



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANCIERA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATES RELLENOS CON PULPA  
DE FRUTA NATURAL, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL  
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019.**

**Proyecto de factibilidad previo a la obtención del título de Tecnóloga en  
Administración Bancaria y Financiera**

**Autora: Katty Alexandra Villa Colcha**

**Directora: Dra. Mayra Gabriela Torres Lara**

**Quito, Junio 2019**

## ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 22 de mayo del 2019

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **VILLA COLCHA KATTY ALEXANDRA**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATES RELLENOS CON PULPA DE FRUTA NATURAL, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019.**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



TORRES LARA MAYRA GABRIELA  
**Tutor de Proyectos**

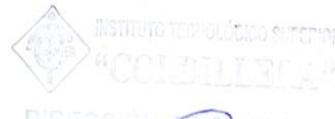


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA

SALAS JIMENEZ FRANCISCO  
**Delegado Unidad de Titulación**



PIMBO BASTIDAS ANGELA MARÍA  
**Lector de Proyectos**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERAS

BURGA JADAN MARIA FERNANDA  
**Directora de Carrera**

### CAMPUS 1 - MATRIZ

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

### CAMPUS 2 - LOGROÑO

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

### CAMPUS 3 - BRACAMOROS

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

### CAMPUS 4 - BRASIL

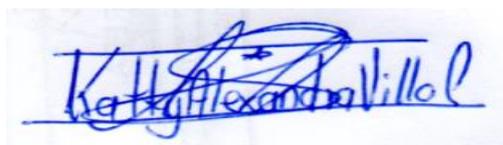
Av. Brasil N46-45 y  
Zamora  
Telf.: 2246036

### CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí  
Oe2-36 y  
Bracamoros.  
Telf: 2249994

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Katty Alexandra Villa Colcha**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, 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.



---

Katty Alexandra Villa Colcha

C.C.: 172530101-2

### LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Katty Alexandra Villa Colcha, portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172530101-2 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 creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de chocolates rellenos con pulpa de fruta natural, ubicada en el sector norte del distrito metropolitano de Quito, año 2019.”, con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Katty Alexandra Villa Colcha

C.C: 172530101-2

Quito, Junio 2019

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios por todas sus bendiciones derramadas en mí y darme fortaleza para seguir mi camino, a mis padres por su apoyo incondicional en todo momento, al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por acogerme y permitirme recorrer por sus aulas adquiriendo conocimientos y formándome como dama y excelente profesional, a mi tutora Dra. Mayra Torres Lara por brindarme sus conocimientos, por su paciencia y por estar siempre dispuesta para la culminación del proyecto y finalmente agradezco a toda mi familia y amigas que me brindaron el apoyo necesario.

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la vida,

A mi angelito que aunque no está a mi lado es mi fuerza,

A mis padres Marina y Eduardo por su apoyo incondicional,

A mis hermanos Jefferson, Cristian, Camila y mi prima Evelyn por ser mi fortaleza y

mi inspiración.

## ÍNDICE GENERAL

### CONTENIDO

DECLARACION DE AUTORIA.....	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL .....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA .....	v
INDICE GENERAL.....	vi
INDICE DE TABLAS .....	xi
INDICE DE FIGURAS .....	xiii
INDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiv
ABSTRACT .....	xvi
CAPÍTULO I .....	1
1.Introducción .....	1
1.1Justificación .....	2
1.2Antecedentes .....	3
CAPÍTULO II.....	5
2. Análisis Situacional.....	5
2.1.01 Factor Económico .....	6
2.1.01.01 Producto Interno Bruto (PIB) .....	6
2.1.01.02 Inflación .....	8
2.1.01.04 Tasa de Interés Activa .....	10
2.1.01.05 Tasa de Interés Pasiva .....	11
2.1.01.06 Riesgo País .....	12
2.1.02 Factor Social .....	14
2.1.02.01 Tasa de Desempleo.....	14
2.1.02.02 Población Económicamente Activa (PEA).....	15
2.1.03 Factor Legal .....	17
2.1.03.01 Servicio de Rentas Internas (SRI).....	18
2.1.03.01.01 Requisitos para obtener el Ruc. ....	18
2.1.03.01.01.01 Obligaciones a cumplir ante el SRI .....	18

2.1.03.02 Ilustre Municipio de Quito .....	19
2.1.03.02.01 Patente Municipal.....	19
2.1.03.02.01.01 Requisitos para obtener la Patente.....	19
2.1.03.02.02 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).....	20
2.1.03.02.02.01 Requisitos para obtener la LUAE .....	20
2.1.03.03 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).....	21
2.1.03.03.01 Requisitos para aportar al IESS .....	22
2.1.03.03.02 Obligaciones a cumplir ante el IESS .....	23
2.1.03.04 Ministerio de Trabajo .....	23
2.1.03.04.01 Requisitos para obtener la clave en el Ministerio de Trabajo .....	24
2.1.03.04 Agencia de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).....	24
2.1.03.04.01 Requisitos para solicitar el permiso (ARCSA).....	25
2.1.04 Factor Tecnológico .....	25
2.2 Entorno Local .....	26
2.2.01 Clientes .....	26
2.2.01.01 Cliente Interno .....	26
2.2.02 Proveedores.....	27
2.2.03 Competencia .....	27
2.3 Análisis Interno.....	28
2.3.01 Propuesta Estratégica .....	29
2.3.01.01 Misión de la Microempresa.....	29
2.3.01.02 Visión de la Microempresa.....	30
2.3.01.03 Objetivos.....	31
2.3.01.03.01 Objetivo General .....	31
2.3.01.03.02 Objetivos Específicos.....	32
2.3.01.04 Valores.....	32
2.3.02 Gestión Administrativa .....	34
2.3.02.02.01 Organigrama Estructural .....	36
2.3.03 Gestión Operativa .....	42
2.3.04 Gestión Comercial .....	43
2.4 Análisis FODA .....	51
CAPÍTULO III .....	53

3. Estudio de Mercado .....	53
3.1 Análisis del consumidor .....	53
3.1.01.01. Población.....	54
3.1.02 Técnicas de Obtención de Información .....	56
3.1.02.01 Encuesta .....	57
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>79</b>
4. Estudio Técnico .....	79
4.1 Tamaño del proyecto.....	79
4.1.01 Capacidad Instalada .....	80
4.1.01.01 Variables de viabilidad.....	80
4.1.02 Capacidad Óptima.....	81
4.2 Localización .....	81
4.2.01 Macro Localización.....	82
4.2.02 Micro Localización .....	83
4.2.03 Localización Óptima .....	84
4.3 Ingeniería del Producto .....	85
4.3.01 Distribución de Bienes y Servicios.....	85
4.3.01.01 Bien.....	85
4.3.01.02 Servicio .....	86
4.3.02 Distribución de la planta.....	86
4.3.02.01 Matriz SLP .....	87
4.3.03 Plano .....	88
4.3.04. Proceso de Comercialización .....	89
4.3.04.01 Comercialización.....	89
4.3.04.02 Diagrama de Flujo.....	90
4.3.04.02.01 Simbología .....	91
4.3.04.02.02 Actividad de Subproceso de Compra de Materia Prima .....	92
4.3.04.02.03 Actividad de Subproceso de Producción .....	94
4.3.04.02.04 Actividad de Subproceso de Ventas .....	96
4.3.05. Equipos .....	98
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>99</b>
5. Estudio Financiero .....	99

5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales .....	99
5.1.01 Ingresos Operacionales .....	99
5.1.02 Ingresos No Operacionales .....	101
5.2 Costos .....	101
5.2.01 Costo Directo .....	101
5.2.02 Costos Indirectos.....	103
5.2.03 Gasto Administrativo .....	104
5.2.04 Gasto de Ventas .....	106
5.02.05 Costos Fijos y Variables.....	107
5.02.05.01 Costos Fijos.....	107
5.02.05.02 Costos Variables .....	107
5.3 Inversiones.....	108
5.3.01 Inversión Fija .....	109
5.3.01.01 Activos Fijos .....	109
5.3.01.02. Activos Nominales .....	109
5.3.03. Fuentes de financiamiento y uso de fondos .....	111
5.3.04. Amortización del financiamiento .....	112
5.3.05. Depreciaciones.....	113
5.3.06 Estado de Situación Financiera Inicial .....	113
5.3.07 Estado de Resultados .....	115
5.3.08 Flujo de Caja.....	116
5.4 Evaluación Financiera.....	116
5.4.01. Tasa de Descuento .....	116
5.04.02 Flujos Neto de Efectivo.....	117
5.4.03. Valor Actual Neto (VAN).....	117
5.4.04 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	118
5.4.05. Período de recuperación de la inversión (PRI) .....	119
5.4.06 Relación Costo / Beneficio (RBC) .....	120
5.4.07 Punto de equilibrio.....	120
5.4.08 Análisis de indicadores financieros .....	122
5.4.08.01 Rentabilidad sobre los Activos (ROA).....	122
5.4.08.02 Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE).....	123

---

CAPÍTULO VI .....	125
6.Análisis de Impactos .....	125
6.1 Impacto Ambiental.....	125
6.2 Impacto Económico .....	126
6.3 Impacto Productivo .....	127
6.4 Impacto Social .....	128
CAPÍTULO VI .....	129
7.Conclusiones y Recomendaciones .....	129
7.1 Conclusiones .....	129
7.2 Recomendaciones.....	130
ANEXOS .....	133
Bibliografía .....	133

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1 PIB Nacional</i> .....	6
<i>Tabla 2 PIB Sectorial</i> .....	7
<i>Tabla 3 Tasa de Inflación</i> .....	8
<i>Tabla 4 Tasa de Interés Activa</i> .....	10
<i>Tabla 5 Tasa de Interés Pasiva</i> .....	11
<i>Tabla 6 Riesgo País 2018</i> .....	13
<i>Tabla 7 Tasa de Desempleo</i> .....	14
<i>Tabla 8 Población Económicamente Activa (PEA)</i> .....	16
<i>Tabla 9 Recursos Tecnológicos</i> .....	25
<i>Tabla 10 Clientes</i> .....	26
<i>Tabla 11 Proveedores Directos</i> .....	27
<i>Tabla 12 Competencia</i> .....	28
<i>Tabla 13 Etapas de la Planeación</i> .....	35
<i>Tabla 14 Manual de Funciones Cargo Administrador</i> .....	37
<i>Tabla 15 Manual de Funciones Cargo Asistente Contable</i> .....	38
<i>Tabla 16 Manual de Funciones Cargo Vendedor</i> .....	39
<i>Tabla 17 Manual de Funciones Cargo Operario</i> .....	40
<i>Tabla 18 Precio</i> .....	45
<i>Tabla 19 Plaza</i> .....	46
<i>Tabla 20 Análisis Género</i> .....	60
<i>Tabla 21 Análisis Edad</i> .....	61
<i>Tabla 22 Análisis Consumo de chocolate</i> .....	62
<i>Tabla 23 Análisis Frecuencia de consumo</i> .....	63
<i>Tabla 24 Análisis Consumo de chocolates rellenos</i> .....	64
<i>Tabla 25 Análisis Sabor</i> .....	65
<i>Tabla 26 Análisis Consumo de chocolates rellenos artesanales</i> .....	66
<i>Tabla 27 Análisis Características</i> .....	67
<i>Tabla 28 Análisis Maracas de chocolates</i> .....	68
<i>Tabla 29 Análisis Empaque del producto</i> .....	69
<i>Tabla 30 Análisis Personalizar los chocolates</i> .....	70
<i>Tabla 31 Análisis Conocer el producto</i> .....	71
<i>Tabla 32 Análisis Implementación de microempresa Artesanal</i> .....	72
<i>Tabla 33 Análisis Precio del producto</i> .....	73
<i>Tabla 34 Oferta Actual</i> .....	74
<i>Tabla 35 Oferta Proyectada</i> .....	75
<i>Tabla 36 Resultados de la Encuesta</i> .....	76
<i>Tabla 37 Demanda Actual</i> .....	77
<i>Tabla 38 Demanda Proyectada</i> .....	77
<i>Tabla 39 Balance de la Oferta y Demanda</i> .....	78

<i>Tabla 40 Balance Proyectado .....</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 41 Personal de la Microempresa .....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 42 Variables de viabilidad .....</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 43 Macro Localización .....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla 44 Micro Localización .....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla 45 Localización Óptima.....</i>	<i>84</i>
<i>Tabla 46 Matriz SLP.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 47 Matriz SLP.....</i>	<i>87</i>
<i>Tabla 48 Dimensiones del Plano.....</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 49 Simbología .....</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 50 Activos Fijos Microempresa .....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 51 Ingresos .....</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 52 Proyección de Ingresos.....</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 53 Costos Directos.....</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 54 Costos Indirectos de Fabricación .....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 55 Gastos Administrativos .....</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 56 Gasto de Ventas .....</i>	<i>106</i>
<i>Tabla 57 Costos Fijos y Variables .....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 58 Inversión Fijos .....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 59 Activos Nominales.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 60 Inversión de Capital de Trabajo .....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 61 Fuente de Financiamiento y Uso de Fondos .....</i>	<i>111</i>
<i>Tabla 62 Amortización del Préstamo .....</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 63 Depreciaciones .....</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 64 Estado de Situación Financiera Inicial.....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 65 Estado de Resultados Proyectado .....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 66 Flujo de Caja Proyectado .....</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 67 Tasa de Descuento TMAR.....</i>	<i>117</i>

