto hasta el consumidor. Algunas comercializadoras y clientes alternativos están ubicados en Yaruqui, Guayllabamba y la comunidad de El Quinche. Los canales de distribución que utilizará el proyecto serán: uno directo y un segundo compuesto de un intermediario.

2.04.07.04 Análisis de Factores Externos

Tabla 16
Análisis Factores Externos

OPORTUNIDADES

1. Producto novedoso
2. Prioridad en consumir productos saludables
3. Mercado actualmente mal atendido
4. Inexistencia de competencia directa
5. Tendencias favorables en el mercado
6. Alto poder adquisitivo del segmento meta
7. Fácil acceso de insumos
8. Cadena de producción estable

AMENAZAS

1. Competencia fuerte y muy agresiva, productos sustitutos
2. Cambios en la legislación
3. Aumento de precio de insumos
4. Falta de personal capacitado
5. Inexistencia de competencia (¿Cómo reaccionará el mercado?).
6. Cambios en cargas impositivas
7. Condiciones climáticas para los insumos
8. Ingreso de nuevos productos importados

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Prioridad en consumir productos saludables

Actualmente muchas personas optan por consumir productos saludables o lingham por el hecho que existen muchas enfermedades producidas por fumigaciones o por emplear muchos químicos al momento de elaborar el producto, por ello la microempresa ofrece productos sumamente orgánicos de tal manera que es una oportunidad para crecer en el mercado.

Fácil acceso de insumos

Una oportunidad para que la microempresa mantenga las actividades normalmente sin tener paros indebidos al momento de su producción es, poseer el fácil acceso a los insumos y materia prima puesto a que los proveedores tienen contacto cercano a la microempresa.

Condiciones climáticas para los insumos

Tomando en cuenta que los insumos serán sumamente saludables, los cambios y condiciones climáticas puede perjudicar la materia prima causando que esta suba de precio y de tal manera que implique subir el costo del bien ya procesado.

Competencia fuerte y agresiva en productos sustitutos

La fuerte competencia de productos sustitutos es una amenaza para la microempresa ya que pueden causar la inestabilidad en el consumo del bombón y tener mayor acogimiento a otros productos nuevos que lance al mercado la competencia.

CAPÍTULO III

3. Estudio De Mercado

3.01 Análisis Del Consumidor

“El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo”.(Córdova, 2013).

3.01.01 Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01 Población

“Una población es un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinado, con alguna característica común observable o medible.”
(Rienzo, pág. 2 2008).

Tabla 17
Población

Segmento	Habitantes
Ecuador	16.776.977,00
Sierra	7.504.942,00
Pichincha	3.059.971,00
Quito	2.644.145,00
Quinche	16.056,00
Población segmentada	11.466,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

3.01.01.02 Muestra

“Es un subconjunto de la población, seleccionada por algún método sobre el cual se realizan las observaciones y se recogen los datos. (Bisquerra, 1999).

Luego de haber obtenido información se procede a calcular aplicando la población finita lo cual determina un grupo segmentado adecuando a cual se ofrece el producto.

Para lo cual se aplicará la siguiente fórmula.

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

Dónde

N= Población Segmentada (11.466,00)

P= Probabilidad de éxito (0.50)

Q= Probabilidad de fracaso (0.50)

E=porcentaje de error estimado (0.05)

Nc=Nivel de confianza z 95% (1.96)

Cálculo

$$n = \frac{(1.96)^2 * (11.466,00) * (0.50) * (0.50)}{(0.05)^2 (11.466,00-1) + (1.96)^2 *(0.50) * (0.50)}$$

n =355

Luego de haber aplicado la fórmula se obtuvo un resultado de 355 personas a ser consultadas.

3.01.02 Técnicas de Obtención de la Información

3.01.02.01 Encuesta

“La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias”.
(Thompson, 2006).

Para la microempresa se va a utilizar la encuesta ya que es una técnica que permite obtener información más precisa sobre lo que el cliente anhela tener tanto en gustos, preferencias, lugar de adquisición entre otros; los mismos que ayudan a tomar una decisión correcta. Dicho método se encuentra en el ANEXO 1.

La encuesta es el método más utilizado al momento de realizar cualquier tipo de investigación lo cual permite llegar a un exacto cierre de datos exigidos por parte del mercado donde se va ejecutar las actividades.

3.01.02.02 Entrevista

“Refleja que la técnica consiste simplemente en plantear las preguntas tan rápidamente como el entrevistado sea capaz de comprender y de responder”.
(Pardinas, 2005, pág.115).

3.01.02.03 Observación

“Es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación”. (Tamayo, 2007).

Este método no es confiable para recopilar información ya que en algunos casos los datos no son ficticios.

3.01.03 Análisis de la Información

1. ¿Usted consume chocolate?

Tabla 18
Consume chocolate

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
SI	311	87.61%
NO	44	12.39%
TOTAL	355	100%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

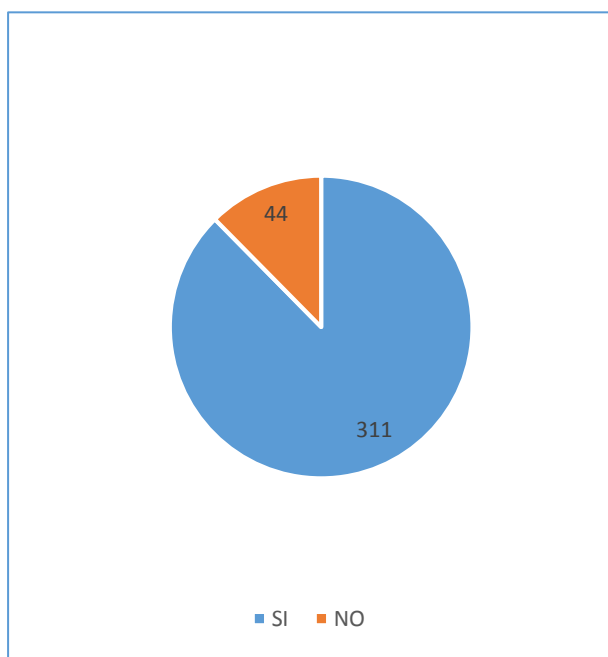


Figura 11 Consume chocolate
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

Según datos obtenidos de la encuesta el 87.61% de las personas si consumen chocolate, mientras que el 12.39% restantes respondieron que no consumen por algún tipo de inconveniente.

2. ¿Con que frecuencia usted consume chocolate?

Tabla 19
Frecuencia de consumo

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Diario	85	27.33%
Semanal	111	35.69%
Quincenal	76	24.44%
Mensual	39	12.54%
TOTAL	311	100.00%
N/A	44	-
TOTAL	355	-

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

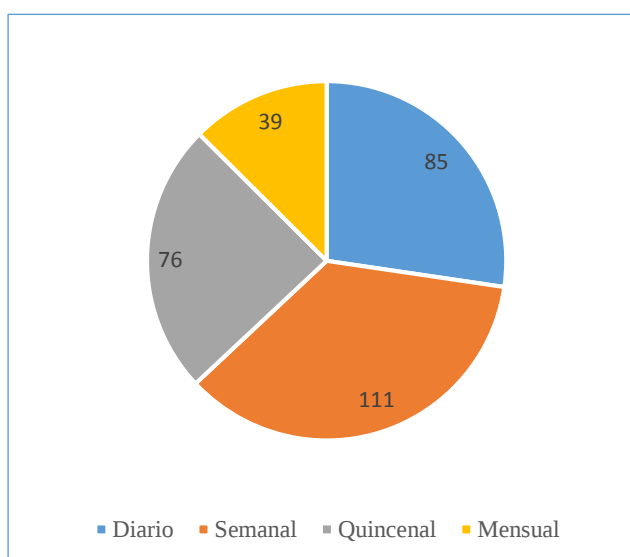


Figura 12 Frecuencia de Consumo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

En la segunda pregunta se determina que de la encuesta realizada el 27.33% consumen chocolate diariamente, 35.69% lo hacen semanalmente, 24.44% Quincenalmente y 12.54% mensualmente, mientras que las 44 personas restantes no consumen el producto.

3. ¿Cuánto gasta en promedio para este tipo de producto?

Tabla 20
Gasto Promedio

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
De \$1.00 a \$5.00	155	49.84%
De \$5.00 a \$10.00	104	33.44%
De \$10.00 a \$15.00	52	16.72%
TOTAL	311	100.00%
N/A	44	-
TOTAL	355	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

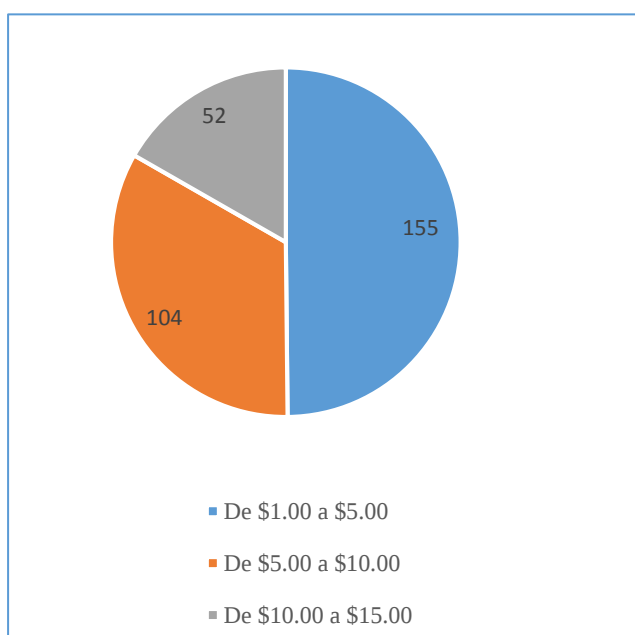


Figura 13 Gasto Promedio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

Según datos obtenidos en esta pregunta, el 49.84% gastan de 1 a 5 dólares en promedio para consumir este tipo de producto, mientras que el 33.44% en un rango de 5 a 10 y el 16.72% restantes de 10 a 15 dólares

4. ¿Está usted satisfecho con los productos y precios ya existentes en el mercado?

Tabla 21
Satisfacción

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
SI	127	40.84%
NO	184	59.16%
TOTAL	311	100%
N/A	44	-
TOTAL	355	-

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

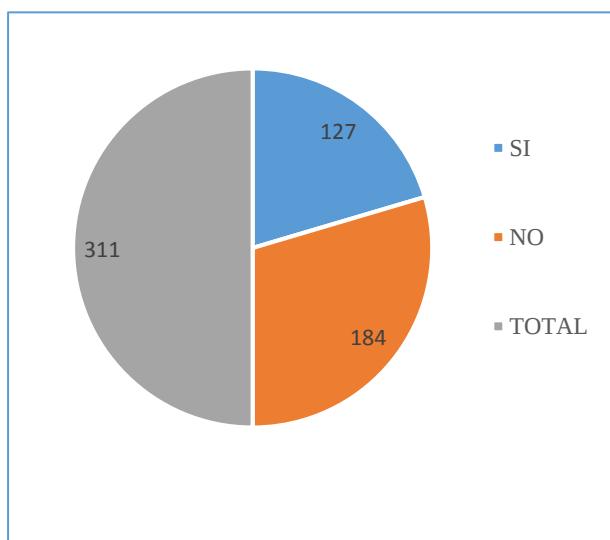


Figura 14 Satisfacción

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

De los datos recopilados el 40.84% están satisfechos con los productos y precios que ya existen en el mercado, mientras que el 59.16% están insatisfechos con los costes del mercado ya existente.

5. ¿Le gustaría consumir un bombón de higo relleno con mermelada?

Tabla 22
Acogida del producto

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
SI	331	93.24%
NO	24	6.76%
TOTAL	355	100.00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

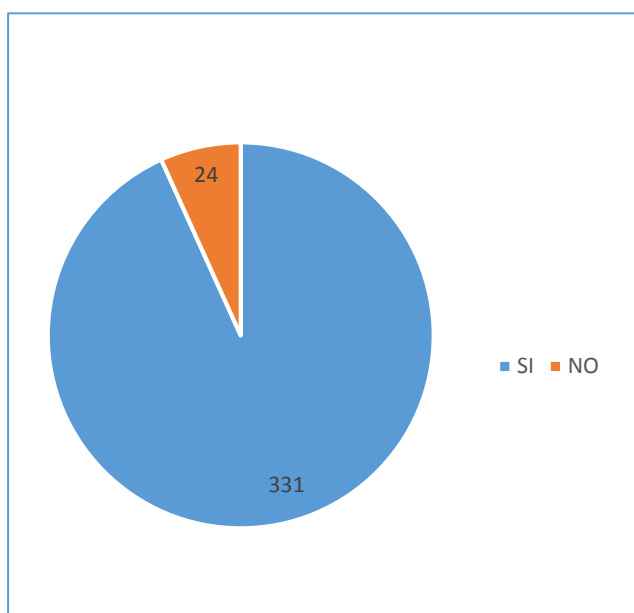


Figura 15 Acogida del producto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Luego de haber realizado la respectiva encuesta se obtiene información que el 93.24% de las personas si le gustaría consumir el bombón de higo, mientras el 6.76% restantes respondieron que no les gustaría.

6. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

Tabla 23
Preferencia de adquisición

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Tiendas	112	33.84%
Supermercados	101	30.51%
Local comercial	118	35.65%
TOTAL	331	100%
N/A	24	-
TOTAL	355	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

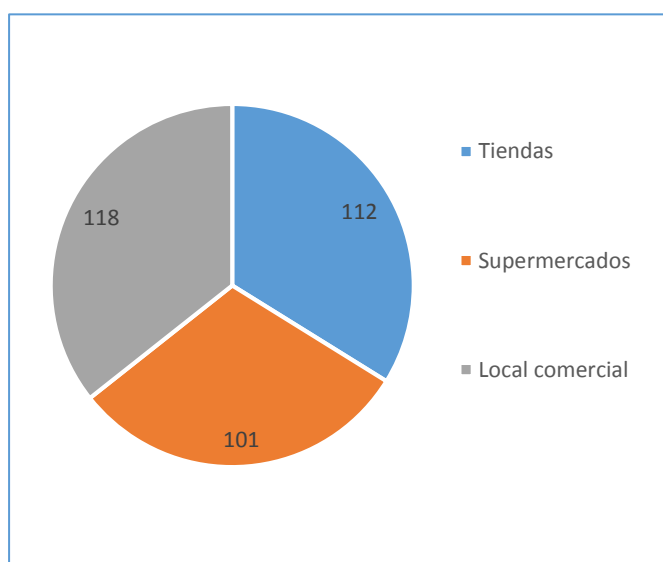


Figura 16 Preferencia de adquisición
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

De los datos recopilados el 33.94% le gustaría adquirir el producto en tiendas, seguido por el 30.51% que desean en supermercados, mientras que el 35.65% optan conseguir en un local comercial.

7. ¿Mediante qué medio le gustaría conocer novedades acerca del producto?

Tabla 24
Medio de publicidad

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Redes Sociales	192	58.01%
E-mail	55	16.62%
Televisión	58	17.52%
Radio	26	7.85%
TOTAL	331	100.00%
N/A	24	-
TOTAL	355	-

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

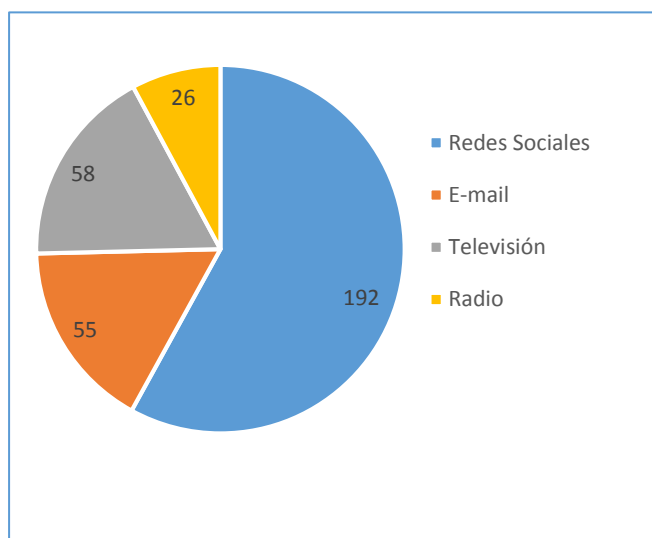


Figura 17 Medio de publicidad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Según datos recopilados luego de aplicar la encuesta, se determina que el 58.01% les gustaría conocer las novedades del producto por medio de las redes sociales, el 16.62% optan por e-mail, 17.52% creen que es mejor por medio de la televisión y el 7.85% restantes escogen por la radio.

3.02 OFERTA

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca, 2010, pág. 41).

3.02.01 Oferta Histórica

“Permite identificar y 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).

Luego de haber realizado el estudio correspondiente se determina que, no existe oferta histórica puesto que es un producto nuevo que integra al mercado.

3.02.02 Oferta Actual

“Consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta” (Córdova, 2002, pág.146).

Tabla 25
Cálculo de la Oferta Actual

Descripción	Valor
Demanda Actual	198416
Porcentaje de aceptación competencia	41%
Oferta actual "Q"	81025

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

3.02.03 Oferta Proyectada

Extrapolación de la tendencia de la oferta. Posibles cambios en las variables que afectan la oferta y proyección de acuerdo a ello.

Tabla 26
Proyección de la Oferta

Periodo	Demanda actual	Aceptación	Oferta proyectada "Q"
2019	203377	41%	83051
2020	208461	41%	85127
2021	213673	41%	87255
2022	219015	41%	89437
2023	224490	41%	91673

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

3.03 PRODUCTOS SUSTITUTOS

“Limitan el potencial de una industria fijando un techo de precios. Éstos se caracterizan por realizar la misma función que los productos originales”. (Fernández, 2012).

Lista de productos sustitutos

- Caramelos
- Chicles
- Galletas
- Cupcakes
- Otros chocolates
- Chupetes
- Gelatina
- Helados
- Gomita comestible
- Snacks

Etc.

3.04 DEMANDA

La Demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido (Kotler, 2014).

3.04.01 Demanda Histórica

La evolución histórica de la demanda se puede analizar a partir de datos estadísticos de los bienes y servicios que se han puesto a disposición de la comunidad. (Rojas, 2009).

Luego de haber realizado el estudio correspondiente se determina que no existe demanda histórica ya que es un producto nuevo que se lanza al mercado.

3.04.02 Demanda Actual

Determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. (Carreño, 2014).

Tabla 27
Demanda Actual

Descripción	Valor
Población Total	11466
Muestra según formula apropiada	355
Porcentaje de Aceptación Producto/Servicio	93%
Aceptación del Proyecto	10691
Aceptación del Proyecto	10691
Porcentaje de Mayor Frecuencia	36%
Tiempo de Frecuencia	52
Frecuencia de Compra	198416
Gasto Promedio	3.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

3.04.03 Demanda Proyectada

“Es el procedimiento más importante para tomar decisiones en todo tipo de proyecto, ya que, lo que se trata de predecir son las posibles cantidades que los consumidores estarán dispuestos a adquirir del bien o servicio proyectado”.

(Carreño, 2014).

Para el cálculo de la demanda proyectada se tomara en cuenta la tasa de (1.025) de crecimiento poblacional.

Tabla 28
Proyección de la Demanda

Periodo	Demanda actual "Q"	Tasa De Crecimiento Poblacional "G"	Demanda Proyectada "Q"
2018	198416	1.025	203377
2019	203377	1.025	208461
2020	208461	1.025	213673
2021	213673	1.025	219015
2022	219015	1.025	224490
2023	224490	1.025	230102

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

3.05 BALANCE OFERTA – DEMANDA

3.05.01 Balance Actual

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado (Delgadillo, 2014).

Tabla 29
Balance Actual

Periodo	Demanda actual	Oferta actual	Demanda insatisfecha actual
2018	198416	81025	117391

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

3.05.02 Balance Proyectado

“El conocimiento de la Demanda y Oferta proyectada nos permitirá conocer la demanda disponible del proyecto”. (Delgadillo, 2014).

Tabla 30
Balance proyectado

Periodo	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha "Q"
2019	203377	83051	120326
2020	208461	85127	123334
2021	213673	87255	126417
2022	219015	89437	129578
2023	224490	91673	132817

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que requieren, lo que además admite verificar la factibilidad de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto (Rosales, 2005).

4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.01.01 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. (Jara ,2015).

Tabla 31
Capacidad Instalada

Descripción	Unidad
Capacidad día	60
Capacidad semana	300
Capacidad mensual	1200
Capacidad anual	14400

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

4.01.02 Capacidad Óptima

“También llamado factor de planta, se refiere a la capacidad utilizada en promedio y expresa como un porcentaje de la capacidad instalada”. (Veracruz, 2009).

Tabla 32
Capacidad Óptima

Descripción	Total
Capacidad día	51,3
Capacidad semana	256,5
Capacidad mensual	1026
Capacidad anual	12312

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

4.02 LOCALIZACIÓN

4.02.01 Macro – Localización

“Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas”. (Hernández, 2012).

Para determinar la macro-localización se realiza un análisis adecuado mismo que permite seleccionar la ubicación más conveniente tomando en cuenta ciertas características como la necesidad, accesibilidad, transporte, leyes, servicios básicos, condiciones sociales, clima, territorio etc.

Tabla 33
Macro Localización

Descripción	Localización
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	El Quinche
Habitantes el quinche	16056

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

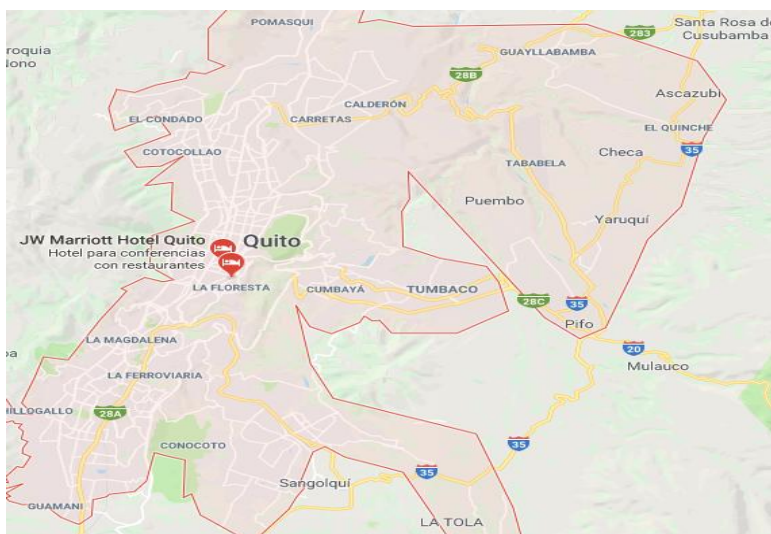


Figura 18 Macro-localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Raúl Toapanta

4.02.02 Micro – Localización

“Una vez elegida la región donde se puede localizar el proyecto (macro localización), comienza el proceso de elegir la zona y, dentro de esta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad)” (Flórez, 2015).

La microempresa estará ubicada en el Centro de la Parroquia El Quinche.

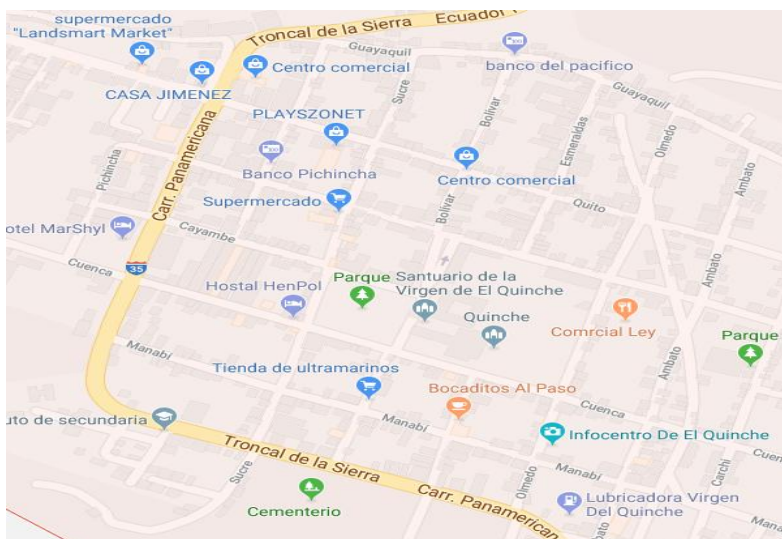


Figura 19 Micro-localización
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Raúl Toapanta

4.02.03 Localización Óptima

“Persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas, etc.” (Castillo, 2015).

Para la ubicación más adecuada del local en el sector elegido se ha detectado tres alternativas potenciales, estas son:

ALTERNATIVA 1: El Quinche, Calle Ambato

ALTERNATIVA 2: El Quinche, Calle Olmedo y Pichincha

ALTERNATIVA 3: El Quinche, Centro, Calle Antonio José de Sucre.

Para saber cuál es la localización óptima se realizará el análisis de ponderación de factores.

Tabla 34
Localización Óptima

Factor	ALTERNATIVA 1			ALTERNATIVA 2		ALTERNATIVA 3	
	Peso	Calif.	Pondera	Calif.	Pondera	Calif.	Pondera
Costo	0,4	5	2	3	1,2	1	0,4
Parqueadero	0,1	2	0,2	1	0,1	5	0,5
Seguridad	0,15	1	0,15	4	0,6	4	0,6
Accesibilidad	0,12	2	0,24	5	0,6	5	0,6
Visibilidad	0,03	2	0,06	4	0,12	4	0,12
Cercanía con clientes	0,1	2	0,2	3	0,3	5	0,5
Cercanía con proveedores	0,1	1	0,1	2	0,2	5	0,5
TOTAL	1		2,95		3,12		3,22

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Se puede evidenciar que la localización óptima es la alternativa 3, es decir, Calle Antonio José de Sucre, centro del Quinche. Este local cuenta con 70 metros cuadrados.