## Índice de Figuras

<i>Figura 1 PIB Nacional</i> .....	7
<i>Figura 2 PIB Sectorial</i> .....	8
<i>Figura 3 Tasa de Inflación</i> .....	9
<i>Figura 4 Tasa de Interés Activa</i> .....	10
<i>Figura 5 Tasa de Interés Pasiva</i> .....	12
<i>Figura 6 Riesgo País 2018</i> .....	13
<i>Figura 7 Tasa de Desempleo</i> .....	15
<i>Figura 8 Población Económicamente Activa (PEA)</i> .....	16
<i>Figura 9 Misión de CHOC´FRUT SWEED</i> .....	31
<i>Figura 10 Visión de CHOC´FRUT SWEED</i> .....	32
<i>Figura 11 Etapas de la Planeación</i> .....	35
<i>Figura 12 Organigrama Estructural de CHOC´FRUT SWEED</i> .....	36
<i>Figura 13 Cadena de Valor</i> .....	43
<i>Figura 14 Producto en caja</i> .....	44
<i>Figura 15 Producto Unitario</i> .....	44
<i>Figura 16 Ubicación de CHOC´FRUT SWEED</i> .....	46
<i>Figura 17 Tarjeta de Presentación</i> .....	48
<i>Figura 18 Página de Facebook</i> .....	49
<i>Figura 19 Degustaciones</i> .....	49
<i>Figura 20 Logotipo de CHOC´FRUT SWEED</i> .....	50
<i>Figura 21 FODA</i> .....	52
<i>Figura 22 Análisis Género</i> .....	60
<i>Figura 23 Análisis Edad</i> .....	61
<i>Figura 24 Análisis Consumo de chocolate</i> .....	62
<i>Figura 25 Análisis Frecuencia de consumo</i> .....	63
<i>Figura 26 Análisis Consumo de chocolates rellenos</i> .....	64
<i>Figura 27 Análisis Sabor</i> .....	65
<i>Figura 28 Análisis Consumo de chocolates rellenos artesanales</i> .....	66
<i>Figura 29 Análisis Características</i> .....	67
<i>Figura 30 Análisis Maracas de chocolates</i> .....	68
<i>Figura 31 Análisis Empaque del producto</i> .....	69
<i>Figura 32 Análisis Personalizar los chocolates</i> .....	70
<i>Figura 33 Análisis Conocer el producto</i> .....	71
<i>Figura 34 Análisis Implementación de microempresa Artesanal</i> .....	72
<i>Figura 35 Análisis Precio del producto</i> .....	73
<i>Figura 36 Macro Localización</i> .....	82
<i>Figura 37 Micro Localización</i> .....	83
<i>Figura 38 Localización Óptima</i> .....	85
<i>Figura 39 Matriz SLP</i> .....	88
<i>Figura 40 Plano</i> .....	88
<i>Figura 41 Punto de Equilibrio</i> .....	121

## Índice de Anexos

<i>Anexo 2 Elaboración de Producto .....</i>	<i>132</i>
<i>Anexo 1 Producto en Caja .....</i>	<i>132</i>
<i>Anexo 3 Manual de Funciones.....</i>	<i>132</i>

---

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad determinar la factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de chocolates rellenos con pulpa de fruta natural, la cual estará ubicada en la parroquia de Cotocollao al Norte del Distrito Metropolitano de Quito, el objetivo de cuyo proyecto es llegar a los clientes con productos artesanales que sean de calidad y ofreciéndoles un buen servicio, abriendo nuevas plazas de trabajo ayudando a generar recursos para el Estado.

Es por ello que se realizara un análisis donde intervendrán lo que es la economía del país, los factores sociales, legales y tecnológicos que estarán involucrados dentro del proyecto es así donde se analizara internamente cuáles son sus fortalezas y debilidades.

A su vez se realizará un estudio de mercado donde se analizará la población y se ejecutará una encuesta para saber el comportamiento del consumidor ya que los chocolates que se van a producir son con diseños muy llamativos y a la vez van a ser personalizado como requiera en cliente.

La microempresa CHOC`FRUT SWEED al determinar la ubicación y localización de la misma, su producto será comercializado en un lugar muy transcurrido, a su vez existe competencia ya que el chocolate es algo usual en estos tiempos.

Se realizara un estudio financiero donde se utilizará todas las herramientas necesarias para poder saber si es viable o no, la microempresa CHOC`FRUT SWEED iniciará sus actividades con una pequeña inversión, lo cual se espera recuperar e a un corto plazo, y a su vez buscar la posición en el mercado.

Mediante ello se realizar análisis sobre el impacto ambiental, económico, productivo y social, para su producción no es necesario introducir ningún químicos y es por ello que es natural y no afectara al medio ambiente, en lo económico se verá relegado en la aceptación del producto ya que mediante el incremento de venta se beneficiaría la microempresa y el estado, en lo productivo se verá reflejado en la utilización de materia prima ecuatoriana no será necesario traer de otro país, es así que se busca dar a conocer el sector artesanal y también llegar a que se exporten los productos, en lo social con la creación de una nueva microempresa se generara nuevas plazas de trabajo y permitiendo abrir nuevas sucursales.

---

## ABSTRACT

### EXECUTIVE SUMMARY

The purpose of this project is to determine the feasibility for the implementation of a microenterprise dedicated to the production of chocolates filled with natural fruit pulp, which will be located in the parish of Cotocollao north of the Metropolitan District of Quito, the objective of whose project it is to reach the clients with handmade products that are of quality and offering them a good service, opening new places of work helping to generate resources for the State.

It is for this reason that an analysis will be carried out where the economy of the country will intervene, the social, legal and technological factors that will be involved in the project is thus where its strengths and weaknesses will be analyzed internally.

At the same time a market study will be carried out where the population will be analyzed and a survey will be carried out to know the behavior of the consumer since the chocolates that are going to be produced are with very striking designs and at the same time they will be customized as required by the client.

The CHOC`FRUT SWEED microenterprise, when determining the location and location of the same, its product will be marketed in a very elapsd place, in turn there is competition since chocolate is something usual in these times.

A financial study will be carried out where all the necessary tools will be used to know if it is viable or not, the CHOC`FRUT SWEED microenterprise will start its

activities with a small investment, which is expected to recover in the short term, and in turn seek the position in the market.

By means of this, an analysis is made of the environmental, economic, productive and social impact, for its production it is not necessary to introduce any chemicals and that is why it is natural and will not affect the environment, economically it will be reflected in the acceptance of the product since the increase in sales would benefit the microenterprise and the state, in the productive sector it will be reflected in the use of Ecuadorian raw material, it will not be necessary to bring it from another country, this is how the artisan sector is sought to be known and also arrive to export products, socially with the creation of a new microenterprise will generate new jobs and allow opening new branches.

# CAPÍTULO I

## 1. Introducción

En la actualidad se enfoca de promover a la creación de nuevas microempresas, se impulsa al emprendimiento con productos o servicios innovadores que tenga una acogida por el futuro cliente y a su vez satisfagan sus necesidades.

La microempresa está enfocada al sector artesanal para así poder ampliar el mercado y dar a conocer cada uno de los productos que se realizan en este mercado, el producto que se va a producir son chocolates rellenos de pulpa de fruta natural es un producto algo novedoso ya que no contiene ningún químico y así los futuros clientes puedan degustar de un dulce natural.

El presente proyecto será realizado por capítulos; en el primero capítulo se detallara una pequeña introducción al proyecto, justificación y los antecedentes del mismo.

En el segundo capítulo se realizará un análisis situacional donde interviene la situación económica del país, los factores sociales, legales y tecnológicos y a su vez se realizara un análisis interno donde se determinara cuáles son sus fortalezas y debilidades de la microempresa.

En el tercer capítulo se realizara un estudio de mercado donde se analizara la población y su vez se tomara una muestra del sector donde se estudiara el comportamiento del consumidor mediante encuestas y se obtendrá también la demanda insatisfecha de la zona.

En el cuarto capítulo se determinara la ubicación y localización de la microempresa y a su vez el tamaño de la misma.

En el quinto capítulo se realizara un estudio de factibilidad, utilizando todas las herramientas necesarias para poder saber si el proyecto va a ser viable o no.

En el sexto capítulo se examinara el impacto ambiental, económico, productivo y social que va a generar el proyecto.

En el séptimo capítulo se redactaran las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

## **1.1 Justificación**

El presente proyecto tiene como finalidad identificar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de chocolates rellenos con pulpa de fruta natural, impulsando al sector artesanal y haciéndole sobresalir en cada uno de sus emprendimientos para ello se debe realizar un estudio de mercado para verificar que tan viable va a ser el proyecto, la competencia que rodea y la rentabilidad que va a generar teniendo en cuenta que lo principal es el cliente y la atracción que tengan por el producto.

Es así como se ofrece productos de calidad con distintos diseños a cómodos precios y competitivos, para poder llegar al cliente con facilidad, tomando en cuenta que el chocolate es un producto con mucha demanda dentro de la ciudad, es por ello que la producción será mediante materia prima de alta calidad y con costos reducidos.

La implementación de la microempresa ubicada al norte de Quito abrirá nuevas plazas de trabajo ayudando a generar recursos para el Estado, contribución y vinculación con la sociedad.

## 1.2 Antecedentes

El cacao es una planta tropical que crece en climas cálidos y húmedos, su nombre científico es *Theobroma cacao* que se deriva del griego “Theo” que significa “Dios” y “Broma” que significa “Alimento”, es decir, “alimento de los dioses”, mientras que cacao se deriva del nahua “cacáhua”. (Espinoza Escobar & Mosquera Narváez , 2014)

Los mismo autores siguen mencionando:

La palabra cacao no solo hace referencia a la planta, también es utilizada para nombrar a su fruto, que es la mazorca que crece directamente de su tronco, a las semillas contenidas en ese fruto, al producto que resulta de la fermentación y al secado de esas semillas, también se denomina cacao al polvo seco que se obtiene moliendo los granos.

Los indicios del uso del cacao como cultivo se remontan a la antigua civilización mesoamericana Olmeca que existió 1000 A.C en la selva tropical del Golfo de México, fue mucho después que la civilización Maya dio al cacao un significado divino. En muchos de sus vestigios la mazorca de cacao estaba presente, se han encontrado en paredes de palacios y templos de piedra, además en imágenes, recipientes y jarrones donde los Mayas bebían *chokola'h* de donde se deriva la palabra chocolate, incluso también era utilizado como moneda para intercambiar productos.

El rey Carlos V de España quiso mantener como secreto el producto imponiendo graves castigos a quienes lo importaban sin autorización. Los colonos españoles cultivaron el cacao en Ecuador con fines comerciales en el año de 1590, a inicios del siglo XVII un promedio de nueve barcos al año salían de Guayaquil con sus bodegas llenas de cacao.

“El uso del azúcar mezclado con cacao y las nuevas técnicas de procesarlo, añadidas por los españoles, hizo que su consumo crezca rápidamente, así el manjar de los dioses mesoamericanos se convirtió en producto predilecto de los reyes europeos.”

La creciente demanda de cacao hizo que Ecuador, aprovechando sus condiciones climatológicas favorables, se dedique a la siembra de la planta, empezaba el Ecuador ha convertir el cacao en un producto de gran importancia para su economía, iniciando el siglo XVIII Guayaquil con 34 000 cargas de 81 000 libras sobrepasó en producción a Guatemala mientras que superar la posición de Venezuela como primer exportador tomaría más de un siglo por que el ambiente de competencia era restringido, ya que solamente se tenía la autorización de exportar el producto a Sudamérica.

La demanda de cacao se incrementó aún más en 1828, ya que al mezclar manteca de cacao con pasta de cacao y azúcar se podría preparar el chocolate en barra, Ecuador era el primer exportador de cacao del mundo.

Así el cacao al ser el producto de exportación más antiguo del Ecuador se fue convirtiendo en uno de los más significativos símbolos del país desde la época de la colonia, durante casi un siglo, el orden socioeconómico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del cacao.

En la actualidad el chocolate tiene un origen muy largo, desde hace mucho tiempo atrás se ha venido comercializando y elaborando lo que es el chocolate en diferentes países de América Latina existen un sin número de empresas dedicadas a este producto algunas marcas reconocidas y con grandes empresas podemos mencionar a: Nestlé, Ferrero, entre otros.

En Ecuador también se cuenta con algunas empresas que se dedican a esta actividad como son: Paacari, Kallari, Ecuartesanal entre otras pues estas empresas realizan el chocolate artesanalmente a pesar que Ecuador tiene riquezas en cacao siendo el mejor del mundo no cuenta con los recursos necesario para poder producirlo y es así como se opta mejor por exportar lo que es la materia prima para poder sobresalir después importar el producto terminado y así comercializarlo.

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis Situacional

El análisis situacional consiste en una exploración de todos los factores que influyen sobre los hábitos de las personas. La óptima identificación del entorno permitirá determinar las oportunidades y amenazas en el entorno externo y las fortalezas y debilidades que tiene en su ámbito interno. (Ramo, 2011, págs. S-N)

El análisis situacional permitirá conocer los indicadores que afecten directa o indirectamente a la realización de las actividades de la microempresa.

#### 2.1. Ambiente Externo

“Se considera que el análisis del entorno externo tiene especial importancia pues permite vislumbrar tanto las amenazas reales para la organización como también nuevas oportunidades.” (Fisher, 2011, págs. S-N)

Para la microempresa los aspectos que se toma en cuenta serán los que no se pueden controlar, ya que eso depende de la economía global.

### 2.1.01 Factor Económico

“El factor económico refleja el grado de desarrollo de la zona de influencia, mediante indicadores como el PIB, inversiones, niveles de ahorro, ingreso, endeudamiento, importaciones, exportaciones, crecimiento económico entre otros.”

(Padilla & Córdova, 2013, págs. S-N)

El factor económico es importante analizarlo en un estudio de factibilidad, se examinan indicadores como PIB, Inflación, Tasa Activa y Pasiva, Riesgo País, Balanza Comercial, mediante esto se visualiza la situación económica de un país.

#### 2.1.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por un país durante un año. Su cálculo en términos globales y por ramas de actividad se deriva de la construcción de la Matriz Insumo Producto que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales. (Banco Central del Ecuador, 2018)

El PIB es la suma de todo lo que produce un país en un año, de bienes o servicios es uno de los principales indicadores haciendo referencia a la situación económica de una nación.

*Tabla 1 PIB Nacional*

<b>Fecha</b>	<b>PIB</b>	<b>Variación %</b>
2014	70,105.4	
2015	70,174.7	0.10
2016	69,314.1	-1.23
2017	70,955.7	2.37
2018	71,705.2	1.06

*Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 1 PIB Nacional**

*Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **Análisis:**

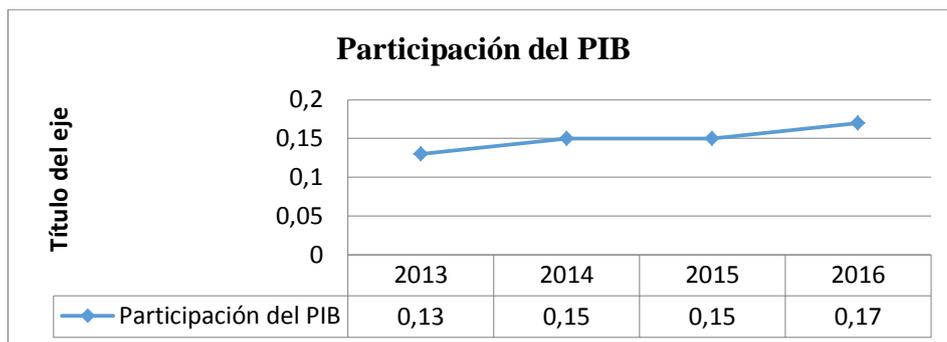
El Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, en el año 2014 ha sido de \$70,105.40 millones con relación al año 2018 que se ha tenido un crecimiento al \$71,705.20 millones, ésta es una cifra que representa el incremento de la producción de bienes y servicios dentro del Ecuador.

**Tabla 2 PIB Sectorial**

Año	Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería	PIB Total (Millones de Dólares)	Participación del PIB
2013	90.93	67.546,13	0.13
2014	106.17	70.243,05	0.15
2015	107.54	70.353,85	0.15
2016	115.47	69.321,41	0.17

*Fuente: Corporación Financiera Nacional (CFN)*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 2 PIB Sectorial**

**Fuente:** Corporación Financiera Nacional (CFN)

**Elaborado por:** Katty Villa

### **Análisis:**

El Producto Interno Bruto (PIB) sectorial hace referencia a la elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería se analizan datos antiguos ya que los datos aún no están subidos a la CFN, mediante estos verificamos un crecimiento de del PIB Sectorial con un 0.17% para el año 2016 representando el incremento y acogida en la producción de chocolates.

#### **2.1.01.02 Inflación**

“El fenómeno de la inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo.” (Banco Central del Ecuador , 2019)

Es un proceso económico provocado por el desequilibrio entre la oferta y la demanda, que ocasiona el aumento de los precios sean en bienes o servicios.

**Tabla 3 Tasa de Inflación**

<b>Fecha</b>	<b>Tasa</b>
--------------	-------------

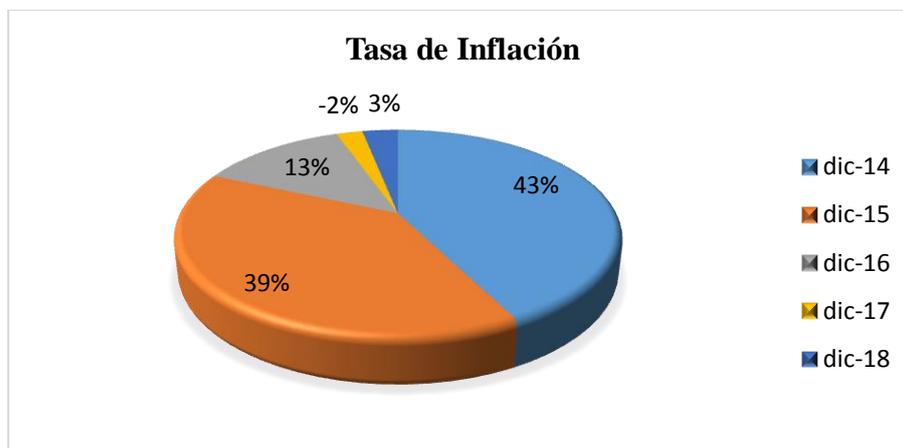
---

Diciembre 2014	3,67%
Diciembre 2015	3,38%
Diciembre 2016	1,12%
Diciembre 2017	-0,20%
Diciembre 2018	0,27%

---

*Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 3 Tasa de Inflación**

*Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **Análisis:**

La inflación es un factor que puede afectar a toda la economía de un país por lo cual se busca reducir costos para que así la microempresa consiga una rentabilidad y no obtenga pérdidas, este factor se convierte en una amenaza ya que si los precios van incrementando el producto no se va a comercializar de la manera que se proyecte.

#### 2.1.01.04 Tasa de Interés Activa

“Tasa Activa Referencial es equivalente al promedio ponderado semanal de las operaciones de crédito asignadas por todos los bancos privados, al sector corporativo.” (Banco Central del Ecuador, 2018)

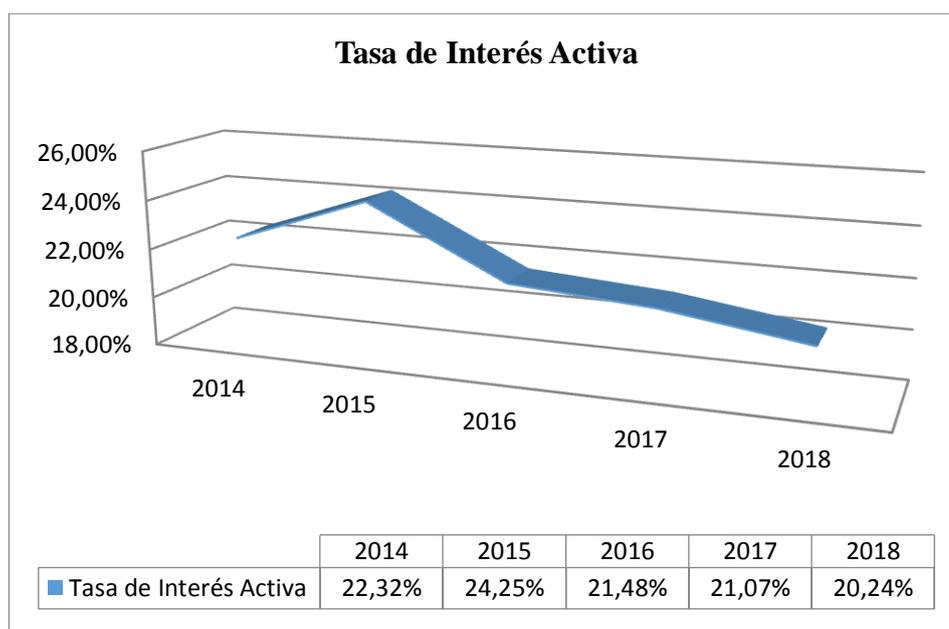
Las tasas activas constituyen lo que la institución financiera recibe por los préstamos otorgados por sus clientes.

**Tabla 4 Tasa de Interés Activa**

Fecha	Tasa de Microcrédito
Diciembre 2014	22,32%
Diciembre 2015	24,25%
Diciembre 2016	21,48%
Diciembre 2017	21,07%
Diciembre 2018	20,24%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (BCE)

**Elaborado por:** Katty Villa



**Figura 4 Tasa de Interés Activa**

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (BCE)

**Elaborado por:** Katty Villa

### **Análisis:**

La tasa de interés activa entre el año 2014 al 2018 son altas por lo tanto presenta una amenaza para la microempresas, por lo cual se debe empezar a planificar estrategias para poder adquirir créditos en caso que sea necesario para el desarrollo del proyecto.

#### **2.1.01.05 Tasa de Interés Pasiva**

“Tasa Pasiva Referencial, es equivalente a la tasa nominal promedio semanal de todos los depósitos a plazo de los bancos privados, captados a plazos de entre 84 y 91 días.” (Banco Central del Ecuador, 2018)

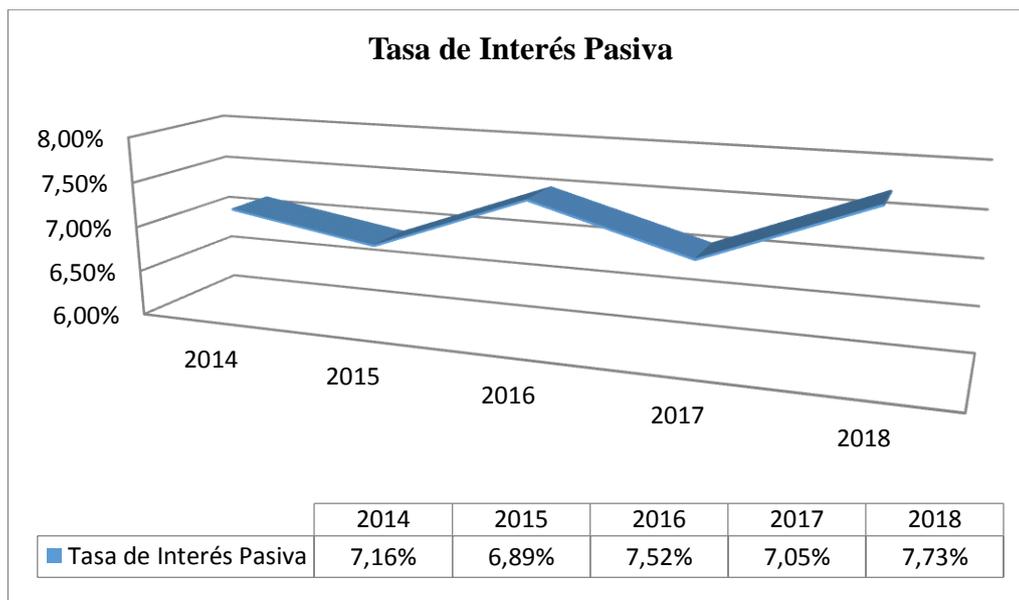
La tasa pasiva es el interés que los bancos pagan a los cuenta ahorristas y varían de acuerdo con las políticas de las instituciones financieras.

***Tabla 5 Tasa de Interés Pasiva***

<b>Fecha</b>	<b>Tasa</b>
Diciembre 2014	7,16%
Diciembre 2015	6,89%
Diciembre 2016	7,52%
Diciembre 2017	7.05%
Diciembre 2018	7.73%

***Fuente:*** Banco Central del Ecuador (BCE)

***Elaborado por:*** Katty Villa



**Figura 5 Tasa de Interés Pasiva**

*Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **Análisis:**

La tasa de interés pasiva no ha tenido muchos cambios, lo que refleja estabilidad económica, la microempresa no estará beneficiada de ello por el momento ya que recién va a empezar y no realizará inversiones en las entidades bancarias.

#### **2.1.01.06 Riesgo País**

Tiene que ver con una valoración que hace la banca internacional, de crédito y que mide el riesgo financiero como es que se encuentra la economía del país mediante la cual califican la situación financiera de un país, tomando en cuenta especialmente el monto y evolución de su deuda externa. (Anzil, 2017, p. 2)

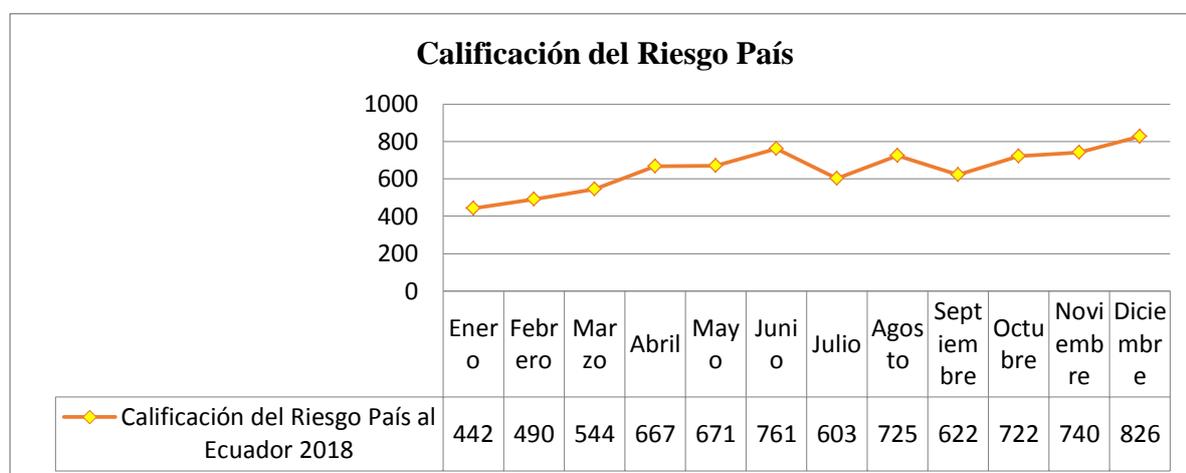
El Riesgo país permitirá verificar el riesgo financiero del país, es decir si es posible que extranjeros inviertan en nuestro país.

**Tabla 6 Riesgo País 2018**

<b>Año 2018</b>	<b>Puntos</b>
Enero	442
Febrero	490
Marzo	544
Abril	667
Mayo	671
Junio	761
Julio	603
Agosto	725
Septiembre	622
Octubre	722
Noviembre	740
Diciembre	826

*Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Figura 6 Riesgo País 2018**

*Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **Análisis:**

El riesgo país en el mes de diciembre alcanzó un pico de 826 puntos lo que demuestra una amenaza ya que el país ha adquirido muchas deudas y a la vez los países extranjeros no se arriesgan a invertir donde no va a sobresalir.

## 2.1.02 Factor Social

“Este factor indica que el entorno social está constituido especialmente por los aspectos demográficos y por el estilo de vida de las personas.” (Larour, 2017, pág. 25)

El factor social detalla variables que existen y a la vez que influyen socialmente para el bien de la población.