Figura 20 Localización óptima

Fuente: Google Map

Elaborado por: Raúl Toapanta

4.03 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

4.03.01 Definición del Bien y Servicio

La microempresa “Bombofig” ofrecerá a sus clientes Bombones de higo el cual es, un producto que contiene un higo suave y seco que va cubierto de una capa de chocolate y relleno de mermelada dando un sabor exquisito para el buen gusto de las personas. Los bombones se presentan por cajas de 6 chocolates envueltos en cápsulas para trufas que ayudan a conservar el producto fresco y en buen estado.

4.03.01.01 Bien

“Cualquier objeto que el hombre estima capaz de satisfacer sus necesidades. El bien puede concurrir a la satisfacción directa o indirecta, mediata o inmediata de las necesidades humanas”. (Méndez, 2006).

4.03.01.02 Servicio

“Un servicio es un producto de características especiales que comienza desde la subjetividad de su ofrecimiento hasta la concertación de su consumo”. (García, 2008).

4.03.01.03 Producto

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades”. (Muñiz, 2010).

Bombón de Higo es un producto que contiene un higo suave y seco que va cubierto de una capa de chocolate y relleno de mermelada dando un sabor exquisito para el buen gusto de las personas. Los bombones se presentan por cajas de 6 chocolates envueltos en cápsulas para trufas.

4.03.02 Distribución de la Planta

“La distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores” (Baca, 2010, pág.94).

- **Matriz SLP**

La matriz SLP permite distribuir la planta de mejor manera tomando en cuenta los criterios de proximidad según su conveniencia.

Para una correcta distribución de la planta se utilizará la matriz SLP, esta es:



Figura 21 Matriz SLP

Fuente: Google Map

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para un mejor entendimiento a continuación se presenta las simbologías y los códigos de cercanía entre las diferentes áreas.

Tabla 35

Simbología de Razones de Cercanía

Letra	Orden de proximidad
A	Absolutamente Necesaria
I	Importante
O	Ordinario
U	Sin importancia
X	Indeseable
XX	Muy indeseable

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Tabla 36

Simbología de Código de Cercanía

N°	Factor
1	Por flujo - información
2	Secuencia - proceso
3	Por conveniencia
4	Seguridad
5	Ruido
6	Higiene

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Luego de haber realizado la matriz SLP a continuación se presenta el plano general de la planta:

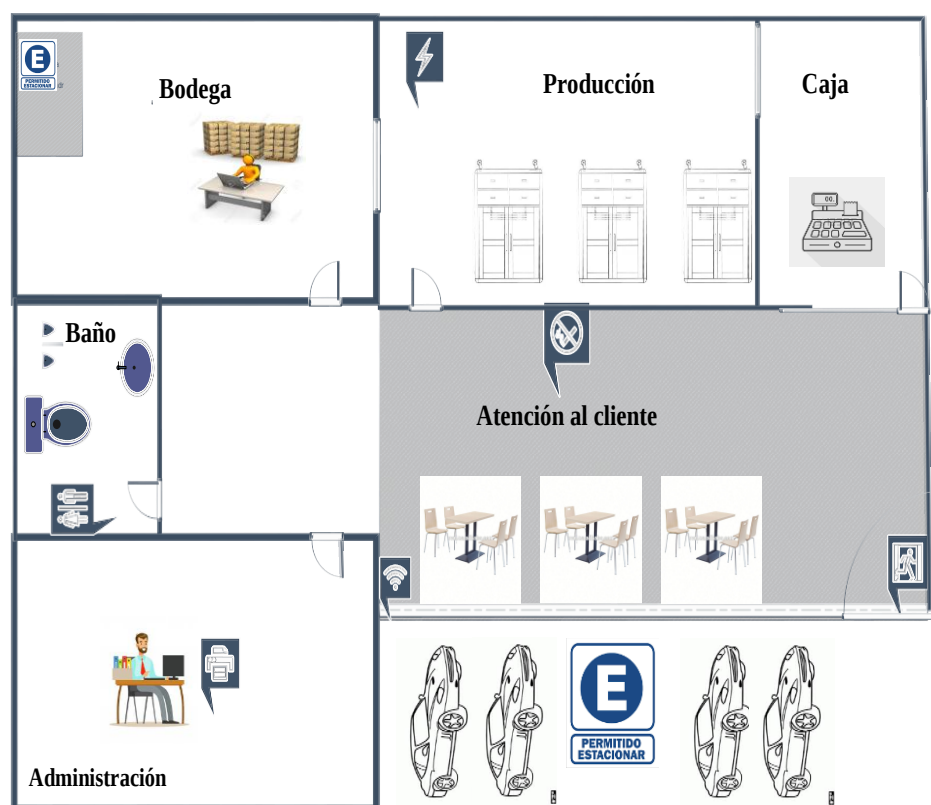


Figura 22 Distribución de planta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Esta distribución obedece a la siguiente descripción:

Tabla 37

Distribución de Planta

Zona	Medidas	Área
Administración	4x3 m ²	12m ²
Atención al cliente	7x3 m ²	21m ²
Bodega	4x3 m ²	12m ²
Producción	5.50x3 m ²	16.50m ²
Caja	1.5x3 m ²	4.50m ²
Baño	2x2 m ²	4 m ²
Total		70 m ²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

4.03.03 Proceso Productivo

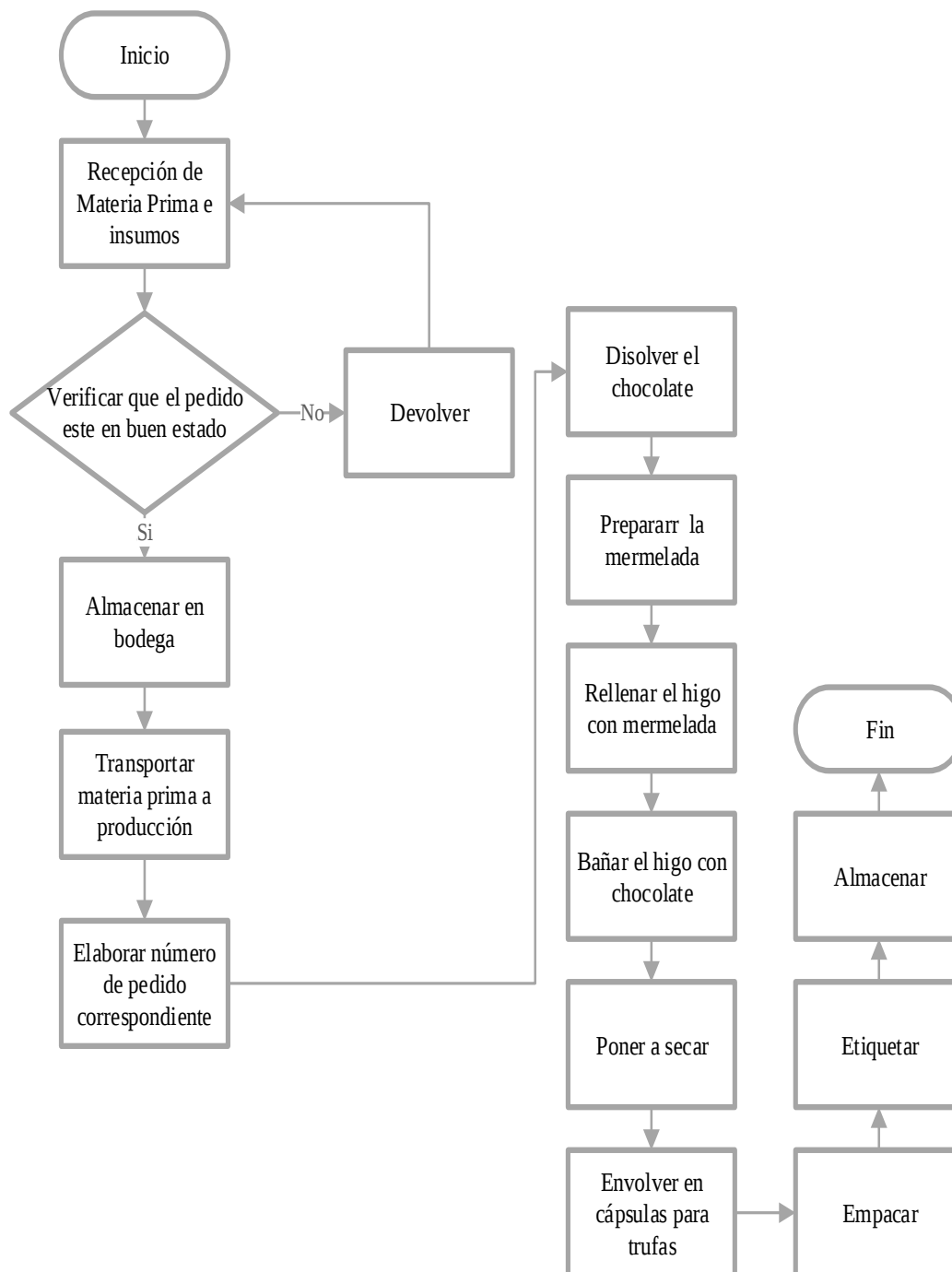
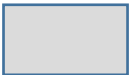
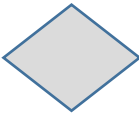
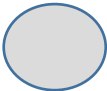


Figura 23 Proceso productivo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

4.03.03.01 Simbología Del Diagrama De Procesos

Tabla 38
Simbología Del Diagrama

Símbolo	Significado	¿Para qué se utiliza?
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del Diagrama de flujo.
	Operación / Actividad	Símbolo de Proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga de procedimiento.
	Datos	Indica la entrada y salida de datos.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
	Decisión	Indica una pregunta o una sucursal en el flujo del proceso. Por lo general, una forma de diagrama de flujo Decisión se utiliza cuando hay dos opciones (Sí / No).
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector de página	Representa la continuidad del diagrama en otra página. Representa una conexión o enlace con otra diferente en la que continúa el diagrama de flujo.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para la Recepción de la Materia Prima

- La persona encargada se responsabilizará luego de que el proveedor deje la mercadería correspondiente para que no exista ningún problema con el resto de compañeros.
- Únicamente la persona encargada debe firmar la factura de recepción.
- Se realizará una bitácora misma de información para el proveedor, lo cual se calificará el desembarque del pedido, si llega en el tiempo acordado, la calidad de los insumos y si llega completo.

Verificar el Pedido

- Se deberá revisar el pedido que haya llegado de acuerdo a lo solicitado.
- Se deberá revisar que los insumos estén en perfecto estado.
- Si el pedido llega incompleto o en mal estado la persona recepcionista deberá notificar y posteriormente realizar la devolución correspondiente.
- Si existe algún tipo de faltante y requiere aceptar deberá escribir la observación en la factura de recepción.

Almacenar en Bodega

- El personal encargado debe tener el espacio limpio para almacenar cada insumo
- El personal deberá utilizar el cinturón lumbar además guantes e implementos de protección.
- Se debe almacenar los productos en cada percha establecida.
- Se deberá acumular en un lugar fresco y seguro.
- El bodeguero debe tener un control de entradas y salidas para llevar la contabilidad de cada insumo.

- El personal encargado deberá notificar cuando se requiera de más insumos.

Transportar Materia Prima Producción

- Todo personal deberá utilizar el implemento de seguridad proporcionado por la microempresa
- Se deberá transportar los insumos de manera adecuada y con cuidado sin generar ningún tipo de accidente que puede producir desechar el mismo.
- Se deberá transportar el insumo perfectamente sellados

Elaborar Número de Pedidos Correspondiente

- Se deberá analizar el número de unidades a producir antes de generar una sobre producción lo que podría causar un desperdicio desfavorable.
- El personal encargado de esta área deberá tener una cartilla donde apunte lo requerido.

Disolver el Chocolate

- Para este proceso el obrero deberá utilizar guantes
- Utilizar cubre cabezas para evitar la caída de cabello hacia el producto.
- Utilizar overol o ropa de trabajo limpia
- Utilizar mascarillas para evitar hablar y toser directamente hacia el alimento
- Utilizar zapatillas cómodas
- Se deberá mantener siempre limpio todos los recipientes.
- Toda manipulación de alimentos deberá ser estrictamente cumpliendo con las normas de salud.

Preparar la Mermelada

- Se deberá verificar la fecha de vencimiento antes de utilizar la mermelada.
- Se deberá utilizar guantes y todos los implementos de higiene para manipular el alimento.
- Mantener limpio el recipiente que se utilice.
- Mantener la mermelada en un lugar fresco.

Rellenar el Higo

- Realizar limpieza del lugar todas las mañanas antes de empezar la jornada laboral.
- Se deberá utilizar guantes de protección
- Cubrir el cabello con el respectivo protector
- Mantener limpio todos los implementos y recipientes que utilice

Bañar el Higo con Chocolate

- Utilizar todos los implementos para manipular el alimento
- Mantener la mezcla en temperatura adecuada
- Utilizar el atecillo en buen estado

Poner a Secar

- Manipular el producto con implementos de higiene
- Mantener en un lugar apropiado para el secado lo cual no afecte el producto
- Colocar en el área de secado con mucho cuidado
- No mantener mucho tiempo al aire libre el producto

Envolver en Capsulas de Trufas

- Manipular el producto con guantes

- Tratar de no hablar y no estornudar al momento de la envoltura
- Verificar que el papel este en perfectas condiciones

Empacar

- Verificar que la caja este en buen estado
- Manipular el producto con guantes y todos los implementos de higiene

Etiquetar

- Se deberá colocar la etiqueta con mucho cuidado sin maltratar la caja.
- No colocar ningún otro tipo de etiqueta que no sea establecida para el producto.