### 2.1.02.01 Tasa de Desempleo

“Es el porcentaje que resulta del cociente entre el número de desocupados y la población económicamente activa (PEA)”. (INEC, 2018)

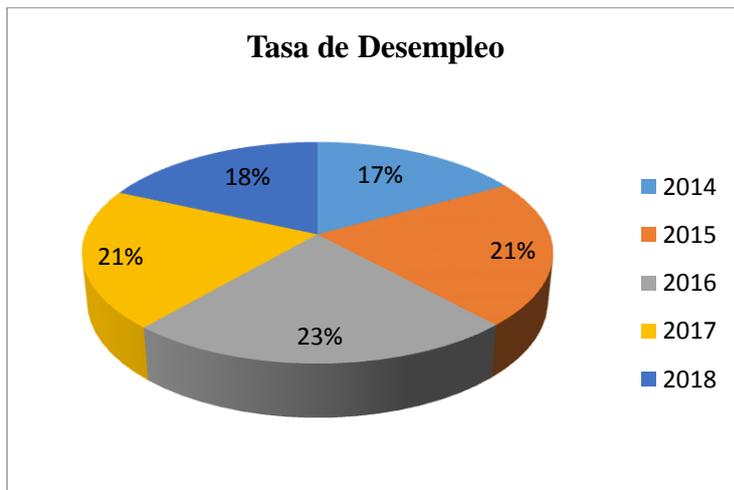
La tasa de desempleo es todo lo contrario a la tasa de empleo ya que en ella se verifica un porcentaje de cuantas son las personas que no trabajan pero a su vez buscan una fuente de ingreso para sus hogares ya que están en capacidad de laborar.

***Tabla 7 Tasa de Desempleo***

<b>Año</b>	<b>Tasa</b>
2014	3,80
2015	4,80
2016	5,20
2017	4,60
2018	4,10

***Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)***

***Elaborado por: Katty Villa***



**Figura 7 Tasa de Desempleo**

**Fuente:** Banco Central del Ecuador (BCE)

**Elaborado por:** Katty Villa

### **Análisis:**

La tasa de desempleo en nuestro país en el año 2017 se ha ubicado en un 4.60% para el año 2018 ha disminuido a un 4.10% lo que representa que la tasa ha bajado en un año, lo que se quiere llegar a realizar con el proyecto es generar plazas de empleo.

#### **2.1.02.02 Población Económicamente Activa (PEA)**

“Indicador de la oferta de mano de obra en un país. Las personas económicamente activas son todas aquellas que, teniendo edad para trabajar y están en capacidad además se encuentran disponibles para dedicarse a la producción.” (Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador, 2014, págs. S-N)

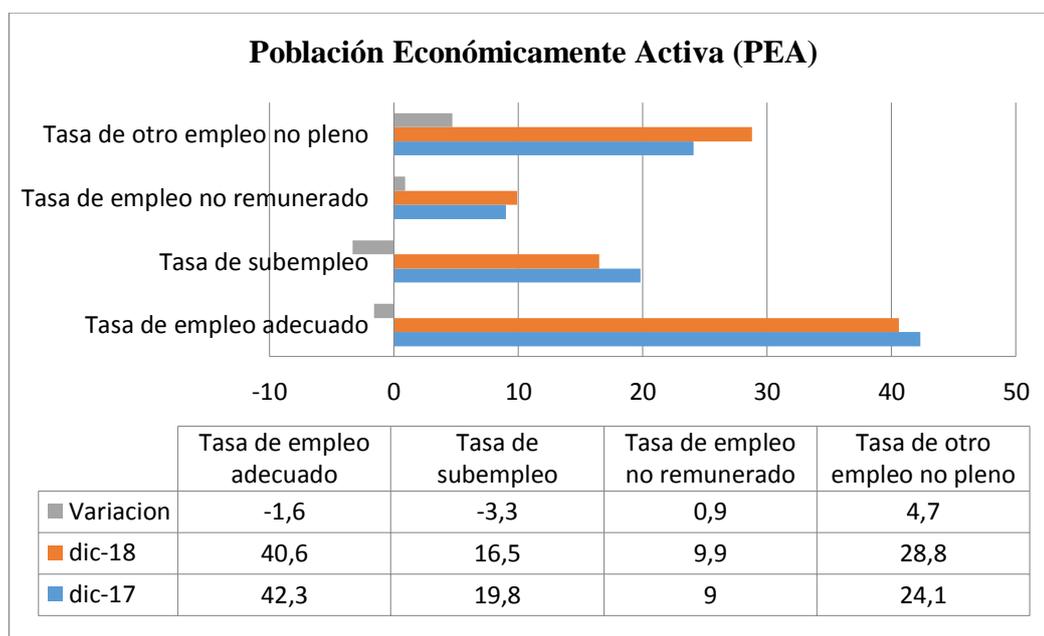
La población económicamente activa son las personas que tienen un empleo seguro, están disponibles para trabajar y cuentan con recursos disponibles para adquirir un bien o un servicio.

**Tabla 8 Población Económicamente Activa (PEA)**

Indicadores Nacionales (en % respecto a la PEA)	Diciembre 2017	Diciembre 2018	Variación (en puntos porcentuales)
Tasa de empleo adecuado	42,3	40,6	-1,6
Tasa de subempleo	19,8	16,5	-3,3
Tasa de empleo no remunerado	9,0	9,9	0,9
Tasa de otro empleo no pleno	24,1	28,8	4,7

*Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 8 Población Económicamente Activa (PEA)**

*Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC)*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Análisis:**

La población económicamente activa representa a la sociedad que puede adquirir el producto ya que cuentan con un trabajo el cual le genera ingresos; entre los años 2017-2018 se puede notar que la tasa de empleo adecuado a variado en un -1.60% lo que significa que ha disminuido las personas con ingresos estables, por el contrario la tasa de empleo no pleno ha aumentado para el año 2018 con una variación del 4.7%, las personas buscan nuevas fuentes de ingresos de maneras distintas por motivos de despidos en empresas o de sus trabajos que anteriormente eran estables.

**2.1.03 Factor Legal**

“Este factor está constituido por un marco de normas jurídicas y legales y son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga.” (Hernández, 2017, p. 2)

El factor legal detalla cada uno de los aspectos importantes que se requiere para crear la microempresa; es decir, todo lo que se necesita y sea útil para poder obtener los papeles y así poder iniciar nuestra actividad de manera legal.

Para la microempresa CHOC´FRUT SWEED se debe gestionar ciertos requerimientos en los diferentes Entes de Control.

### **2.1.03.01 Servicio de Rentas Internas (SRI)**

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. (SRI, 2019)

#### **2.1.03.01.01 Requisitos para obtener el Ruc.**

La microempresa debe obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) como Persona Natural en el Servicio de Rentas Internas (SRI) para lo cual se requiere lo siguiente:

- Original y copia de la cédula de identidad
- Papeleta de votación del último proceso electoral
- Planilla de un servicio básico
- Comprobante del pago del impuesto predial
- Contrato de arrendamiento del local o escritura de propiedad

#### **2.1.03.01.01.01 Obligaciones a cumplir ante el SRI**

La microempresa deberá cumplir con ciertas obligaciones ante el SRI:

- Inscripción en el RUC
- Emisión de comprobantes de venta

- Declaración de impuestos
- Pago de impuestos

### **2.1.03.02 Ilustre Municipio de Quito**

#### **2.1.03.02.01 Patente Municipal**

Es una obligación tributaria impuesta por el Municipio de Quito para el ejercicio permanente de actividades económicas ya sea de servicios, comerciales, industriales, etc.

##### **2.1.03.02.01.01 Requisitos para obtener la Patente**

Para obtener la patente se debe presentar los siguientes requisitos:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del representante legal.
- Copia del RUC.
- Correo electrónico de la microempresa y número telefónico.

### **2.1.03.02.02 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)**

Es el permiso indispensable para poder emprender cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, entre otros incluye lo siguiente:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía

#### **2.1.03.02.02.01 Requisitos para obtener la LUAE**

Para tramitar la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE), se deberá presentar los siguientes requisitos:

- Formulario de Solicitud LUAE
- Copia de RUC
- Copia de cédula
- Copia de papeleta de votación vigente

- Si el local no es propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo.
- Si es propiedad horizontal: Autorización de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
- Si el rótulo es existente: Dimensiones y fotografía de la fachada del local.
- Si es rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo.

### **2.1.03.03 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)**

“El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), entidad autónoma que forma parte del sistema de seguridad social del Ecuador y es responsable de aplicar el seguro universal obligatorio, según la Constitución de la República, vigente desde el año 2008.” (IESS, 2019)

La afiliación al IESS es un requisito obligatorio, que todas las empresas y micro empresas deben cumplir e inicialmente se debe solicitar la clave patronal para la cual se deberá realizar los siguientes trámites para luego presentar los siguientes requisitos:

Obtener la clave patronal:

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

#### **2.1.03.03.01 Requisitos para aportar al IESS**

Requisitos y documentos que se debe presentar:

- Solicitud de entrega de clave (el formulario que llenaste en la web del IESS)
- Copia del RUC

- Copias a color de las cédulas de identidad del representante legal de la empresa y de su delegado, en el caso de que el primero no pueda presentarse a retirar la clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones, tanto del representante legal como de su delegado.
- Copia de pago de una planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono)
- Original de la cédula de identidad

#### **2.1.03.03.02 Obligaciones a cumplir ante el IESS**

Se pueden generar planillas como:

- Avisos de entrada y salida de los trabajadores
- Pago de planillas para Aportes o Fondos de Reserva, Presentamos.
- Opción comprobante de pago mora patronal para Glosas o Convenios.

#### **2.1.03.04 Ministerio de Trabajo**

El Ministerio de Trabajo es un ente de control que vigila el cumplimiento de las disposiciones legales emitidas en el Código de Trabajo.

La microempresa al iniciar sus actividades deberá solicitar una clave de acceso que permitirá el ingreso a la plataforma para la elaboración del contratos de trabajo, actas de finiquito, entre otros.

#### **2.1.03.04.01 Requisitos para obtener la clave en el Ministerio de Trabajo**

Se presentará los siguientes documentos y requisito:

- Cédula de identidad
- Papeleta de votación
- Teléfono móvil - convencional
- Correo electrónico
- Dirección

A partir de la obtención de la clave en el Ministerio de Trabajo la microempresa podrá generar lo siguiente:

- Legalización de contratos de trabajo.
- Actas de finiquito, en caso de que se termine la relación laboral.

#### **2.1.03.04 Agencia de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA)**

“La regulación de los productos mediante la emisión de registros y licencias sanitarias, contribuye al desarrollo del país porque abre la puerta a mercados

nacionales e internacionales y garantiza que los productos son de la mejor calidad.”

(ARCSA, 2018)

#### **2.1.03.04.01 Requisitos para solicitar el permiso (ARCSA)**

- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Categorización otorgada por el Ministerio de productividad (MIPRO) o por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).
- Opcionalmente, podrá contar con la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura de conformidad a la normativa vigente.

#### **2.1.04 Factor Tecnológico**

El factor tecnológico hoy en día es algo realmente importante ya que ayuda a la mejor producción reduciendo tiempos muertos y a la vez minimizando costos lo cual viene a ser un ahorro muy importante para la microempresa al momento de determinar la utilidad.

A la vez ayudará a dar a conocer el producto por medio de redes sociales ya que hoy en día es una de las herramientas más usadas por la sociedad para así poder

***Tabla 9 Recursos Tecnológicos***

<b>Recursos</b>	<b>Características</b>
Internet	Medio de comunicación actual.
Computador	Equipo de uso indispensable.
Impresora	Equipo donde se imprimirá documento relevantes.

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

## 2.2 Entorno Local

### 2.2.01 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. (J. Lavidge, 2015, págs. S-N)

Los clientes son la base importante de la microempresa ya que mediante ellos se va a poder lograr el objetivo que es salir adelante y obtener acogida en el mercado así se podrá obtener rentabilidad alta, los clientes son internos y externos.

#### 2.2.01.01 Cliente Interno

Los clientes externos son aquellos que no pertenecen a la empresa pero ayudan a generar ingresos ya que son los que adquieren el producto, es decir las personas u otras entidades que quieran adquirir el producto.

Los clientes externos para la microempresa serán:

*Tabla 10 Clientes*

N°	Nombre de los clientes	Ubicación / Ciudad
1	Tiendas	Quito
3	Panaderías	Quito
4	Reposterías	Quito
5	Público en general	Quito

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 2.2.02 Proveedores

Los proveedores son aquellos que comercializan a la microempresa todos los materiales necesarios para poder producir el producto que se desea.

Es muy importante saber elegir de manera correcta los proveedores ya que es de ellos de quienes se va a obtener la materia prima y que sea de buena calidad y a la vez con precios accesibles y que cuenten con todos los materiales que se vaya a necesitar.

Los proveedores directos para la microempresa serán:

**Tabla 11 Proveedores Directos**

N°	Nombre del Proveedor	País de Origen	Detalle del Producto
1	C Cordillera	Ecuador	Distribuidor de chocolate
2	Frucosa	Ecuador	Distribuidor de pulpa de fruta
3	Ingenio San Carlos	Ecuador	Distribuidor de azúcar
4	Punto Net	Ecuador	Distribuidor de internet
5	Dilipa	Ecuador	Distribuidor de útiles de oficina

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 2.2.03 Competencia

La competencia vendría a ser todas las empresas que se dedican a la misma actividad económica y se encuentren ubicadas alrededor del sector donde se va a ubicar la microempresa

El presente proyecto se desarrollará en la parroquia de Cotocollao el cual si existe una gama amplia de locales que oferten este tipo de productos por lo cual se ha optado por llevar un plan estratégico para poder ofrecer un producto diferente, llamativo y agradable para el cliente.

**Tabla 12 Competencia**

Nº	Competencia	Ubicación	Tipo de Productos
1	Entre Dulces	Quito/ Condado	Comercializadora, Chocolate para toda ocasión.
2	Exprésalo con Chocolate	Quito/Cotocollao	Comercializadora, Frutas y chocolate para toda ocasión.
3	Moon Blue	Quito/Cotocollao	Comercializadora, Chocolates para obsequios.
4	Pacari Chocolates	Quito/ La Floresta	Productora y comercializadora de chocolates.
5	Chocodeli's	Quito/Santa Teresita	Productora y comercializadora de chocolates.
6	Arboleda, Chocolate Supplies	Quito/La Delicia	Productora y comercializadora de chocolates.

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 2.3 Análisis Interno

“El análisis interno es una forma de determinar cuáles son las fortalezas y debilidades de una organización, es decir evaluar cuáles son las capacidades o destrezas de los empleados, sus experiencias.” (Gómez F. , 2013)

Mediante el análisis interno se detallarán los aspectos importantes acerca de las debilidades y fortalezas y así poder estudiar cada uno de los resultados para optar por

nuevas opciones de mejora y convertir las debilidades es fortalezas para así tener un mejor aporte en la microempresa.

### **2.3.01 Propuesta Estratégica**

La planificación estratégica de una entidad está asociada a la dirección de la misma y tiene un sentido “corporativo” (en el buen sentido de la palabra). La planificación operacional-la programación detallada de los proyectos a llevar a cabo en una organización- está asociada, por el contrario, a la gestión de la entidad. (Rive Gauche, 2018)

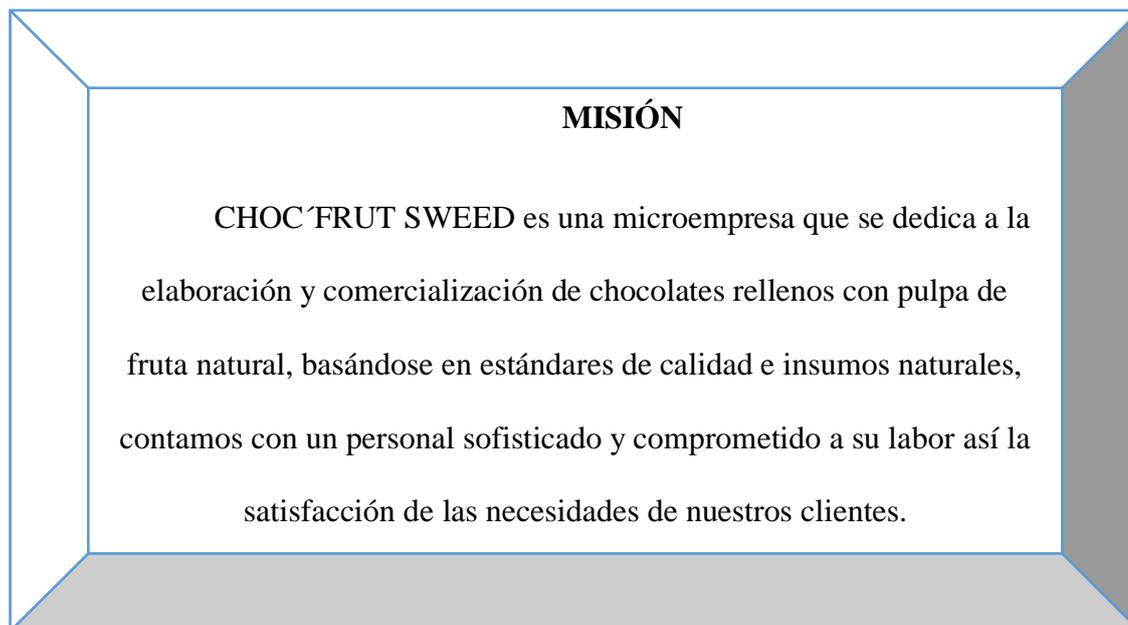
La propuesta estratégica hace referencia a la misión, visión, objetivos, valores para así la microempresa sea reconocida ante el público.

#### **2.3.01.01 Misión de la Microempresa**

“La misión o propósito es el conjunto de razones fundamentales de la existencia de la compañía.” (Toran, 2013, pág. 2).

La misión hacer referencia a la razón de ser y la naturaleza de la microempresa asegurando el éxito en la actividad a realizarse.

La misión de la microempresa CHOC´FRUT SWEED es la siguiente:



**Figura 9 Misión de CHOC FRUT SWEED**

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Katty Villa

### **2.3.01.02 Visión de la Microempresa**

“Para elegir una dirección, el líder debe desarrollar previamente una imagen mental del estado futuro deseable para la empresa. Esta imagen, que llamaremos visión, puede ser tan vaga como un sueño o tan precisa como una meta o una definición de misión” (Toran, 2013)

La visión es refiere a lo que la microempresa quiere crear, a lo que quiere llegar en un futuro mediante el cumplimiento de las metas y objetivos propuestos.



**Figura 10** *Visión de CHOC'FRUT SWEED*

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **2.3.01.03 Objetivos**

“Los objetivos de un Programa o proyecto son el eje central. Su formulación o elección dependen de las finalidades concretas que se persigan o se quieran conseguir.” (Padilla & Córdova, 2013, págs. S-N)

Los objetivos de una microempresa se basan en la aportación de características que sean medibles, coherentes, realistas y alcanzables, lo cual ayudara al desarrollo empresarial llegando todos a un mismo fin.

#### **2.3.01.03.01 Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de chocolates rellenos de pulpa de fruta natural

de alta calidad con diseños llamativos, a través de un estudio de mercado para identificar la necesidad del consumidor.

### **2.3.01.03.02 Objetivos Específicos**

- Determinar qué tan rentable es el proyecto.
- Determinar la factibilidad de la microempresa y analizar si va a poder ser implementada.
- Realizar un estudio de mercado para identificar la demanda insatisfecha dentro de empresas similares.
- Llegar a la mente del consumidor ya que dependemos del mismo, logrando una fidelidad de clientes internos y externos para la estabilidad del producto en el mercado.

### **2.3.01.04 Valores**

“Valores pueden entenderse como aquellas ideas, concepciones compartidas por los integrantes de una empresa y que previamente han sido aceptados por ellos.”

(Toran, 2013)

Los valores son elementos importantes que se encuentran en el espíritu humano con el cual se puede vivir en armonía con los demás y además consigo mismo.

Los valores de la microempresa CHOC´FRUT SWEED son los siguientes:

- **Compromiso**

Las personas deben comprometerse en el trabajo que se realiza en la microempresa, se va a contar con personal al cual le guste su labor y ayuden a que la empresa cuando tenga imprevistos además se busca que el personal se comprometa a prestar un servicio personalizado y de calidad.

- **Respeto**

En la microempresa existirá un respeto mutuo entre todos los compañeros y a la vez al cliente y aún más respetando cada una de las reglas establecidas dentro de ella para poder evitar cualquier disgusto entre sí.

- **Puntualidad**

Uno de los valores establecidos será la puntualidad ya ello deja mucho que decir de cada uno de las personas es por ellos que se contara con un personal puntual y a la vez las entregas se realizarán de la misma manera.

- **Honestidad**

Las relaciones internas y externas en la empresa se establecerán en base de la honestidad lo que implica la práctica de la transparencia tanto a nivel interno como externo.

- **Responsabilidad**

Todo empleado debe ser responsable al momento de cumplir con cada una de las obligaciones establecidas, es por ello que la empresa contara con personal responsable tanto en la hora de llegada como al momento de atender o entregar el producto al cliente.

### **2.3.02 Gestión Administrativa**

“Cuando se refiere a Gestión Administrativa señala que se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la microempresa, dirigir y controlar sus actividades.” (Jimenez & M., 2013, págs. S-N)

La gestión administrativa básicamente se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar cada uno de los procesos además se va administrar los recursos existentes en la organización.

#### **2.3.02.01 Planeación**

“La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización” (Ponce & Reyes, 2014)

La planeación consiste en que dentro de la microempresa se va a planificar las actividades por áreas y en función de tiempos mediante un cronograma.

**Tabla 13 Etapas de la Planeación**

N°	Etapas de la Planeación
1	Elaboración del Plan de Negocio
2	Búsqueda de entidades crediticias
3	Aspectos legales
4	Implementación de la infraestructura del local
5	Contratar personal capacitado
6	Puesta en marcha
7	Evaluación de la factibilidad del negocio

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

ACTIVIDADES	MESES					
	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
Elaboración del Plan de Negocio						
Búsqueda de entidades crediticias						
Aspectos legales						
Implementación de la infraestructura del local						
Contratar personal capacitado						
Puesta en marcha						
Evaluación de la factibilidad del negocio						

**Figura 11 Etapas de la Planeación**

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 2.3.02.02 Organización

“La organización está relacionada con el ambiente con el entorno en donde se desarrolla el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación y relación y los principios que la deben regir.” (Jimenez & M., 2013)

La organización es el eje central de la microempresa, esta se basa en el liderazgo existente y la coordinación, ya que con una buena organización los resultados son excelentes.

### 2.3.02.02.01 Organigrama Estructural

“Se trata de una representación gráfica de la empresa u organización a que se refiera configurada como un diagrama jerárquico y funcional.” (Emprendedores y Pymes, 2018, págs. S-N)

El organigrama trata de cómo se va a distribuir sus áreas y sus funciones dentro de la microempresa.

#### Organigrama estructural de la microempresa CHOC FRUT SWEED



**Figura 12 Organigrama Estructural de CHOC FRUT SWEED**

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 2.3.02.02.02 Manual de funciones

*Tabla 14 Manual de Funciones Cargo Administrador*

	<b>Manual de funciones</b>	
<b>Identificación del Cargo</b>		
<b>Nombre del Cargo:</b>	Administrador	
<b>Dependencia:</b>	Oficina y Planta	
<b>Número de cargos:</b>	Uno	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos de Formación:</b>	Título de administración de empresas o afines.	
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Dos años de experiencia profesional.	
<b>Objetivo principal</b>		
El administrador se encargará de diseñar, planificar y ejecutar el funcionamiento normal de las actividades de la microempresa, demostrando para ello liderazgo, creatividad, innovación para emprender nuevos proyectos, de disciplina que signifique respeto y buen trato a sus empleados.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar la selección y contratación del personal.</li> <li>• Realizar actividades que favorezcan a la empresa, celebrar contratos, asignar recursos a las áreas de la empresa.</li> <li>• Organizar y coordina funciones y comunica resultados en las áreas de trabajo</li> <li>• Supervisar el desempeño de todos los empleados.</li> <li>• Manejar y planificar el presupuesto de la organización.</li> </ul>		

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 15 Manual de Funciones Cargo Asistente Contable**

	<b>Manual de funciones</b>
<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Asistente contable
<b>Dependencia:</b>	Oficina
<b>Número de cargos:</b>	Uno
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Requisitos de Formación:</b>	Conomiento de administración de empresas, conocimiento contable, tributarios.
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Un año de experiencia profesional relacionada
<b>Objetivo principal</b>	
Este cargo cumplirá con labores de asistencia, administrativa contable y apoyará las acciones que desarrolla el equipo de ventas.	
<b>Funciones Esenciales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encarga de la telefonía y comunicación.</li> <li>• Monitoreo de redes sociales y mantenimiento de página web.</li> <li>• Comunicación con clientes, proveedores y otros.</li> <li>• Emisión, recepción y control de la documentación contable.</li> <li>• Manejo en general de la información administrativa - contable</li> </ul>	

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 16 Manual de Funciones Cargo Vendedor**

	<b>Manual de funciones</b>
<b>Identificación del Cargo</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Vendedor
<b>Dependencia:</b>	Área de Ventas
<b>Número de cargos:</b>	Uno
<b>Requisitos Mínimos</b>	
<b>Requisitos de Formación:</b>	Conocimiento en administración de empresas, comerciante con buen manejo de relaciones sociales.
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Un año de experiencia profesional relacionada
<b>Objetivo principal</b>	
Responder a todas las gestiones de ventas	
<b>Funciones Esenciales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención personalizada al cliente</li> <li>• Control de las ventas y gestión de la publicidad de la microempresa.</li> <li>• Manejo y control de inventarios.</li> <li>• Visitas de campo para la apertura de nuevos clientes</li> </ul>	

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 17 Manual de Funciones Cargo Operario**

	<b>Manual de funciones</b>	
<b>Identificación del Cargo</b>		
<b>Nombre del Cargo:</b>	Operario	
<b>Dependencia:</b>	Área de Producción	
<b>Número de cargos:</b>	Uno	
<b>Requisitos Mínimos</b>		
<b>Requisitos de Formación:</b>	Tecnología Superior en Producción de Alimentos.	
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Dos años de experiencia profesional relacionada.	
<b>Objetivo principal</b>		
Participar directamente en el proceso de producción, manejar las maquinarias y herramientas específicas y necesarias para lograr la transformación de producto.		
<b>Funciones Esenciales</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenar y verificar la materia prima.</li> <li>• Analizar y solucionar todas las inconformidades resultantes de la producción.</li> <li>• Garantizar las materias primas para el proceso.</li> </ul>		

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **2.3.02.03 Dirección**

“La dirección es el elemento del proceso administrativo que tiene como finalidad coordinar los elementos humanos de las empresas, implica que un responsable con nivel de autoridad genere liderazgo, así como motivación, comunicación, cambio organizacional e individual y creatividad.” (Ruiz, 2012, pág. 11)

La dirección trata de coordinar las distintas actividades para hacer cumplir con las metas establecidas aquí se refleja el liderazgo que tendrá la persona encargado para que la microempresa sea eficiente y eficaz.

El administrador de la microempresa CHOC´FRUT SWEED se encargará de dirigir, coordinar las secciones para así cumplir con cada objetivo propuesto a su vez las metas para ser eficientes.

### **2.3.02.04 Control**

“Es un proceso integral que busca lograr que la actividad principal de la empresa cumpla con ciertos parámetros de calidad.” (Anzil, 2010)

El control es parte importante dentro de la microempresa ya que mediante ella mediante ella se sabrá si el producto es o no de calidad y si ya está listo para ser consumido por el cliente.

#### **2.3.02.04.01 Políticas de Control**

El encargado de la administración, será responsable del control de la microempresa para esto deberá:

- Gestionar perfiles de puestos de trabajo.
- Realizará seguimiento y evaluaciones a los empleados.
- Organizará capacitaciones para r conocimientos administrativos y de ventas.
- Verificará el control de documentos y registros en las diferentes organizaciones.
- Realizará un control de los inventarios de mercadería existentes.