Almacenar

- Utilizar guantes y todos los implementos de higiene para manipular el producto
- Acumular con sumo cuidado
- No mal tratar el producto al momento de transportar
- Almacenar en un lugar fresco y seco
- Mantener limpio el lugar donde se va almacenar

Para asegurar que los procesos del flujo grama se cumplan con la calidad esperada se han implementado ciertas fichas y lineamientos de control.

4.03.04 Maquinaria y Equipos

La maquinaria, planta y equipo, 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 período económico. (Pérez, 2016).

Tabla 39
Maquinaria y Equipo

N°	Descripción	Clasificación
1	Computadora de Escritorio	Equipos de Computo
2	Escritorio	Equipos de Computo
3	Silla Giratorio	Equipos de Computo
4	Silla de Espera Tripersonal	Equipos de Oficina
5	Sillas Sencillas	Equipos de Oficina
6	Mesas Grande	Equipos de Oficina
7	Mesas Pequeñas	Equipos de Oficina
8	Caja Registradora	Maquinaria
9	Teléfono	Equipos de Oficina
10	Sillón Pequeño	Equipos de Oficina
11	Impresora	Equipos de Computo
12	Mueble Mostrador	Equipos de Oficina
13	Archivadores	Equipos de Oficina
14	Vitrinas	Equipos de Oficina
15	Cocina Industrial	Equipos de Oficina
16	Recipientes	Equipos de Oficina
17	Juego de Ollas	Equipos de Oficina
18	Juego de Utensilios	Equipos de Oficina
19	Batidora Pequeña	Maquinaria
20	Refrigerador	Maquinaria
21	Ventilador	Maquinaria
22	Equipo Contra Incendio	Equipos de Oficina

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Los Equipos y Maquinaria de Trabajo que se utilizaran en la microempresa son de suma importancia ya que permitirá elaborar y cumplir con todos los procesos de producción hasta la obtención de producto.

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

5.01 Ingresos

5.01.01 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales provienen fruto de las ventas y actividades a la que se dedica la microempresa, mismas entradas genera una estabilidad económica como beneficio del producto o servicio prestado.

5.01.02 Ingresos No Operacionales

Este tipo de ingreso proviene de otras actividades que no están vinculadas directamente con la actividad de la empresa, pueden ser ingresos económicos generados por comisiones u otro servicio adicional que de alguna manera produce beneficio para el mismo.

5.02 COSTOS

“Los costos representan erogaciones y cargos asociados clara y directamente con la adquisición o la producción de los bienes o la prestación de los servicios, de los cuales un ente económico obtendrá sus ingresos”. (Rojas, 2012, pág. 1)

5.02.01 Costo Directo

Es el que se identifica plenamente con una actividad, departamento o producto.

5.02.01.01 Materia Prima

“Elementos que se transforma e incorpora en un producto terminado. Visto así, todos los elementos materiales que intervienen en el proceso productivo de un producto determinado se le considera materia prima”. (Jiménez, 2010, Pág.38).

Tabla 40
Materia Prima

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
Higo	Unidades	0,6
Mermelada	Gramos	0,65
Chocolate negro	Gramos	0,75
Mantequilla	Gramos	0,3
Azúcar	Onzas	0,09
Total materia prima producto		2,39

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

5.02.01.02 Mano de Obra

“Se entiende como Mano de Obra todos los salarios, prestaciones sociales, aportes parafiscales y demás conceptos laborales, que se pagan a las personas que participan de forma directa o indirecta en la producción del bien o la prestación del servicio”. (Jiménez, 2010, pág.60).

Tabla 41
Mano De Obra

Sueldo Anual	13 RO	14 TO	Fondo Reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total	Mano De Obra Total	Costo unitario
4777,20	398	398	0	199,05	532,66	6305,11	18915,32	1,54

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

5.02.02 Costo Indirecto

“Se agrupan aquellos recursos que son utilizados en la fabricación del bien o la prestación del servicio pero que no pueden clasificarse como Material Directo o como Mano de Obra Directa” (Jiménez, 2010, pág.79).

Tabla 42
Costo Indirecto de Fabricación

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
Empaque (caja)	Unidades	0.70
Etiqueta (papel trufa)	Unidades	0.18
Luz	Kilovatios	0.03
Agua	Cm cúbicos	0.04
Suministros limpieza	Unidades	0.04
Etiqueta (para caja)	Unidades	0.10
Empaque	Unidades	0.30
CIF TOTAL		1.38

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Una vez analizados los Costos se presenta un resumen de todos los costos, esta es:

Tabla 43
Resumen de Costos

Elemento	Valor
Materia prima	2,39
Mano de obra directa	1,54
Costo indirecto de fabricación	1,38
Total	5,31

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Con los Costos establecidos se puede fijar el precio final de venta, este es:

Tabla 44
Fijación del Precio Unitario

Descripción	Valor	Porcentaje
Precio unitario	7,50	100%
Costo unitario	5,31	71%
Utilidad bruta unitaria	2,19	29%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

5.02.03 Gasto Administrativo

“Son los gastos operacionales de administración ocasionados en el desarrollo del objeto social del ente económico. Se incluyen básicamente los aspectos relacionados con la gestión administrativa encaminada a la dirección, planeación, organización, incluyendo las actividades ejecutivas, financieras, comerciales y legales”. (Rojas, 2012, pág.3).

Tabla 45
Gasto Administrativo

Periodo	Gasto Administrativo
2019	14020,80
2020	14966,65
2021	15510,20
2022	15821,38
2023	16380,38

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para proceder a calcular el gasto administrativo se consideró los siguientes rubros:
pago sueldo personal administrativo

- Pago honorario del contador
- Sueldo gerente
- Suministros de limpieza
- Arriendo y;
- Servicios básicos.

5.02.04 Gasto de Ventas

“Comprende los gastos ocasionados en el desarrollo principal del objeto social del ente económico y están directamente relacionados con las actividades de ventas. Se

incluye básicamente los aspectos relacionados con: distribución, publicidad, promoción, mercadeo y comercialización”. (Rojas, 2012, pág.3).

Tabla 46
Gasto de Ventas

Periodo	Gasto de Ventas
2019	6730,11
2020	7318,31
2021	7508,58
2022	7698,84
2023	7889,11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para calcular el valor en gastos de ventas se tomó en cuenta los siguientes rubros.

- Pago empleado de comercialización y ventas
- Gastos de publicidad del producto.

5.02.05 Gasto Financieros

“Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”. (Baca, 2010, pág.143).

Para analizar los costos financieros se realizó una comparativa entre diferentes instituciones a cual se solicitará un préstamo para solventar los requerimientos de recursos, estas son:

Tabla 47
Entidad Financiera

Entidad	Tasa De Interés
Banco Pichincha	23.7.%
Banco Guayaquil	23.2%
Banco del Pacífico	22.5%
Cooperativa 16 de Julio LTDA	22.00%
Cooperativa Alianza del Valle LTDA.	22.5%
Cooperativa Cooprogreso LTDA.	22.4%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Luego de realizar un análisis comparativo entre las diferentes instituciones financieras el ganador fue la cooperativa de ahorro y crédito 16 de julio mismo que ofrece el préstamo con una tasa de interés del 22% lo cual es beneficioso para la microempresa.

5.02.06 Costos Fijos y Variables

- **Costos Fijos**

Los Costos Fijos no dependen de la cantidad de bienes o servicios producidos durante el periodo. En general se miden como costos por unidad de tiempo, tal como la renta por mes o los salarios por año. Por supuesto, los costos fijos no son fijos para siempre. Lo son sólo durante un periodo predeterminado. (Ross, 2012, pág. 208).

Tabla 48
Costos Fijos

Descripción	Total
Gasto administrativo	14020,80
Gasto de ventas (parte fija)	6305,11
Costo Fijo Total	20325,91

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para el cálculo de los costos fijos se toma en cuenta el gasto administrativo y del gasto de ventas, el rubro de sueldos ya que es el único valor que se considera fijo.

- **Costos Variables**

Los costos variables cambian a medida que cambia la producción y son de cero cuando la producción es de cero. Los costos de mano de obra directa y materias primas de ordinario son variables. Es común suponer que un costo variable es

constante por unidad de producción, lo cual implica que los costos variables totales son proporcionales en el nivel de producción. . (Ross, 2012, pág. 208)

Tabla 49
Costos Variables

Descripción	Total
Costo de producción	65372,36
Gasto de ventas	425,00
Costo variable total	65797,36
Producción 1er año	12312
Costo variable unitario	5,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

5.03 INVERSIONES

“Toda inversión se supone renunciar a unos recursos de los que se puede disfrutar ahora, por una esperanza futura, y toda actividad humana que se traduzca en estos parámetros de decisión se puede considerar una inversión”. (Escribano, pág. 258).

5.03.01 Inversión Fija

“Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades”. (Bautista, 2011, pág.5)

5.03.02 Activos Fijos

Hace referencia a aquellos bienes y derechos duraderos, que han sido obtenidos con el fin de ser explotados por la empresa. se trata de aquellos bienes inmuebles, materiales equipamientos, herramienta y utensilios con los que no se va a comercializar, es decir, que no se va a convertir en líquido al menos durante el primer año. (Visiers, 2017).

Para la creación de la microempresa se necesita recursos económicos necesarios para iniciar las actividades cotidianas, para ello se presenta la siguiente tabla de inversiones mismas que en un futuro tendrá su reembolso tras recuperar la inversión generada con los mismos.

Tabla 50
Inversiones

Nº	Descripción	Unidades	Total
1	Computadora de Escritorio	3	\$ 1.950,00
2	Escritorio	3	\$ 450,00
3	Silla Giratorio	3	\$ 90,00
4	Silla de Espera Tripersonal	1	\$ 160,00
5	Sillas Sencillas	10	\$ 120,00
6	Mesas Grande	3	\$ 450,00
7	Mesas Pequeñas	5	\$ 225,00
8	Caja Registradora	1	\$ 375,00
9	Teléfono	3	\$ 67,50
10	Sillón Pequeño	2	\$ 160,00
11	Impresora	2	\$ 700,00
12	Mueble Mostrador	1	\$ 250,00
13	Archivadores	3	\$ 360,00
14	Vitrinas	3	\$ 195,00
15	Cocina Industrial	2	\$ 700,00
16	Recipientes	7	\$ 84,00
17	Juego de Ollas	3	\$ 165,00
18	Juego de Utensilios	1	\$ 35,00
19	Batidora Pequeña	1	\$ 55,00
20	Refrigerador	1	\$ 550,00
21	Ventilador	2	\$ 160,00
22	Equipo Contra Incendio	3	\$ 210,00
Total			\$ 7.511,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Tabla 51
Inversiones en Equipos

Activo	Costo
Maquinarias	1140
Equipos Oficina	3181,5
Equipos Computo	3190
Total	7511,5

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

5.03.03 Activos Nominales

Se realizan en bienes y servicios intangibles que son indispensables para la iniciación del proyecto. Pero no intervienen directamente en la producción. Por ser intangibles, a diferencia de las inversiones fijas, están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo. (Bautista, 2011, pág.9).

Tabla 52
Activos Nominales

Activo	Valor
Gastos Constitución	180

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

El rubro de 180.00 dólares está distribuido entre asesoría, permisos legales que serán necesarios para constituirse la microempresa.

5.03.04 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo neto es igual a activo circulante menos pasivo circulante. El capital de trabajo neto es positivo cuando el activo circulante es mayor que el pasivo circulante. Esto significa que el efectivo que esté disponible a lo largo de los 12 meses siguientes será mayor que el efectivo que debe pagarse. (Ross, 2012, Pág. 28).

Tabla 53
Capital de Trabajo

Descripción	Valor
Costo de producción	65372,36
Gasto administra	14020,80
Gasto de ventas	6730,11
Capital de trabajo anual	86123,27
Días del año	360,00
Capital Trabajo diario	239,23
Días de Desfase	30,00
Capital de Trabajo real	7176,94

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para el cálculo del Capital de Trabajo se utilizó el método de días de desfase el cual consiste en financiar el capital de trabajo y todos los recursos desde el momento que empiece sus actividades hasta el momento que se recupere el valor invertido en la microempresa.

5.03.05 Fuentes de Financiamiento

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

El financiamiento es muy importante ya que con él se puede invertir en la infraestructura, en activos o cualquier bien que sea necesario para realizar las actividades al que se dedica la microempresa.

Tabla 54
Fuentes de Financiamiento

Fuentes	Aporte	Participación
Recursos Propios	9868,44	66%
Deuda	5000,00	34%
Total	14868,44	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Se puede evidenciar que el 66% es de recursos propios y el 34% de financiamiento, mismos rubros conforma el capital total. Por tanto se puede afirmar que el mayor peso en la microempresa tiene el dueño.