#### **2.3.03 Gestión Operativa**

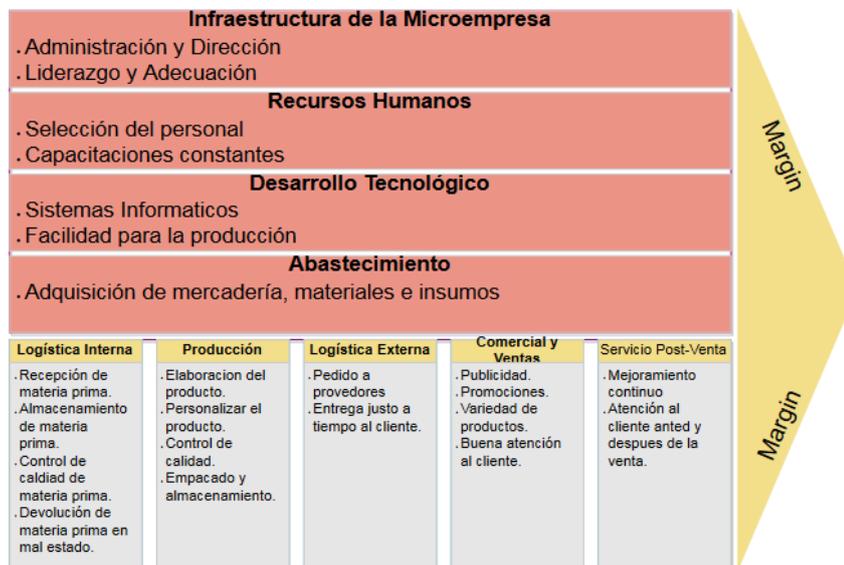
La gestión operativa puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos, y tácticos que tiene como fundamento los elementos teóricos prácticos en una organización, abarcando cada uno de los componentes en las diversas áreas operativas y estratégicas por nivel de gestión. (Durango Gutiérrez, 2014, pág. 15)

La gestión operativa son todos los procedimientos que realizara la microempresa desde que compra el producto hasta la venta del mismo.

##### **2.3.03.01 Cadena de Valor**

La cadena de valor es aquella que visualiza cada una de las actividades de la micro empresa desde la compra del producto hasta su venta, se deberá tomar en cuenta los lugares en los que el producto va a generar una muy buena acogida. (García & Barba, 2011, pág. 2)

La cadena de valor identificara cada na de las actividades que se realizaran en la microempresa desde la producción hasta la comercialización del producto.



**Figura 13 Cadena de Valor**  
*Fuente: Investigación de Campo*  
*Elaborado por: Katty Villa*

## 2.3.04 Gestión Comercial

### 2.3.04.01 Marketing Mix

El marketing mix y las 4 P del marketing son expresiones que muchas veces se utilizan para hablar de lo mismo, aunque no son necesariamente lo mismo, el marketing mix es una expresión que se utiliza normalmente para describir las diferentes opciones que una empresa ofrece al consumidor a la hora de promocionar un producto o servicio. (Cabello, 2015)

La gestión comercial nos va ayudar a comercializar el producto mediante la utilización de las 4P que son plaza, precio, producto, promoción y publicidad mediante ellos va a obtener ingresos para la organización.

### 2.3.04.01.01 Producto

El producto es un bien o servicio que se va a satisfacer las necesidades que tiene el consumidor, la microempresa CHOC'FRUT SWEED va a ofrecer un producto de calidad siendo elaborados de sabores distintos; es de tamaño mediano y a su vez de formas variadas.



**Figura 14** Producto en caja  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Katty Villa



**Figura 15** Producto Unitario  
**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Katty Villa

#### Detalle del Producto:

- Presentación en Caja
- Contiene una unidad
- Diseño llamativo
- Diseño personalizado
- Pulpa de frutas distintos sabores
- Incluye chocolate blanco
- Chocolate 160gr
- Azúcar

#### 2.3.04.01.02 Precio

El precio del producto va a ser establecido mediante la adquisición de materia prima, mano de obra requerida y los insumos que ocuparemos de manera directa además se debe tomar en cuenta a nuestro cliente y su posibilidad de adquirirlo es por ello que se debe poner un precio que se accesible para ellos.

*Tabla 18 Precio*

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Costo unitario final ( Caja de 6u)	<b>\$1,58</b>
Utilidad 90%	\$1,43
<b>PVP Caja de 6 Unidades</b>	<b>\$3,00</b>

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Katty Villa*

#### 2.3.04.01.03 Plaza

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATES RELLENOS CON PULPA DE FRUTA NATURAL, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2019.

Se refiere al lugar de ubicación de la microempresa donde se va a comercializar el producto para poder tener una buena aceptación por parte del cliente.

La microempresa se encuentra en un lugar comercial el cual va a servir que el producto sea muy reconocido a la vez se encuentran amenazas que vendría siendo la competencia cercana.

**Tabla 19 Plaza**

Detalle	
Cantón	Quito
Parroquia	Cotocollao
Calle Principal	25 de Mayo
Calle Secundaria	Lizardo Ruiz

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Katty Villa



**Figura 16 Ubicación de CHOC'FRUT SWEED**

**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** Katty Villa

#### **2.3.04.01.04 Promoción**

Las promociones van ayudar a que la empresa y el producto se reconocido antes de entrar al mercado así ayudara a que las ventas sean mayores a las esperadas y así también el público podrá conocer beneficios que puede brindar el producto y su variedad que se encuentra en la microempresa.

##### **2.3.04.01.04.01 El Material POP**

Es una herramienta muy utilizada por varias empresas ya que mediante ellas dará conocer su producto de distinta manera.

La publicidad es una herramienta que nos va a servir para que las demás personas conozcan el producto mediante diversos medios como son: Volantes que van a ser distribuidos en distintos lugares, Página de Facebook ya que es una herramienta muy utilizada por la sociedad, Tarjetas de presentación que se distribuirá en distintos lugares, etc.

##### **2.3.04.01.04.01.01 Tarjeta de Presentación**

La tarjeta de presentación se elaboró tomando como base los datos de la microempresa que vendrían siendo:

- Datos informativos
- Nombre de la empresa
- Logotipo
- Colores llamativos



**Figura 17 Tarjeta de Presentación**

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

#### **2.3.04.01.04.01.02 Redes Sociales**

“Redes sociales son encuentros promovidos que en las últimas décadas se ha consolidado como un espacio abierto de comunicación e intercambiar información”

(Kadushin, 2013, pág. 13)

En la actualidad es una de las maneras más fáciles de llegar al consumidor.

##### **2.3.04.01.04.01.02.01 Página de Facebook**

Se creó una página de Facebook ya que es una manera de llegar a nuestros futuros clientes de forma directa ya que hoy en día la sociedad utiliza mucho esta página web.



**Figura 18** *Página de Facebook*  
*Fuente: Investigación de Campo*  
*Elaborado por: Katty Villa*

#### 2.3.04.01.04.01.02 Degustaciones

Esta acción, por su parte, refiere a ingerir algún alimento con la intención de captar su sabor y aroma y disfrutarlos al máximo.



**Figura 19** *Degustaciones*  
*Fuente: Investigación de Campo*  
*Elaborado por: Katty Villa*

### 2.3.05 Nombre de la microempresa

La microempresa se va a identificar con el nombre de:

# CHOC'FRUT SWEED

CHOC'FRUT SWEED constituye la abreviatura de:

- CHOC: Chocolate
- FRUT: Frutas
- SWEED: Dulce

#### 2.3.05.01 Logotipo

Consta de la imagen con la que va a ser presentada la microempresa la cual debe ir acorde a las actividades que se realiza.



**Figura 20 Logotipo de CHOC'FRUT SWEED**

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

Los colores escogidos para la microempresa CHOC´FRUT SWEED son:

**Rosado:** el rosado es un color que induce a la relajación y a estados de ánimo de amistad, amor y ciertos matices protectores.

**Café:** el color café se relaciona con la resistencia, la defensa, la confianza y la permanencia pero también de satisfacción.

**Fucsia:** el color fucsia hace referencia a la entrega, ayuda, bondad, tranquilidad, creatividad, independencia, dignidad, serenidad.

### 2.03.05.02 Slogan

“Un eslogan bien armado, debe despertar el interés del público y ayudar a definir una marca. Puede atraer y mantener el interés, y transmitir una idea al público de destino de un modo simple pero elocuente.” (Miller, 2018, pág. 1)

**“Un sabor explosivo en tu paladar”**

El slogan de la microempresa será quien identifique de los competidores siendo una pieza clave para llegar al consumidor.

### 2.4 Análisis FODA

“Es una conocida herramienta de diagnóstico para fines de planificación estratégica. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es

ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro.” (Espinosa, 2017, p. 19)

El análisis FODA es un estudio de los factores que van a afectar a la empresa los cuales podemos y no podemos controlar, es un instrumento fundamental para la planificación estratégica.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena ubicación</li> <li>• Productos de calidad</li> <li>• Entrega inmediata</li> <li>• Personal capacitado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préstamos bancarios más accesibles y sin mucho papeleo</li> <li>• Expansión del mercado</li> <li>• Gama amplia en productos</li> <li>• Disminución del precio</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca experiencia</li> <li>• Tamaño del local</li> <li>• Competencia con bajos precios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desastres naturales</li> <li>• Riesgo País Alto</li> <li>• Subida de impuestos</li> <li>• Competencia desleal</li> </ul>

**Figura 21 FODA**

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Katty Villa

## CAPÍTULO III

### 3. Estudio de Mercado

“Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”

(Kotle, Bloom, & Hayes, 2014)

El estudio de mercado es una herramienta que permite obtener información con mayor precisión sobre las posibilidades de aceptación para la comercialización en el mercado, además ayuda a realizar un análisis más específico en un tiempo determinado.

#### 3.1 Análisis del consumidor

Metodología que sirve para estudiar el comportamiento del consumidor; se realiza en cada fase del proceso de consumo: antes, durante y después del proceso de compra. El estudio del comportamiento del consumidor permite que los mercados lo entiendan y prevean en el mercado; no solamente se relaciona con lo que compran las personas, sino también a por qué, cuándo, dónde, cómo y con cuánta frecuencia lo hacen. Se refiere a descifrar la manera en la que piensan los clientes y los modos que podrían influenciar en sus decisiones de compra. Lo importante es darse cuenta de que el comportamiento ante un mismo estímulo es diferente en cada persona. (M. R, 2014, págs. S-N)

El análisis del consumidor permite conocer los gustos, preferencias y a la vez las formas de consumo acerca del producto, es importante conocer cada uno de los aspectos del consumidor que forman parte donde se encuentra la microempresa.

### **3.1.01. Determinación de la población y muestra**

El presente proyecto se desarrollará en el sector Norte de la ciudad de Quito, en la parroquia de Cotocollao.

#### **3.1.01.01. Población**

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Arias-Gómez , Villasís Keever , & Novales, 2016, pág. 15)

La población consta de un estudio estadístico, es decir se toma como base un número de individuos, cuando la localidad es muy grande se toma una parte de ellas denominada muestra.

La microempresa tomo como dato la población del Distrito Metropolitano de Quito el cual representa 930.094 habitantes.

#### **3.1.01.02. Muestra**

“Es un subconjunto de la población, seleccionada por algún método sobre el cual se realizan las observaciones y se recogen los datos.” (Tamayo, 2014)

La muestra es una herramienta de investigación que permite obtener los datos que se desea investigar, se toma como base una cierta cantidad de individuos dentro de toda la población para poder empezar con el sondeo.

### 3.1.01.02.01 Cálculo del tamaño de la muestra

Para extraer la muestra estadística de la población o universo se utiliza la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

p= proporción de individuo que tienen la característica de lo buscado en el estudio

q= proporción de individuos que no tienen tales características

z= nivel de confianza (95%) representado en 1.96

N= Población

e= error esperado de muestreo 0.05 (5%)

#### 3.1.01.02.01.01 Extracción de la muestra

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

$$N=930.094$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

$$z= 1.96$$

$$e= 0.05$$

$$n = \frac{930094 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(930094 - 1) * (0.05)^2 + (0.5 * 0.5 * 1.96^2)}$$

$$n= 384$$

De la formula aplicada anteriormente dio como resultado que se debe realizar 384 encuestas, las mismas que se utilizarán para determinar la factibilidad del proyecto.

### **3.1.02 Técnicas de Obtención de Información**

“Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales, utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, que le permitan tener un juicio profesional y objetivo, que facilite realizar la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada.” (García Batista & Núñez Jiménez, 2010, pág. 7)

Existen varias técnicas y métodos para obtener información del mercado como son: encuestas, entrevistas, observación, sondeo, rastreo, entre otros estas permiten obtener los resultados que se requieren.

### **3.1.02.01 Encuesta**

“La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.” (Sandhusen L., 2014, pág. 229)

Para poder obtener la información que el presente proyecto se va aplicar un cuestionario es decir una encuesta que permite recolectar información, estos son más conocidos por el consumidor y a la vez son fáciles para realizarlas y poder ser tabuladas.