5.03.06 Amortización de Financiamiento

“Es la disminución del valor de los bienes como consecuencia de determinadas causas”. O “Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualesquiera de sus necesidades económicas.” (Bautista, 2011, pág.24)

Para la adquisición del préstamo se establecen las siguientes condiciones:

Tabla 55
Condiciones Para el Préstamo

Condiciones	valor	
Capital	5000,00	
Plazo	60	meses
Tasa	22%	1,83%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para la amortización de préstamo se utilizará la metodología alemana, es decir, cuota variable.

Tabla 56
Amortización de financiamiento

Periodo	Saldo inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo final
0					7000,00
1	7000,00	128,33	245,00	116,67	6883,33
2	6883,33	126,19	242,86	116,67	6766,67
3	6766,67	124,06	240,72	116,67	6650,00
4	6650,00	121,92	238,58	116,67	6533,33
5	6533,33	119,78	236,44	116,67	6416,67
6	6416,67	117,64	234,31	116,67	6300,00
7	6300,00	115,50	232,17	116,67	6183,33
8	6183,33	113,36	230,03	116,67	6066,67
9	6066,67	111,22	227,89	116,67	5950,00
10	5950,00	109,08	225,75	116,67	5833,33
11	5833,33	106,94	223,61	116,67	5716,67
12	5716,67	104,81	221,47	116,67	5600,00
13	5600,00	102,67	219,33	116,67	5483,33
14	5483,33	100,53	217,19	116,67	5366,67
15	5366,67	98,39	215,06	116,67	5250,00
16	5250,00	96,25	212,92	116,67	5133,33
17	5133,33	94,11	210,78	116,67	5016,67
18	5016,67	91,97	208,64	116,67	4900,00
19	4900,00	89,83	206,50	116,67	4783,33
20	4783,33	87,69	204,36	116,67	4666,67
21	4666,67	85,56	202,22	116,67	4550,00
22	4550,00	83,42	200,08	116,67	4433,33
23	4433,33	81,28	197,94	116,67	4316,67
24	4316,67	79,14	195,81	116,67	4200,00
25	4200,00	77,00	193,67	116,67	4083,33
26	4083,33	74,86	191,53	116,67	3966,67
27	3966,67	72,72	189,39	116,67	3850,00
28	3850,00	70,58	187,25	116,67	3733,33
29	3733,33	68,44	185,11	116,67	3616,67
30	3616,67	66,31	182,97	116,67	3500,00
31	3500,00	64,17	180,83	116,67	3383,33
32	3383,33	62,03	178,69	116,67	3266,67
33	3266,67	59,89	176,56	116,67	3150,00
34	3150,00	57,75	174,42	116,67	3033,33
35	3033,33	55,61	172,28	116,67	2916,67
36	2916,67	53,47	170,14	116,67	2800,00
37	2800,00	51,33	168,00	116,67	2683,33
38	2683,33	49,19	165,86	116,67	2566,67
39	2566,67	47,06	163,72	116,67	2450,00
40	2450,00	44,92	161,58	116,67	2333,33
41	2333,33	42,78	159,44	116,67	2216,67
42	2216,67	40,64	157,31	116,67	2100,00
43	2100,00	38,50	155,17	116,67	1983,33
44	1983,33	36,36	153,03	116,67	1866,67
45	1866,67	34,22	150,89	116,67	1750,00
46	1750,00	32,08	148,75	116,67	1633,33
47	1633,33	29,94	146,61	116,67	1516,67
48	1516,67	27,81	144,47	116,67	1400,00
49	1400,00	25,67	142,33	116,67	1283,33
50	1283,33	23,53	140,19	116,67	1166,67
51	1166,67	21,39	138,06	116,67	1050,00
52	1050,00	19,25	135,92	116,67	933,33
53	933,33	17,11	133,78	116,67	816,67
54	816,67	14,97	131,64	116,67	700,00
55	700,00	12,83	129,50	116,67	583,33
56	583,33	10,69	127,36	116,67	466,67
57	466,67	8,56	125,22	116,67	350,00
58	350,00	6,42	123,08	116,67	233,33
59	233,33	4,28	120,94	116,67	116,67
60	116,67	2,14	118,81	116,67	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para generar una comparación se presenta también la metodología francesa también conocida como cuota fija. La misma se encuentra en el anexo 3.

5.03.07 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)

Es la disminución o pérdida de valor en un periodo de tiempo de algún bien debido al uso en el periodo de labor constante.

Tabla 57
Depreciación

Activo	Vida útil	Costo total	2019	2020	2021	2022	2023	Valor libros
Maquinarias	10	1140	114	114	114	114	114	570
Equipos oficina	10	3181,5	318,15	318,15	318,15	318,15	318,15	1590,75
Equipos computo	3	3190	1063,33	1063,33	1063,33	0	0	0,00
TOTAL		7511,5	1495,48	1495,48	1495,48	432,15	432,15	2160,75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para la depreciación se utiliza el método de línea recta ya que el valor en libros para cada año tiene el mismo costo de depreciación y disminuye linealmente hasta llegar a la vida útil de cada activo.

5.03.08 Estado de Situación Inicial

También llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. (Freire, 2015)

Es un estado financiero que refleja la situación económica del patrimonio de la microempresa en un periodo de tiempo.

Tabla 58
Estado de Situación Inicial

Empresa Bombofig	
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
Al 31 de Diciembre del 2018	
Activo	
Caja Bancos	7176,94
Total Activos Corrientes	7176,94
Maquinaria	1140
Depreciación Acumulada Maquina	0
Equipos de Oficina	3181,50
Depreciación Acumulada Equipos Oficina	0
Equipos de Computo	3190
Depreciación Acumulada Equipos Computo	0
Total Activos Fijos	7511,50
Activos Nominales	180,00
Amortización Acumulada Activos Nominales	0
Total Activos Nominales	180,00
Total Activos	14868,44
Deuda Bancaria	5000,00
Total Pasivo	5000,00
Capital	9868,44
Utilidad Retenida	0
Total Patrimonio	9868,44
Total Pasivo + Total Patrimonio	14868,44

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Este Balance Indica la Situación Financiera de la microempresa con que inicia sus actividades, concretamente es un retrato de cómo se encuentra económicamente en un periodo determinado.

5.03.09 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

Estado de resultados, conocido también como Estado de Pérdida y Ganancias aquí refleja los ingresos y los egresos que generan por la actividad de la microempresa.

Tabla 59
Estado de Resultados Proyectado

Empresa Bombofig					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Del 2019 al 2023					
Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas	92333,85	95785,94	99367,1	103082,15	106936,09
(-) Costo de Producción	65372,36	67816,45	70351,91	72982,16	75710,75
(=) Utilidad Bruta	26961,48	27969,49	29015,19	30099,99	31225,34
(-) Gasto Administrativo	14020,8	14966,65	15510,2	15821,38	16380,38
(-) Gasto de Ventas	6730,11	7318,31	7508,58	7698,84	7889,11
(-) Depreciación	1495,48	1495,48	1495,48	432,15	432,15
(-) Amortización	36	36	36	36	36
(=) Utilidad Operativa	4679,09	4153,04	4464,93	6111,61	6487,7
(-) Gasto Interés	999,17	779,17	559,17	339,17	119,17
(=) Utilidad Antes de Impuestos	3679,93	3373,88	3905,76	5772,45	6368,53
(-) Impuestos	551,99	506,08	585,86	865,87	955,28
(=)Utilidad Neta	3127,94	2867,8	3319,9	4906,58	5413,25

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Refleja todos los ingresos y gastos proyectados que se generan durante el periodo de actividad y finalmente presenta la utilidad.

5.03.10 Flujo de Caja

“Presentan los ingresos de efectivo y los pagos en efectivo de una entidad, durante un periodo determinado”. (Sundem, pág. 63)

El Flujo de Caja permite conocer la liquidez de la microempresa y ayuda a tomar decisiones ya sea de inversión o de financiamiento.

Tabla 60
Flujo de Caja Proyectado

Empresa Bombofig FLUJO DE CAJA Al 31 de Diciembre del 2018						
Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Operativa	0.00	4679.09	4153.04	4464.93	6111.61	6487.70
+ Depreciaciones	0.00	1495.48	1495.48	1495.48	432.15	432.15
+ Amortizaciones	0.00	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00
- Impuestos	0.00	551.99	506.08	585.86	865.87	955.28
= Flujo de Efectivo Operacional	0.00	5658.59	5178.45	5410.55	5713.90	6000.57
- Inversión Activos Fijos	-7511.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
+ Recuperación Activos Fijos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7124.11
= Total Gastos de Capital	-7511.50	0.00	0.00	0.00	0.00	7124.11
- Capital de Trabajo	-7176.94	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
+ Recuperación de Capital de Trabajo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7176.94
= Total Capital de Trabajo	-7176.94	0.00	0.00	0.00	0.00	7176.94
= Flujo de Caja proyecto	-14868.44	5658.59	5178.45	5410.55	5713.90	20301.62
+ Préstamo	5000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
- Gasto Interés	0.00	999.17	779.17	559.17	339.17	119.17
- Devolución de Capital	0.00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00
= Flujo de Caja del Inversionista	-9868.44	3659.42	3399.28	3851.38	4374.73	19182.45

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Muestra todos los ingresos y egresos de la microempresa a si mismo presenta la liquides de caja de forma rápida ayudando a tomar decisiones con los criterios de evaluación de proyectos.

5.03.11 Balance General Proyectado

Representa la situación de los activos y pasivos de una empresa así como también el estado de su patrimonio. Dicho de otro modo presenta la situación financiera o las condiciones de un negocio, en un momento dado, según se refleja en los registros contables. (Prieto, 2010, Pág. 26)

Tabla 61
Balance General Proyectado

Empresa Bombofig Balance General Proyectado Del 2018 al 2023						
Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Caja	7176,94	10836,36	14235,64	18087,02	22461,75	41644,20
Total activos Corrientes	7176,94	10836,36	14235,64	18087,02	22461,75	41644,20
Maquinaria	1140	1140	1140	1140	1140	1140
Depreciación Acumulada. Maquina	0	114	228	342	456	570
Equipos de Oficina	3181,5	3181,5	3181,5	3181,5	3181,5	3181,5
Depreciación Acumulada. Equipos de Oficina	0	318,15	636,3	954,45	1272,6	1590,75
Equipos de Computo	3190	3190	3190	3190	0	0
Depreciación Acumulada Equipos Computo	0	1063,33	2126,67	3190	0	0
Total Activos Fijos	7511,5	6016,01	4520,53	3025,05	2592,9	2160,75
Activos Nominales	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Amortización Acumulada Activos nominales	0	36	72	108	144	180
Total Activos Diferidos	180,00	144,00	108,00	72,00	36,00	0,00
Total Activos	14868,44	16996,38	18864,17	21184,07	25090,65	43804,95
Deuda Bancaria	5000,00	4000,00	3000,00	2000,00	1000,00	0,00
Total Pasivo	5000,00	4000,00	3000,00	2000,00	1000,00	0,00
Capital	9868,44	9868,44	9868,44	9868,44	9868,44	24169,49
Utilidad Retenida	0	3127,94	5995,73	9315,63	14222,21	19635,46
Total Patrimonio	9868,44	12996,38	15864,17	19184,07	24090,65	43804,95
Total Pasivo + Total Patrimonio	14868,44	16996,38	18864,17	21184,07	25090,65	43804,95

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Muestra la situación financiera actual y proyectada para los siguientes años, permitiendo analizar de mejor manera como se mueve la economía de la microempresa.

5.04 EVALUACIÓN

5.04.01 Tasa de Descuento

“La tasa de descuento es el porcentaje que se aplica a una cantidad futura para estimar su valor hoy”. (Esteve, 2017)

Las metodologías para estimar tasas de descuentos son:

- **Tasa de Descuento (TMAR)**

“Todo proyecto de una empresa a o institución antes de llevarse a cabo o de invertir en él, debe tener una tasa mínima de ganancia sobre la inversión la cual se denomina tasa mínima, aceptable de rendimiento”. (Peimbert, 2017)

- **Costo Promedio De Capital (WACC)**

Es simplemente el costo de las fuentes de capital, que se utilizaron en financiar los activos estructurales (permanentes o de largo plazo) de la firma. Entendiéndose estas fuentes en su forma más amplia posible, esto es como deuda y equity. (Lira, 2016).

Para el presente proyecto se va a utilizar el método de tasa mínima aceptable de retorno TMAR la misma que establece cuanto se obtendrá de beneficio luego de aplicar todos los procedimientos correspondientes para el buen funcionamiento de la microempresa.

Tabla 62
Tasa de Descuento

Indicador	Porcentaje
Inflación Promedio	2,61%
Tasa de Riesgo País	5,52%
Prima de Riesgo	9%
TOTAL	17,13%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

Para poder aplicar los diferentes criterios de selección de proyectos se presentan los flujos respectivos:

Tabla 63
Flujo de Caja

Periodo	Flujo de Efectivo	Flujo Descontado	Flujo acumulado
2018	-14868,44	-14868,44	-14868,44
2019	5658,59	4831,03	-10037,41
2020	5178,45	3774,53	-6262,88
2021	5410,55	3366,95	-2895,93
2022	5713,90	3035,71	139,78
2023	20301,62	9208,52	9348,30

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

5.04.02 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto van se define como el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos netos esperados (son descontados en una tasa que representa el costo de oportunidad del capital) y el desembolso inicial de la inversión. (Dumrauf, 2003, pág.292)

$$VAN = \sum \frac{FF}{(1-TMAR)^n} + (-inversión)$$

$$VAN = \frac{5658,59}{(1+0,1713)^1} + \frac{5178,45}{(1+0,1713)^2} + \frac{5410,55}{(1+0,1713)^3} + \frac{5713,90}{(1+0,1713)^4} + \frac{20301,62}{(1+0,1713)^5} + (-14868,44)$$

$$VAN = 9348,30$$

Luego de calcular el Valor Actual Neto se puede evidenciar que para la microempresa se obtuvo un valor positivo de 9348.30 lo que quiere decir que el proyecto es viable ya que genera fortuna luego de haber recuperado el capital invertido y financiado el proyecto totalmente.

5.04.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define como aquella tasa que descuenta el valor de los futuros ingresos netos esperados igualándolos con el desembolso inicial de la inversión. Matemáticamente esta definición equivale a decir que la TIR es aquella tasa que iguala el VAN a cero. (Dumrauf, 2003, pág.296).

$$0 = \sum \frac{FF}{(1+TIR)^n} + (-inversión)$$

$$TIR = \frac{5658,59}{(1+TIR)^1} + \frac{5178,45}{(1+TIR)^2} + \frac{5410,55}{(1+TIR)^3} + \frac{5713,90}{(1+TIR)^4} + \frac{20301,62}{(1+TIR)^5} + (-14868,44)$$

$$TIR = 36,85\%$$

Se puede evidenciar que se obtiene una Tasa Interna de Retorno de 36.85% del 100% que se invierte en la microempresa, lo que significa que el proyecto reembolsa el capital invertido más un margen de ganancia adicional.

5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial. Se calcula señalando exactamente cuánto tiempo toma el recobrar la inversión inicial. (Navarro, 2011, pág.7)

$$PRI = \frac{\text{Periodo último acumulado} + (- \text{Total último año acumulado})}{\text{Siguiendo flujo descontado}}$$

$$PRI = 3 + \frac{(2895,93 - 3035,71)}{}$$

$$PRI = 3.95$$

Al ser menor que los 5 años proyectados se puede evidenciar que la inversión se va a recuperar en 3 años, 11 meses y 13 días lo que quiere decir que el proyecto es recuperable y debería llevarse a cabo.

5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC)

“Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad”.

(Martínez, 2013).

$$RCB = \sum \frac{FF}{(1+TMAR)^n} \div inversión$$

$$RCB = \frac{5658,59}{(1+0,1713)^1} + \frac{5178,45}{(1+0,1713)^2} + \frac{5410,55}{(1+0,1713)^3} + \frac{5713,90}{(1+0,1713)^4} + \frac{20301,62}{(1+0,1713)^5} \div 14868,44$$

$$RCB = 1,63$$

Según el dato obtenido se determina que la microempresa genera (1.63) lo que quiere decir que se gana (0.63) por cada dólar invertido.

5.04.06 Punto de Equilibrio

Este le permite al empresario conocer un límite importante de su negocio: cuál es el nivel mínimo de ventas que se requiere para cubrir todos los costos. A partir del

punto de equilibrio económico, el empresario tiene un punto de referencia para establecer zonas de pérdida y de ganancia, y también para la fijación de estrategias de precios y márgenes de utilidad. (Dumrauf, 2003, pág. 494)

Tabla 64

Datos para calcular punto De Equilibrio

Cuentas	Valores
Costos fijos	
Gasto administrativo	14020,80
Gasto de ventas	6305,11
Costo fijo total	20325,91
Costos variables	
Costo de producción	65372,36
Gasto de ventas	425,00
Costo variable total	65797,36
Producción 1er año	12312
Costo variable unitario	5,34
Precio de venta unitario	
Precio unitario	7,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

$$\text{PUNTO EQUILIBRIO UNIDADES} = \frac{\text{CFT}}{\text{Pvu} - \text{Cvu}}$$

$$\text{PUNTO EQUILIBRIO UNIDADES} = \frac{20325,91}{2,16} = 9431 \text{ unidades}$$

$$\text{PUNTO EQUILIBRIO DOLARES} = \text{PTO EQUI UNIDADES} * \text{PRECIO UNITARIO}$$

$$\text{PUNTO EQUILIBRIO DOLARES} = 9431 \text{ unidades} * 7,50 \text{ usd} = \$ 70.724,11$$

Tabla 65
Punto de Equilibrio

Cantidad	Precio	Ingreso	Costo variable unit.	Costo variable total	Costo fijo	Costo total	Utilidad
100	7,50	749,95	5,34	534,42	20325,91	20860,32	-20110,37
2000	7,50	14999,00	5,34	10688,33	20325,91	31014,24	-16015,24
4000	7,50	29998,00	5,34	21376,66	20325,91	41702,57	-11704,57
6000	7,50	44997,00	5,34	32064,99	20325,91	52390,90	-7393,90
8000	7,50	59996,00	5,34	42753,32	20325,91	63079,23	-3083,23
9431	7,50	70724,11	5,34	50398,21	20325,91	70724,11	0,00
10000	7,50	74995,00	5,34	53441,65	20325,91	73767,56	1227,44
12000	7,50	89994,00	5,34	64129,98	20325,91	84455,89	5538,11
14000	7,50	104993,00	5,34	74818,31	20325,91	95144,22	9848,78
16000	7,50	119992,00	5,34	85506,65	20325,91	105832,55	14159,45
18000	7,50	134991,00	5,34	96194,98	20325,91	116520,88	18470,12

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

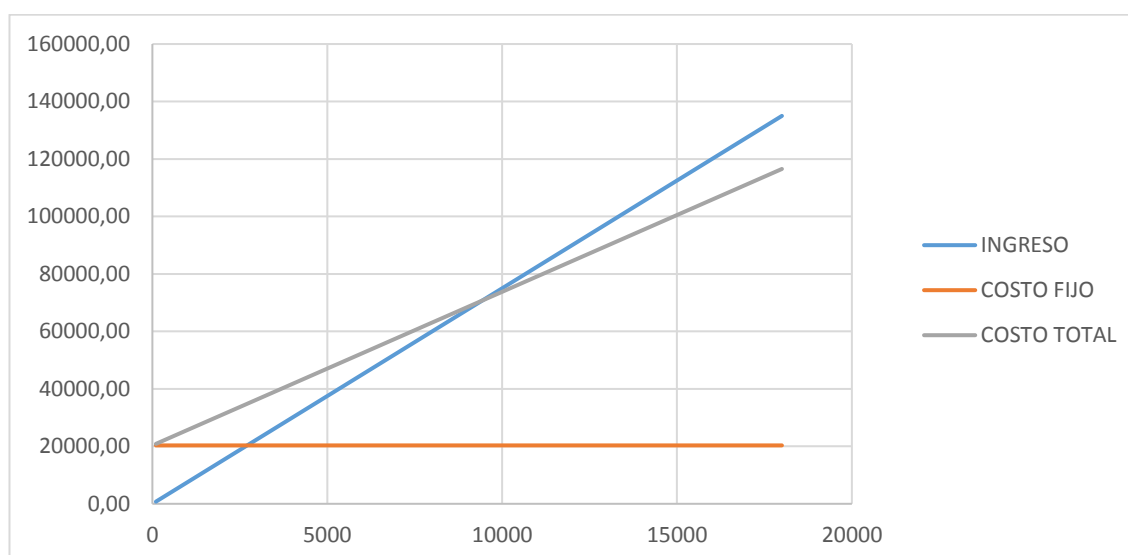


Figura 20 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Una vez analizado los costos fijos y los costos variables se determina que hay que vender 9431 unidades para obtener el punto de equilibrio, aquí no se gana ni se pierde, es decir, los ingresos son iguales a los egresos. Si se vende una unidad menos se presencia pérdidas en cambio sí se vende una unidad sobre los 9431 se obtiene utilidad para la microempresa.

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

“Existen técnicas no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no se relacionan de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa “(Baca, 2010 pág. 189).

- **Relación Pasivo Activo (Razón de Endeudamiento)**

Este indicador permite medir la cantidad de los pasivos mismos que están financiados por intermediarios respecto a los activos propios que posee la microempresa.

Tabla 66
Relación Pasivo Activo

Índices Financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Relación Pasivo Activo	33,63%	23,53%	15,90%	9,44%	3,99%	0,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Para el primer año el endeudamiento de activos con préstamo es de 33.63%, sin embargo, para los próximos años se reducen constantemente ya que el préstamo será cancelado hasta 5 años donde todos los activos pasaran ser propios de la microempresa.

- **Relación patrimonio Activo (Cobertura del Activo Total por Capitales Propios)**

Permite medir el porcentaje de los activos que son propios de la microempresa, es decir, que fueron invertidos con capital propio mediante la aportación económica del socio o del inversionista.

Tabla 67
Relación Patrimonio Activo

Índices Financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Relación Patrimonio Activo	66,37%	76,47%	84,10%	90,56%	96,01%	100,00%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

La microempresa posee el 66.37% del total de los activos, mismos que son invertidos con capital propio y que posteriormente para el quinto año cubrirá todos los activos al 100% sin mantener ninguna deuda a terceros.

- **Rendimiento Sobre el Capital (ROE)**

Es una herramienta que sirve para medir cómo les fue a los accionistas durante el año. Debido a que la meta es beneficiar a los accionistas, el ROE es, en el aspecto contable, la verdadera medida del desempeño en términos del renglón de resultados. (Ross, 2012, pág.55)

Tabla 68
Rendimiento Sobre El Capital

Índices financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Roe	N/a	31,70%	29,06%	33,64%	49,72%	22,40%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

El rendimiento sobre el capital propio invertido por el inversionista genera el 31.70% de utilidad mismo que será de beneficio para el accionista después de la actividad generada entre todo el año.

• Rendimiento Sobre los Activo (ROA)

“El rendimiento sobre los activos (ROA, por las siglas de return on assets) es una medida de la utilidad por dólar de activos”. (Ross, 2012, pág.55)

Tabla 69
Rendimiento Sobre Los Activos

Índices Financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ROA	N/A	18,40%	15,20%	15,67%	19,56%	12,36%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

El rendimiento del activo total es del 18.40% lo que quiere decir que, por cada dólar que se invierte en activos se obtiene un rendimiento de aproximadamente 18 centavos.

• Margen Bruto

“Sirve para medir el porcentaje de utilidad de la empresa después de haber cancelado las mercancías o existencias”. (Gonzales, 2013)

Tabla 70
Margen Bruto

Índices Financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Margen Bruto	N/A	29,20%	29,20%	29,20%	29,20%	29,20%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Por cada dólar que vende la empresa se generan aproximadamente 29 centavos de utilidad bruta para cubrir los gastos operacionales de la microempresa.

• Margen Operativo

Representa el porcentaje de las ventas que supone el margen del negocio en sí mismo, antes de descontar intereses, gastos extraordinarios e impuestos. Mide el beneficio obtenido en la actividad por cada unidad monetaria facturada.

Tabla 71
Margen Operativo

Índices Financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Margen Operativo	N/A	4,34%	4,49%	5,93%	6,07%	6,07%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

Por cada dólar que vende la empresa se generan aproximadamente 5 centavos de utilidad operacional para cubrir los gastos financieros.

• Margen Neto

“Sirve para medir el porcentaje de utilidad de la empresa después de cubrir sus gastos de operación y obligaciones tributarias. (Gonzales, 2013)

Tabla 72
Margen Neto

Índices financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Margen Neto	N/A	2,99%	3,34%	4,76%	5,06%	5,06%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Raúl Toapanta

Por cada dólar que vende la microempresa se generan 4 centavos de utilidad neta para distribuir a los propietarios del negocio.

CAPÍTULO VI

6. Análisis De Impactos

Todo proyecto conlleva un grado de impacto entre las diferentes áreas tanto como positivos o negativo mismos que pueden causar algún tipo de incidente ocasionando que la microempresa tenga un acontecimiento no deseado que puede causar pérdidas económicas y el paro forzoso en la productividad.

Así también la implementación de este proyecto puede tener impactos positivos para el beneficio de la sociedad y la comunidad en general.

Los impactos que se analizarán en el presente proyecto son:

- Impacto Ambiental
- Impacto Económico
- Impacto Político
- Impacto Social

Es importante analizar todos los impactos que puede causar la microempresa al momento de ejercer las actividades, para ello se debe tomar medidas de prevención que ayude controlar algún tipo de siniestro que cause ante la sociedad.