**MODELO DE ENCUESTA**  
**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**

**Encuesta con fines académicos**

**Objetivo:** Analizar la factibilidad para la implementación de un microempresa de chocolates rellenos con pulpa de fruta natural, ubicada en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

**DATOS GENERALES**

**Género**

Masculino  Femenino

**Rango de edad**

15-30 años  31-60 años  65 años en adelante

**ENCUESTA:**

**1. ¿Consume usted chocolate?**

SI  NO

**2. ¿Con qué frecuencia consume usted chocolate?**

Diario  Semanal  Quincenal  Mensual  Otros

**3. ¿Ha consumido usted chocolates rellenos con pulpa de fruta natural?**

SI  NO

**4. ¿Qué sabor desearía que contenga el chocolate?**

Maracuyá  Mora  Piña  Fresa  Guayaba  Uva

**5. ¿Consumiría usted chocolates rellenos de pulpa de fruta natural fabricados artesanalmente?**

SI  NO

**6. ¿Cuál sería la característica que analiza al comprar un chocolate?**

Marca  Calidad y sabor  Precio  Variedad y Diseño

**7. ¿Qué marca de chocolate prefiere consumir?**

La Universal  Ferrero  M&M  Nestlé  Artesanales

**8. ¿Cómo le gustaría que sea el empaque del producto?**

Presentación en Caja  Presentación en Fundas  Presentación Individual  Otros

**9. ¿A usted gustaría personalizar sus chocolates?**

SI  NO

**10. ¿Cómo le gustaría conocer el producto?**

Redes Sociales  Degustaciones Masivas  Recomendaciones  Otros

**11. ¿Le gustaría a usted la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de chocolates artesanales rellenos de fruta natural?**

SI  NO

**12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de chocolates de 6 unidades?**

\$2.00-\$4.00  \$5.00-\$7.00  \$8.00-\$10.00  Más de \$10.00

**3.1.03. Análisis de la Información**

**DATOS GENERALES**

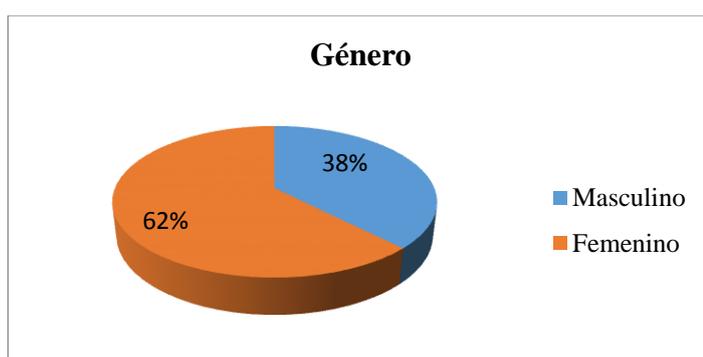
## Género

**Tabla 20 Análisis Género**

<b>Género</b>	<b>Número de respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	145	37.7%
Femenino	239	62.30%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 22 Análisis Género**

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

## Análisis

El resultado de las encuestas no dio que el 62% pertenecen a género femenino mientras que el 38% pertenece al género masculino.

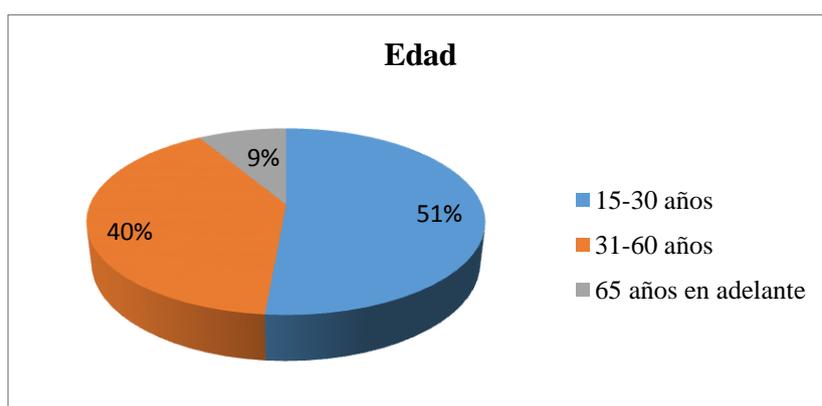
## Rango de edad

*Tabla 21 Análisis Edad*

Edad	Número de respuestas	Porcentaje
15-30 años	197	51.4%
31-60 años	154	40%
65 años en adelante	33	8.6%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



*Figura 23 Análisis Edad*

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

## Análisis

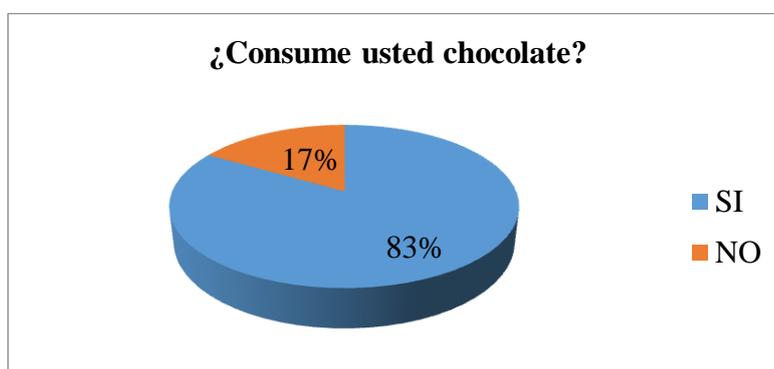
Los encuestados de entre 15-30 años de edad obtiene un porcentaje del 51.4% un porcentaje muy amplio mientras que entre las de edades de 31-60 años tiene un porcentaje de 40% y con un menor porcentaje a los encuestados tenemos a los de 65 años en adelante con un 9%.

**ENCUESTA:**
**1. ¿Consume usted chocolate?**
**Tabla 22 Análisis Consumo de chocolate**

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
SI	320	83.4%
NO	64	16.6%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*


**Figura 24 Análisis Consumo de chocolate**

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Análisis**

El 83% de los encuestados dan una respuesta positiva el cual si adquieren chocolate para consumirlo a una diferencia del 17% que no comen chocolate.

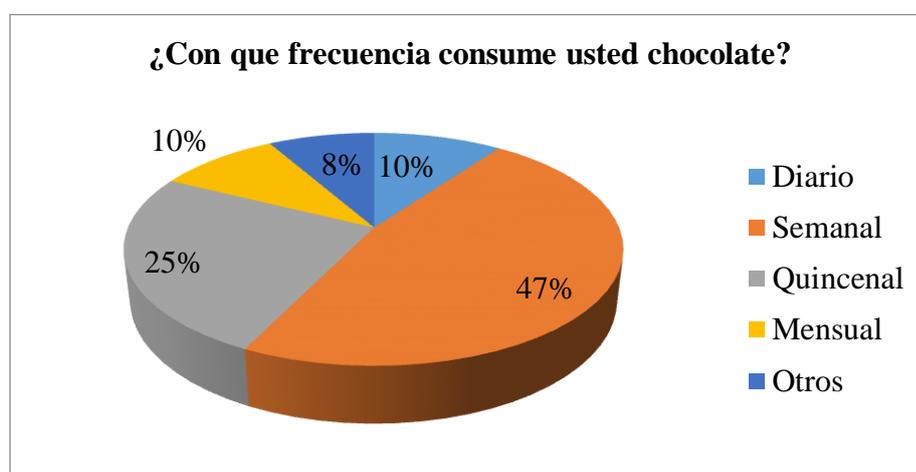
## 2. ¿Con qué frecuencia consume usted chocolate?

**Tabla 23** Análisis Frecuencia de consumo

Frecuencia	Número de respuestas	Porcentaje
Diario	38	9.9%
Semanal	181	47.3%
Quincenal	97	25.2%
Mensual	36	9.4%
Otros	32	8.2%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Investigación de Campo

*Elaborado por:* Katty Villa



**Figura 25** Análisis Frecuencia de consumo

*Fuente:* Investigación de Campo

*Elaborado por:* Katty Villa

### Análisis

El porcentaje más alto de consumo es de 47% que pertenece a los encuestados que consumen chocolate semanalmente, seguido del 25% que representa que quincenalmente consumen chocolate y por último están los porcentajes más bajos que representan que no muy poco consumen chocolate.

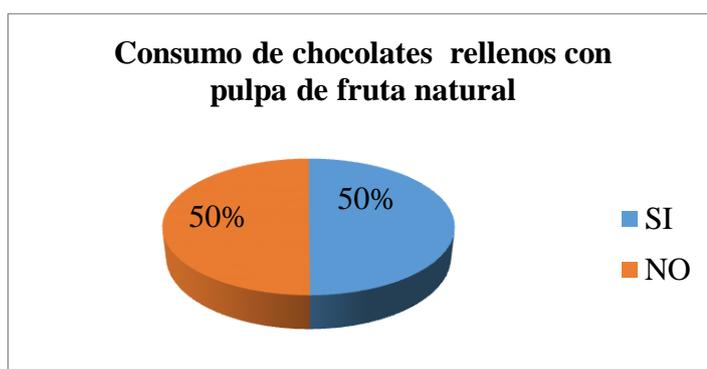
### 3. ¿Ha consumido usted chocolates rellenos con pulpa de fruta natural?

*Tabla 24 Análisis Consumo de chocolates rellenos*

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
SI	191	49.9%
NO	193	50.1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



*Figura 26 Análisis Consumo de chocolates rellenos*

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

#### **Análisis**

Un 50% de los encuestados mencionaron que sí y el otro 50% mencionaron que no lo consumen.

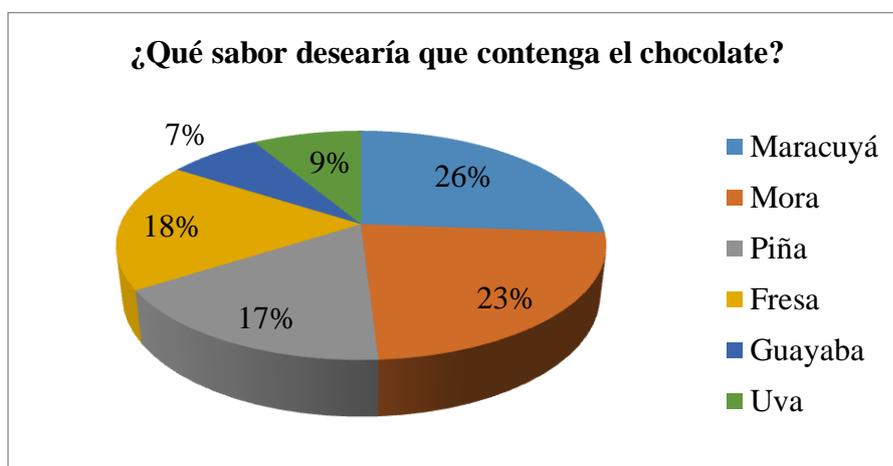
#### 4. ¿Qué sabor desearía que contenga el chocolate?

**Tabla 25 Análisis Sabor**

Sabor	Número de respuestas	Porcentaje
Maracuyá	100	26.2%
Mora	88	22.9%
Piña	65	16.9%
Fresa	70	18.2%
Guayaba	28	7.3%
Uva	33	8.6%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Katty Villa



**Figura 27 Análisis Sabor**

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Katty Villa

#### Análisis

Los encuestados optan más por frutas acidas como se verifica en los resultados, el porcentaje más que es el sabor de maracuyá, seguido de un 23% que pertenece a mora, seguido de fresa con un 18% y piña con un 17%, las frutas acidas no tienen mucha acogida por lo que Guayaba tiene un 7% de acogida al igual que uva con un 9%.

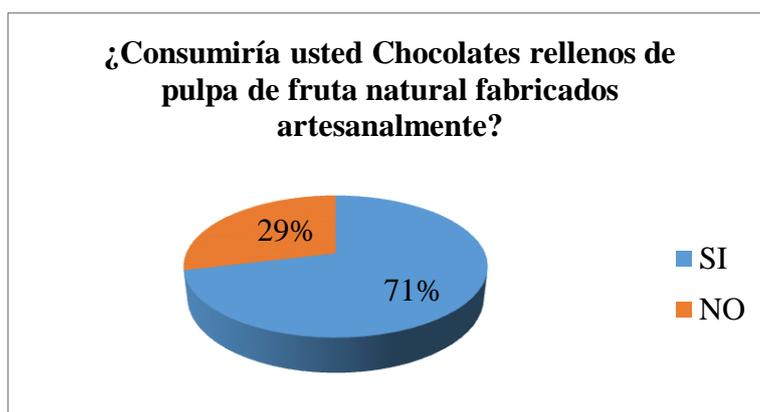
**5. ¿Consumiría usted chocolates rellenos de pulpa de fruta natural fabricados artesanalmente?**

*Tabla 26 Análisis Consumo de chocolates rellenos artesanales*

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
SI	273	71.2%
NO	111	28.8%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



*Figura 28 Análisis Consumo de chocolates rellenos artesanales*

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **Análisis**

El mejor porcentaje de encuestados representa un el 71% menciona que so consumiría chocolate relleno de pulpa de fruta natural; mientras que el 29% no lo haría.

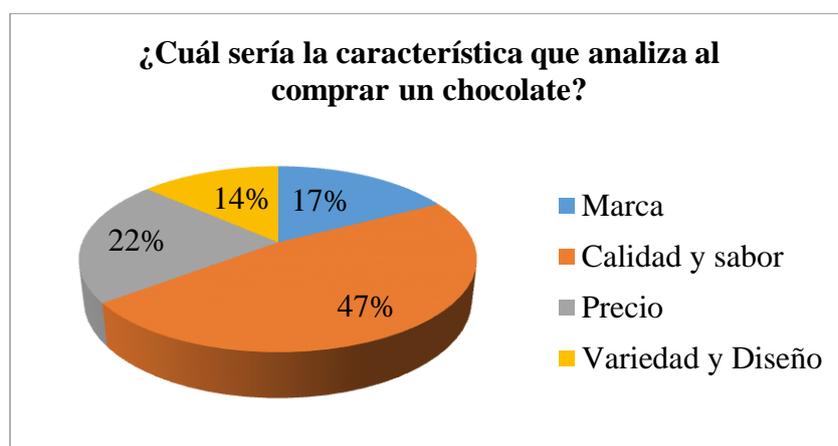
## 6. ¿Cuál sería la característica que analiza al comprar un chocolate?

*Tabla 27 Análisis Características*

Características	Número de respuestas	Porcentaje
Marca	67	17.4%
Calidad y sabor	181	47.3%
Precio	84	21.8%
Variedad y Diseño	52	13.5%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



*Figura 29 Análisis Características*

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### Análisis

La característica fundamental que observa el cliente al comprar un chocolate es la calidad y el sabor representado por 47%, seguido del precio que representa un 22%.