Para ponderar una categoría de nivel de impacto a cada área tanto positivo como negativo se establece la siguiente tabla de calificaciones:

Tabla 73
Niveles de Impacto

Calificación	Significado
-3	Impacto Alto (-)
-2	Impacto Medio (-)
-1	Impacto Bajo (-)
0	Impacto Nulo
1	Impacto Bajo (+)
2	Impacto Medio (+)
3	Impacto Alto (+)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

6.01 Impacto Ambiental

Es un conjunto de análisis técnico-científico, sistemático ,interrelacionados entre sí, cuyo objetivo es la identificación, predicción y evaluación de los impactos significativos positivos y/o negativos, que pueden producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el medio ambiente físico, biológico y humano (Espinoza,2002,pág.137)

Tabla 74
Matriz Impacto Ambiental

Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Producción con insumos Orgánico							✓	3
Contaminación por ruido			✓					-1
Uso de empaques Biodegradable							✓	3
Uso de energía eléctrica y agua potable						✓		2
Contaminación del medio ambiente			✓					-1
Contaminación visual			✓					-1
Total			-3			2	6	5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Total de impacto ambiental =5/6

Total de impacto ambiental = 0.83 = 1 (Impacto bajo positivo)

Para la implementación de la microempresa se utilizara insumos orgánicos además se incentivará a no mal gastar la energía eléctrica y el agua potable en momentos innecesarios, así también para el empaque se utilizará materiales biodegradable el cual ayude a no contaminar el medio ambiente además el ruido al momento de trabajar será escaso ya que no existirá maquinarias encendidas todo el tiempo evitando tener problemas con las personas que se encuentran cerca.

6.02 Impacto Económico

El Impacto Económico generalmente se basa a las áreas donde va a generar algún tipo de bien monetario que de alguna manera va a repercutir en varias situaciones que puede ser de beneficio para algunos o perjudicial para otros.

Tabla 75
Matriz Impacto Económico

Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Liquides empresarial					✓			1
Beneficio del inversionista						✓		2
Percepción de crecimiento						✓		2
Beneficio de entidades publicas					✓			1
Beneficio de pequeños agricultores						✓		2
Total					2	6		8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Total de Impacto Económico = 8/5

Total de Impacto Económico = $1.60 = 2$ (Impacto medio positivo)

La creación de esta microempresa generará beneficio económico para el inversionista, empleados, a los pequeños productores del higo, con ello generando

beneficio a pequeños agricultores que ayuden a crecer de la mano tanto como a la microempresa y todos los que tienen algún tipo de vínculo con esta, también a varias instituciones públicas, de tal manera generando al desarrollo económico del país y aportando al crecimiento del PIB en el sector comercial.

6.03 Impacto Productivo

“Calidad intrínseca a lo largo de la cadena de producción Mayores costos derivados de la necesidad de incurrir en acciones de remediación de ambientes contaminados Efectos sobre la productividad laboral derivados de la calidad del medioambiente” (Escamilla, 2013, pág.11).

El uso de productos saludables en estos tiempos, es esencial para la salud de todas las personas ya que muchos productos son creados a base de quicos y fungicidas generando problemas en la salud.

Tabla 76
Matriz Impacto Productivo

Indicador	Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Uso de productos saludables								✓	3
Incorporación de nuevos productores							✓		2
Transformación en el sector productivo						✓			1
Materia prima e insumos ecuatorianos						✓			1
Dinamización de la economía Ecuatoriana						✓			1
Total						3	2	3	8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Total de Impacto productivo = 8/5

Total de Impacto productivo = 1.60 = 2 (Impacto medio positivo)

Con la creación de la microempresa se genera un impacto medio positivo en el sector productivo ya que se fomentará a consumir y producir productos saludables que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas, de esta manera impulsando a la incorporación de nuevos productores quienes también utilicen materia prima e insumos ecuatorianos que generen aporte en el sector productivo y manufacturero.

6.04 Impacto Social

Un Impacto Social es algo que se experimenta o se siente, en el sentido perceptual (cognitivo) o corporal (físico) a todos los niveles, por ejemplo, a nivel de la persona como individuo, de unidad económica (familia/hogar), de grupo social (círculo de amigos), de lugar de trabajo (una empresa o entidad de gobierno), o más generalmente de comunidad/sociedad (Vanclay, 2015, pág.10)

Tabla 77
Matriz Impacto Social

Indicador \ Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Transformación de la comunidad						✓		2
Generación de empleo						✓		2
Cambio en hábitos de consumo							✓	3
Ferias de integración cultural							✓	3
Programas de capacitación para trabajadores					✓			1
Total					1	4	6	11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Total de impacto social = 11/5

Total de impacto social = $2.20 = 2$ (Impacto medio positivo)

A través de la implementación de la microempresa se obtiene un Impacto Social medio positivo ya que se estima la transformación de la comunidad y todos sus

alrededores generando fuentes de trabajo que beneficie a las personas que integren esta, además se fomentará al consumo de alimentos saludables, capacitación a trabajadores así impulsando a tener buenos hábitos alimenticios, para ello también se realizara ferias socioculturales donde todas las personas puedan acceder a tener mejor conocimiento sobre el producto. Así como es de beneficio para la comunidad también de la mano se favorece la microempresa teniendo un mayor reconocimiento de los productos ofertantes y del buen prestigio de la misma permitiendo trabajar de mejor manera ante la sociedad.

6.05 Impacto Global

Tabla 78
Matriz Resumen

Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Impacto Ambiental					✓			1
Impacto Económico						✓		2
Impacto Productivo						✓		2
Impacto social						✓		2
Total					1	6		7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Raúl Toapanta

Total de impacto social = 7/4

Total de impacto social = 1.75 = 2 (Impacto medio positivo)

El Impacto a nivel general es de 2, lo cual es un Impacto medio positivo lo que determina que la implementación de esta microempresa es de mucho beneficio para la Parroquia El Quinche y todos sus alrededores así también de considerable ayuda para todas las personas que incurren en ella de manera directa o indirecta generando bienestar social entre los demás. Este análisis es complemento del Estudio Financiero realizado anteriormente, por lo que, el proyecto debe ponerse en marcha.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones Y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Se concluye que para la creación de la microempresa son necesarios analizar todos los indicadores macroeconómicos internos y externos mismos que ayudan a determinar que el proyecto si es factible y tomar buenas decisiones que permitan ejercer las funciones legales del país.
- Es importante llevar a cabo un estudio de mercado y tener la suficiente información del ámbito en el que va ejercer las actividades, para ello se debe aplicar una técnica coherente como la encuesta el cual permite tener un mejor conocimiento de lo que percibe y anhela el cliente.
- Para la implementación de la microempresa es necesario, establecer los procesos productivos lo cual permita tener un sistema ordenado, mejorando la agilidad y evitando tener tiempos muertos que puede perjudicar en la calidad y el servicio a los consumidores.
- Al realizar el estudio se aplica indicadores como el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), Periodo de recuperación de la inversión (PRI) y relación costo beneficio (RBC) los cuales permiten evidenciar que el

proyecto si es viable y rentable ya que la inversión total fue de \$ 14868.44 contando con recursos propios de \$ 9868.44 y el financiamiento de \$ 5000.00 mismos rubros que se recuperará en el periodo de 3 años, 11 meses y 13 días.

- Para la implementación de la microempresa es necesario analizar el impacto que causa en los diferentes sectores ya sea productivo, social, económico o ambiental el mismo que ayuda para la toma de buenas decisiones.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda que la microempresa se encuentre en constante innovación de productos los cuales permitan crecer constantemente, atrayendo a clientes a consumir el producto que dispone el mismo.
- Para la microempresa dedicada a la elaboración de bombón a base del higo, se recomienda utilizar materias primas saludables mismas que no tenga algún producto procedente a base de químicos, con ello garantizando la salud de los consumidores.
- Para el correcto funcionamiento en el mercado laboral debe tener todos los permisos legales actualizados y en regla como lo establecen las leyes en el país, y evitar ser clausurado o sancionado.
- Se recomienda utilizar las buenas prácticas de manufactura para manipular cualquier tipo de alimento así garantizando al cliente que se toma todas las medidas necesarias para ofrecer un producto saludable y satisfacer con las expectativas que esperan tener al momento de consumir.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**

El objetivo de esta encuesta es determinar el lanzamiento de un nuevo producto (bombones de higo relleno de mermelada). Toda información proporcionada por las personas serán usadas para ese único fin.

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que crea conveniente para su preferencia.

1. ¿Usted consume chocolate?

☐	Si
☐	No

Nota: Si su respuesta fue No, por favor responda la pregunta 5

2. ¿Con que frecuencia usted consume chocolate?

☐	Diario
☐	Semanal
☐	Quincenal
☐	Mensual

3. ¿Cuánto gasta en promedio para este tipo de producto?

☐	De \$1.00 a \$5.00 semanal
☐	De \$5.00 a \$10.00 Quincenal
☐	De \$10.00 a \$15.00 Mensual

4. ¿Está usted satisfecho con los productos y precios ya existentes en el mercado?

☐	Si
☐	No

5. ¿Le gustaría consumir un bombón de higo relleno con mermelada?

☐	Si
☐	No

Nota: si su respuesta fue no la encuesta ha terminado. Muchas gracias por su participación.

6. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

☐	Tiendas
☐	Supermercados
☐	Local comercial

7. ¿Mediante qué medio le gustaría conocer novedades acerca del producto?

☐	Redes Sociales
☐	E-mail
☐	Televisión
☐	Radio

**** Gracias por su participación * ***

ANEXO 2. FICHAS Y LINEAMIENTOS DE CONTROL

- Recepción de materia prima

Control de Existencias en el Inventario

Producto	Cantidad máxima	Cantidad mínima	Método
Referencia	Reglamento de la empresa	Reglamento de la empresa	Promedio ponderado

FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
	Concepto	Cantidad	Vr. Unitario	vr. Total	Cantidad	Vr. Unitario	vr. Total	Cantidad	Vr. Unitario	Total
Costos				\$			\$			

FORMULARIO DE PEDIDOS

- **Elaborar número de pedido correspondiente**

[illegible]

IMPLEMENTOS DE PROTECCIÓN PARA PRODUCCIÓN

- Rellenar y manipular el producto



ANEXO 3 TABLA DE AMORTIZACIÓN MÉTODO FRANCÉS

Periodo	Saldo inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo final
0					5000.00
1	5000.00	91.67	138.09	46.43	4953.57
2	4953.57	90.82	138.09	47.28	4906.29
3	4906.29	89.95	138.09	48.15	4858.15
4	4858.15	89.07	138.09	49.03	4809.12
5	4809.12	88.17	138.09	49.93	4759.19
6	4759.19	87.25	138.09	50.84	4708.35
7	4708.35	86.32	138.09	51.77	4656.57
8	4656.57	85.37	138.09	52.72	4603.85
9	4603.85	84.40	138.09	53.69	4550.16
10	4550.16	83.42	138.09	54.67	4495.48
11	4495.48	82.42	138.09	55.68	4439.81
12	4439.81	81.40	138.09	56.70	4383.11
13	4383.11	80.36	138.09	57.74	4325.37
14	4325.37	79.30	138.09	58.80	4266.57
15	4266.57	78.22	138.09	59.87	4206.70
16	4206.70	77.12	138.09	60.97	4145.73
17	4145.73	76.01	138.09	62.09	4083.64
18	4083.64	74.87	138.09	63.23	4020.41
19	4020.41	73.71	138.09	64.39	3956.02
20	3956.02	72.53	138.09	65.57	3890.46
21	3890.46	71.33	138.09	66.77	3823.69
22	3823.69	70.10	138.09	67.99	3755.69
23	3755.69	68.85	138.09	69.24	3686.45
24	3686.45	67.58	138.09	70.51	3615.94
25	3615.94	66.29	138.09	71.80	3544.14
26	3544.14	64.98	138.09	73.12	3471.02
27	3471.02	63.64	138.09	74.46	3396.56
28	3396.56	62.27	138.09	75.82	3320.74
29	3320.74	60.88	138.09	77.21	3243.53
30	3243.53	59.46	138.09	78.63	3164.90
31	3164.90	58.02	138.09	80.07	3084.82
32	3084.82	56.56	138.09	81.54	3003.29
33	3003.29	55.06	138.09	83.03	2920.25
34	2920.25	53.54	138.09	84.56	2835.69
35	2835.69	51.99	138.09	86.11	2749.59
36	2749.59	50.41	138.09	87.69	2661.90
37	2661.90	48.80	138.09	89.29	2572.61
38	2572.61	47.16	138.09	90.93	2481.68
39	2481.68	45.50	138.09	92.60	2389.08
40	2389.08	43.80	138.09	94.29	2294.79
41	2294.79	42.07	138.09	96.02	2198.76
42	2198.76	40.31	138.09	97.78	2100.98
43	2100.98	38.52	138.09	99.58	2001.40
44	2001.40	36.69	138.09	101.40	1900.00
45	1900.00	34.83	138.09	103.26	1796.74
46	1796.74	32.94	138.09	105.15	1691.59
47	1691.59	31.01	138.09	107.08	1584.50
48	1584.50	29.05	138.09	109.05	1475.46
49	1475.46	27.05	138.09	111.04	1364.41
50	1364.41	25.01	138.09	113.08	1251.33
51	1251.33	22.94	138.09	115.15	1136.18
52	1136.18	20.83	138.09	117.26	1018.91
53	1018.91	18.68	138.09	119.41	899.50
54	899.50	16.49	138.09	121.60	777.90
55	777.90	14.26	138.09	123.83	654.06
56	654.06	11.99	138.09	126.10	527.96
57	527.96	9.68	138.09	128.42	399.54
58	399.54	7.32	138.09	130.77	268.78
59	268.78	4.93	138.09	133.17	135.61
60	135.61	2.49	138.09	135.61	0.00

Bibliografía

- Coe & Coe. (1999, pág. 85). *La verdadera historia del chocolate*. (2da Edición). México: FCE-Fondo De Cultura Económica
- Karl, S. (1999, pág. 140). *HISTORIAL DEL CACAO*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de GESTION: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1594/1/tgas10.pdf>
- Adiel, J. (2010). *El higo*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de HISTORIA: <http://adielcg.blogspot.com/2010/06/historia.html>
- Lelyen, R. (2011). *El higo*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2017, de LIVE: <https://www.vix.com/es/imj/salud/4361/cuales-son-los-beneficios-del-higo-y-sus-hojas>
- Jeisson, O. (2014). *Factor económico*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de PREZI: <https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/>
- Blacutt, M. (2013). *El desarrollo local complementario*. (1ra. Edición) España: Málaga. Fundación Universitaria Andalu
- Nunes, P. (2015). *Ciencias económicas y comerciales*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de Knoow: <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/pib-producto-interno-bruto.htm>
- Cámara de Comercio de Guayaquil. (2017). *PIB Sectorial*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de: <http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2017/03/REG-1.5.1-1-IPE-184-PIB-2016-y-Proyecciones-2017.pdf>
- Ortíz, J. (2014). *Tasa de interés*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de FINANZAS PROYECTOS: <https://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/>
- Muños, C. (2011). *Tasa activa*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de TASAS ACTIVAS Y PASIVAS: <http://activasypasivasbcb.blogspot.com/2011/10/definicion-de-tasas-activas-y-pasivas.html>
- Montilla, F. (2007). *Tasa de riesgo país, ese desconocido*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de ZONAECONÓMICA: <https://www.zonaeconomica.com/riesgo-pais>
- Méndez, R. (2010). *Factor social*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de SLIDESHARE: <https://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>
- Glejberman, D. (2012). *Población económicamente activa*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de CENTRO INTERNACIONAL DE FORMACIÓN: <http://recap.itcilo.org/es/documentos/files-imt2/es/dg5>

Díaz, G. (2008). *El empleo*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de DEFINICIÓN DE EMPLEO: <https://www.definicionabc.com/economia/empleo.php>

Lombo, H. (2015). *El desempleo*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/267221421/Desempleado-Profesional>

Araque, W. (2014). *El subempleo*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de SUBEMPLEO, EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO DE CAPACIDADES: [http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/WA_Subempleo%20emprendimiento\(1\).pdf](http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/WA_Subempleo%20emprendimiento(1).pdf)

Canales, G. (2016). *Factor legal*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de MERCADOTECNIA INTERNACIONAL: <http://mercadotecniainternacional5.blogspot.com/2016/09/perfil-del-consumidor.html>

Agencia Nacional de Regulación. (2017). *Registro sanitario, ese desconocido*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA: http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/11/ie-d.1.1.-ali-01-a1_requisitos_rs_alimentos_nacionales.pdf

Juan, P. (2017). *Requisitos permiso LUAE*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de FOROS ECUADOR: <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tramites/4403-requisitos-luae>

Nehuen, J. (2017). *Factor tecnológico*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de CULTURA ORGANIZACIONAL: <http://ehrosha.blogspot.com/2017/08/factores-tecnologicos.html>

Alvarado, V. (2011). *Cientes*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de SESIÓN DE APRENDIZAJE: <http://vilmaalvarado.blogspot.com/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html>

Nunes, P. (2016). *Proveedor*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de KNOOW: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/proveedor/>

Arias, J. (2010). *Competidores*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de MERCADOTECNIA: <http://jennyarias03.blogspot.com/2010/06/la-competencia.html>

Guamán, Ch. (2012). *Gestión administrativa*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de GESTION: <http://studylib.es/doc/7255499/tesis-de-grado---repositorio-utc--universidad-técnica-de>

Arnoletto & Díaz. (2009, pág. 54). *Un aporte hacia la gestión pública*. (Edición electrónica) Córdoba: Argentina. Servicio Académico: SC

Borja, C. (2008). *Gestión comercial*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de GESTION: <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>

- Thompson, I. (2006). *Definición de producto*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de MARKETING-FREE: <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>
- Kotler, P. (2008). *Definición de precio*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de MARKETING-FREE: <http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>
- Acuña, J. (2013). *Plaza*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de OVERBLOG: <http://acualonit.verblog.com/las-4-p-prec-producto-plaza-y-promocion>
- Córdoba, J. (2013). *Análisis del consumidor*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/332740781/An-Lisis-Del-Consumidor>
- Rienzo, J. (2008). *Población*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de GET PRINTBOOK: <https://books.google.com.ec/books?id=huIRHgNpqkkC&pg=PA2&lp g=PA2&dq=Una+poblaci%C3%B3n+es+un+conjunto+de+elementos+acotados+en+un+tiempo+y+en+un+espacio+determinados>.
- Bisquerra, C. (1999). *La muestra*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de SOPORTE ACADÉMICO: <http://filomenametodologadelainvestigacin.blogspot.com/2014/02/ejemplo-del-marco-metodologico-para-el.html>
- Thompson, I. (2006). *Concepto de encuesta*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de PROMONEGOCIOS: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion-1p.html>
- Pardinas, D. (2005). *La entrevista*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de ISSUU: https://issuu.com/danielaaraujod/docs/rep__blica_bolivariana_de_venezuela
- Tamayo, M. (2007). *Método observación*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2017, de EUMED: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/metodologia-investigacion.html>
- Kotler, P. (2014). *L demanda*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2017, de PREZI: <https://prezi.com/s2zquld85zcq/segun-philip-kotler/>
- Rojas, S. (2009). *Demanda histórica*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2017, de BUENDATO.COM: <http://buendato.com/profiles/blogs/analisis-de-la-demanda>
- Carreño, N. (2014). *Demanda actual-demanda proyectada*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2017, de PREZI: <https://prezi.com/fkmtpg1vzu2p/demanda-actual-y-futura/>
- Córdova, S. (2002). *Oferta histórica*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2017, de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/51305739/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos>

- Fernández, J. (2008). *Productos sustitutos*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2017, de SLIDESSHARE: <https://es.slideshare.net/jcfdezmx2/diagrama-de-las-5-fuerzas-de-porter-presentation>
- Delgadillo, J. (2014). *Balance actual*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2017, de PREZI: <https://prezi.com/pfdgt2gzsojn/balance-entre-la-oferta-y-la-demanda/>
- Rosales, D. (2005). *Estudio técnico*. Recuperado el 27 de diciembre de 2017, de REPOSITORIO: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Jara, R. (2015). *Capacidad instalada*. Recuperado el 27 de diciembre de 2017, de OBSERVATORIO ECONÓMICO: <http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Veracruz, D. (2009). *Capacidad óptima*. Recuperado el 27 de diciembre de 2017, de OBSERVATORIO ECONÓMICO: <https://www.conservation-strategy.org/es/hydrocalculator-help-article/capacidad-utilizada>
- Hernández, L. (2012). *Macro-localización*. Recuperado el 27 de diciembre de 2017, de REPOSITORIO: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19699/1/Karen%20Suleyca%20G%C3%B3mez%20Ledesma.pdf>
- Méndez, R. (2006). *Definición de bien*. Recuperado el 27 de diciembre de 2017, de ECONOMÍA: http://fresno.ulima.edu.pe/wu/wuie_bd001.nsf/Vocabulario/EDC43EDBC14A7A0E0525746D006A7988?OpenDocument
- Muñiz, R. (2010). *Producto*. Recuperado el 27 de diciembre de 2017, de MARKETING: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Pérez, J. (2016). *Maquinaria y equipos*. Recuperado el 27 de diciembre de 2017, de PREZI: <https://prezi.com/qdl7ojf0y3vo/maquinaria-planta-y-equipos/>
- Rojas, R. (2014). *Contabilidad de costos*. Recuperado el 18 de enero de 2018, de BDIGITAL: <http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>
- Jiménez, W. (2010, pág. 38). *Contabilidad de costos*. (2da. Edición) Bogotá: DC.Colombia- Fundación para la Educación Superior San Mateo.
- Rojas, R. (2014). *Gato administrativo*. Recuperado el 18 de enero de 2018, de BDIGITAL: <http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Recuperado el 18 de enero de 2018, de ISSUU: https://issuu.com/jazmindelacruz/docs/gabriel_baca_urbina-evaluacion_de_p
- Ross, J. (2003, pág. 208). *Fundamentos de Finanzas Corporativa*. (9na. Edición) México: McGraw-Hill.
- Escribano, G. (2011, pág. 258). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. (3ra. Edición) España: Graficas-Euja.

- Bautista, H. (2011). *Clasificación de las inversiones*. Recuperado el 18 de enero de: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf
- Visiers, R. (2017). *Activos fijos*. Recuperado el 18 de enero de 2018, de BUSINESCHOOL: <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/923fbdb1a071a4533d1fa4b240c25592.pdf>
- Nunes, P. (2016). *Fuentes de financiamiento*. Recuperado el 18 de enero de 2018, de KNOOW: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de-financiamiento/>
- Prieto, D. (2010). *Análisis financiero*. Recuperado el 19 de enero de 2018, de: <http://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-analisis-financiero.pdf>
- Esteve, V. (2017). *Tasa de descuento*. Recuperado el 19 de enero de 2018, de BLOG: <http://vicentesteve.com/que-es-la-tasa-de-descuento/>
- Dumrauf, G. (2003). *Finanzas corporativas*. Recuperado el 19 de enero de 2018, de SLIDESHARE: <https://es.slideshare.net/yamilalejandrolopez/finanzas-corporativas-guillermo-ldumrauf>
- Navarro, M. (2011). *Métodos de evaluación de proyectos*. Recuperado el 19 de enero de 2018, de: [ldumraufhttps://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:P3y_acjVDuwJ:https://mauricionavarrozeledon.files.wordpress.com/2011/03/unidad-iv-mc3a9todos-de-evaluac3b3n-de-proyectos.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:P3y_acjVDuwJ:https://mauricionavarrozeledon.files.wordpress.com/2011/03/unidad-iv-mc3a9todos-de-evaluac3b3n-de-proyectos.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec)
- Martínez, A. (2003). *Análisis costo beneficio*. Recuperado el 19 de enero de 2018, de SLIDESHARE: <https://es.slideshare.net/alejandramartineztapia/analisis-costo-beneficio>
- González, O. (2013). *Razones financieras*. Recuperado el 19 de enero de 2018, de CONTADORES: <http://www.nunezdubonyasociados.com/sitio/index.php/noticias/341-razones-financieras>
- Espinoza, G. (2002). *Evaluación de impacto ambiental*. Recuperado el 15 de febrero de 2018, de GESTIÓN Y FUNDAMENTOS: <http://www.ced.cl/ced/wp-content/uploads/2009/03/gestion-y-fundamentos-de-eia.pdf>
- Escamilla, J. (2002). *Evaluación de impacto*. Recuperado el 15 de febrero de 2018, de SLIDESHARE: <https://es.slideshare.net/fjescamilla/impacto-del-desarrollo-econmico>
- Vanclay, F. (2015). *Evaluación de impacto social*. Recuperado el 15 de febrero de 2018, de: <https://www.iaia.org/uploads/pdf/Evaluacion-Impacto-Social-Lineamientos.pdf>



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA ESCUELAS DE 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) TOAPANTA BAUTISTA RAÚL EDUARDO, portador de la cédula de identidad N° 1727940833, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 02 de mayo del 2018

 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
02 MAY 2013
Sra. Mariela Balseca
CAJA VISTO FINANCIERO
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Ing. ~~Reinaldo~~ *Reinaldo* ~~Alfaro~~ *Alfaro*
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



03 MAY 2013

9.66. *RS*
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Raul Eduardo Toapanta Bautista.pdf (D37157256)
Submitted: 4/3/2018 12:49:00 AM
Submitted By: raul_edus2015@hotmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

elizabeth gualavisi tutillo.pdf (D37047201)
Laura Estefanía Flores Flores.docx (D37054795)
Wesly Wilson Cepeda Mancheno.pdf (D37111335)
Pamela Vannessa Cevallos Ramos.pdf (D37116402)
ROXANA ISAMAR VALENCIA LEON.pdf (D37113597)
<https://www.slideshare.net/raularenas2/flujos-de-efectivo-ross>
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1876/3/T-ESPE-019411.pdf>
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/6781/1/02%20ICO%20503%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/9743/1/Fernando%20Javier%20Cuenca%20Pardo.pdf>

Instances where selected sources appear:

22



ING. ARMANDO ANALUISA

Tutor del Proyecto