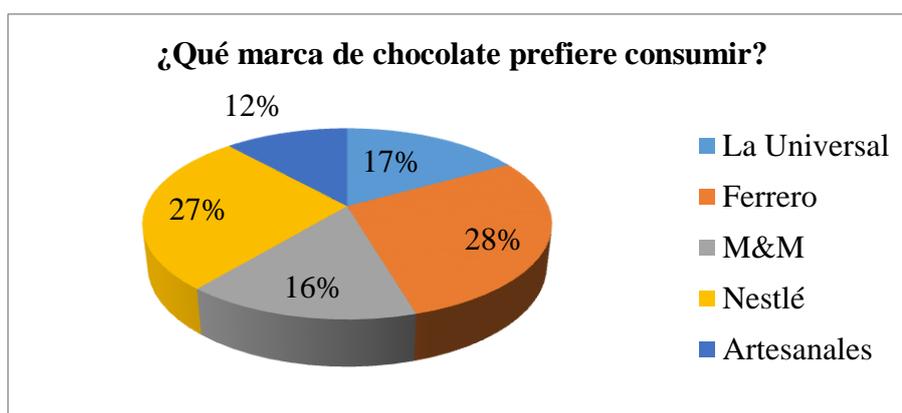
## 7. ¿Qué marca de chocolate prefiere consumir?

*Tabla 28 Análisis Maracas de chocolates*

Marcas	Número de respuestas	Porcentaje
La Universal	65	16.9%
Ferrero	109	28.6%
M&M	60	15.6%
Nestlé	105	27.3%
Artesanales	45	11.7%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



*Figura 30 Análisis Maracas de chocolates*

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### Análisis

Los chocolates más consumidos son Ferrero con un 28% y Nestlé con un 27%, la Universal y M&M están en un rango muy cercano porcentualmente y la más baja es del 12% que vendría siendo de los chocolates artesanales, lo cual quiere decir que el chocolate artesanal debe ser promocionado de mejor manera en el país.

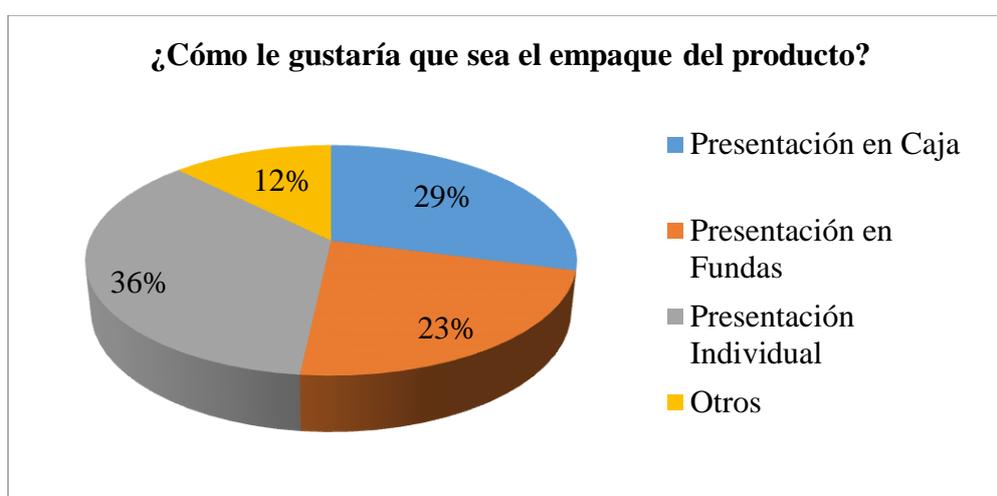
## 8. ¿Cómo le gustaría que sea el empaque del producto?

**Tabla 29** Análisis Empaque del producto

Empaque	Número de respuestas	Porcentaje
Presentación en Caja	112	29.1%
Presentación en Fundas	87	22.6%
Presentación Individual	137	35.8%
Otros	48	12.5%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 31** Análisis Empaque del producto

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### Análisis

El empaque del producto a la mayor parte de los futuros clientes les gustaría que sea individual lo cual representa un 36% de los encuestados, seguido de un 29% desearían en cajas, posteriormente con un 23% en fundas, quedando en último lugar otras presentaciones con el 12%.

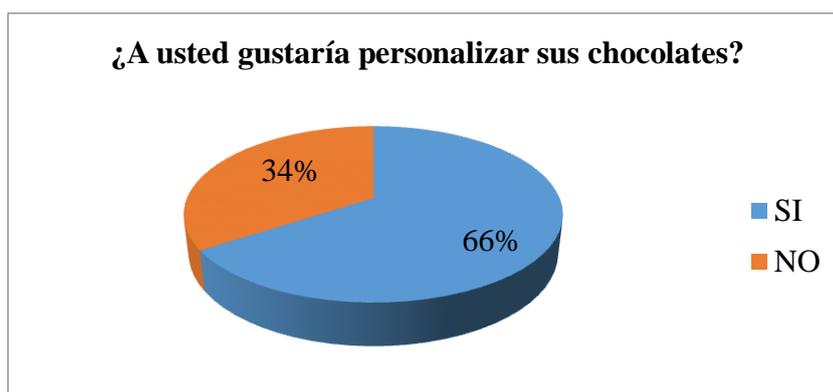
### 9. ¿A usted gustaría personalizar sus chocolates?

*Tabla 30 Análisis Personalizar los chocolates*

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
SI	252	65.7%
NO	132	34.3%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



*Figura 32 Análisis Personalizar los chocolates*

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### Análisis

De los resultados obtenidos se menciona que un 66% de los encuestados les gustaría personalizar sus chocolates y un 34% no le gustaría.

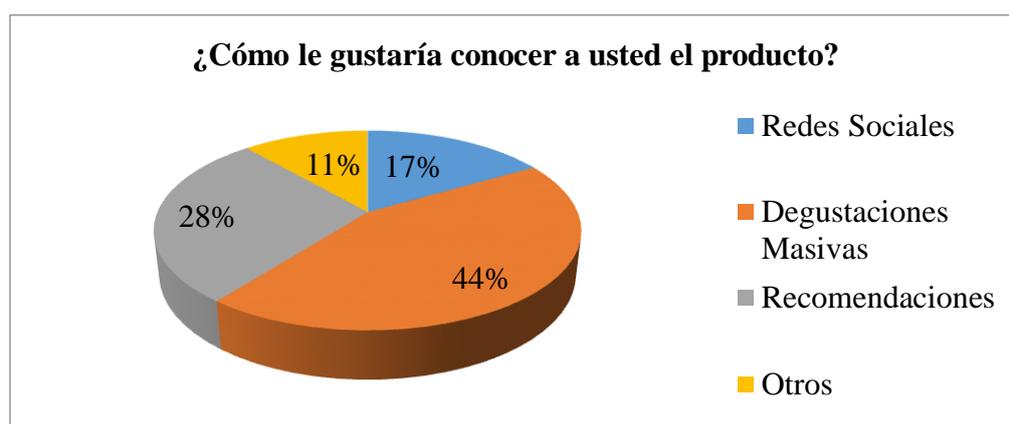
## 10. ¿Cómo le gustaría conocer el producto?

**Tabla 31** Análisis Conocer el producto

Marketing	Número de respuestas	Porcentaje
Redes Sociales	64	16.6%
Degustaciones Masivas	168	43.9%
Recomendaciones	108	28.1%
Otros	44	11.4%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 33** Análisis Conocer el producto

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### Análisis

Para dar a conocer el producto a los futuros clientes les gustaría que se realicen degustaciones masivas lo cual representa un 44% seguido de las recomendaciones de otras personas que hayan consumido el producto con anterioridad lo cual representa un 28% y posteriormente están las redes sociales con un 17% y de otras maneras que representa el 11%.

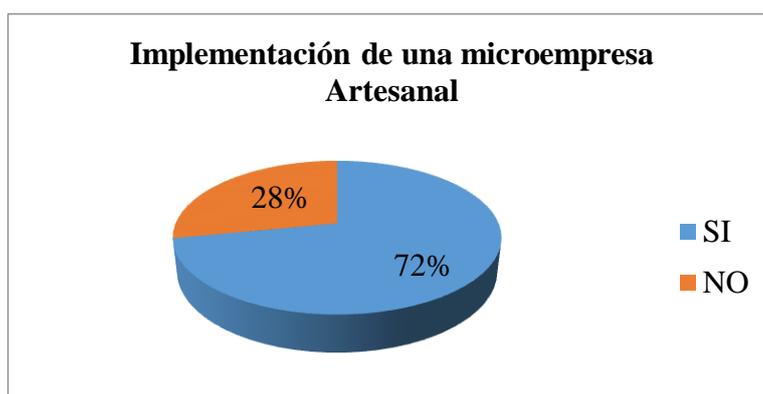
**11. ¿Le gustaría a usted la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de chocolates rellenos de fruta natural?**

**Tabla 32** *Análisis Implementación de microempresa Artesanal*

Opciones	Número de respuestas	Porcentaje
SI	276	71.9%
NO	108	28.1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 34** *Análisis Implementación de microempresa Artesanal*

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **Análisis**

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas el 72% está de acuerdo en que se implemente una microempresa artesanal y solo un 28% no le gustaría.

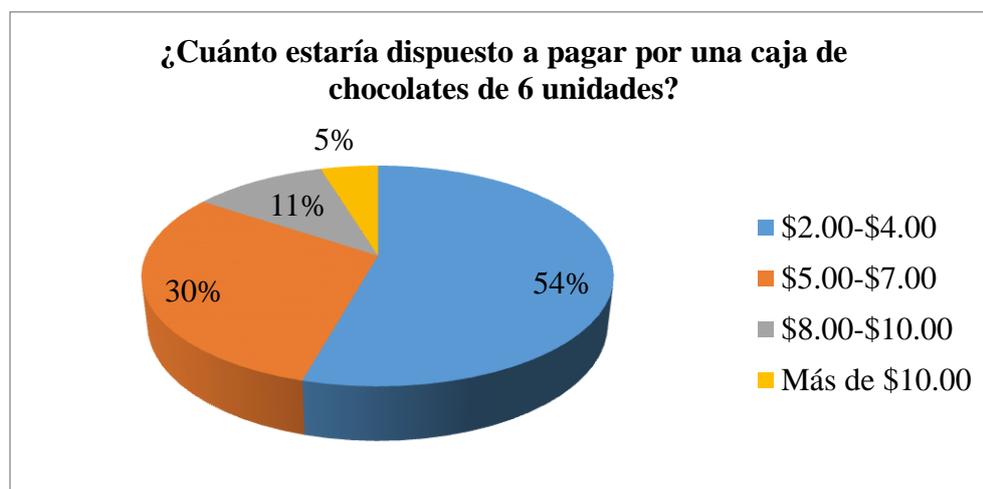
## 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de chocolates de 6 unidades?

*Tabla 33 Análisis Precio del producto*

Precio	Número de respuestas	Porcentaje
\$2.00-\$4.00	208	54.3%
\$5.00-\$7.00	116	30.1%
\$8.00-\$10.00	42	10.9%
Más de \$10.00	18	4.7%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*



*Figura 35 Análisis Precio del producto*

*Fuente: Investigación de Campo*

*Elaborado por: Katty Villa*

### Análisis

Los futuros clientes mencionan que el chocolate artesanal cuya presentación es en caja de 6 unidades debería costar entre \$2.00 y \$4.00 lo cual representa un 54%, seguido de \$5.00 a \$7.00 con un 30% de aceptación y los menos aceptados son \$8.00 a \$10.00 con un 11% y más de \$10.00 con un 5%.

### 3.2. Oferta

“Determina la cantidad de un bien que los vendedores ofrecen al mercado en función del nivel de precio.” (Pasto, 2010, pág. 5)

Son los bienes que la microempresa muestra al mercado con distintas cantidades, precios, modelos permitiendo así llegar al consumidor en este caso son los chocolates rellenos con pulpa de fruta natural.

#### 3.2.01 Oferta Histórica

“Se realiza a través de datos secundarios investigados en fuentes confiables que permiten determinar el desarrollo del mercado oferente principalmente del competidor pero sin descuidar otros elementos.” (Tovar, 2014)

#### 3.2.02 Oferta Actual

“Indica los factores que influyen en el comportamiento de la oferta, por ejemplo: si es estacional, políticas de venta, competencia, etc.” (Tovar, 2014)

La oferta se analiza desde un punto de vista temporal, es importante analizar la oferta de acuerdo a la capacidad instalada, materia prima utilizada, entre otros.

**Tabla 34 Oferta Actual**

<b>Año</b>	<b>Demanda Actual</b>	<b>Competencia</b>	<b>Oferta Actual</b>
2018	\$ 48.864.400,56	0,286	13.975.218,56

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 3.2.03 Oferta Proyectada

“La proyección de oferta es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio.” (Zambrana, 2013)

**Tabla 35 Oferta Proyectada**

<b>Año</b>	<b>Demanda Actual</b>	<b>Competencia</b>	<b>Oferta Proyectada</b>
2018	48.864.400,56	0,286	13.975.218,56
2019	13.975.218,56	0,286	3.996.912,5085
2020	3996912,5085	0,286	1.143.116,9774
2021	1143116,9774	0,286	326.931,4555
2022	326931,45554	0,286	93.502,3963
2023	93502,3963	0,286	26.741,6853

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 3.3 Demanda

“Es la cantidad de bienes que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad personal” (Simón, 2014, pág. 215)

La demanda se basa en la necesidad que tienen los consumidores por un determinado bien, en este caso los chocolates rellenos de pulpa de fruta natural.

#### 3.3.01 Demanda Actual

“Es la cantidad de bienes o servicios que el público consumidor requiere en este momento para cubrir sus necesidades lo que está determinado por los precios.”

(Tovar, 2014)

La demanda actual se basa en los posibles consumidores que van adquirir el producto en el momento.

Para el cálculo de la demanda se toma en cuenta los datos obtenidos en la encuesta.

**Tabla 36 Resultados de la Encuesta**

<b>Resultados de la Encuesta</b>	
Población	930.094
Encuestas realizadas	384
Aceptación	71.2%
Frecuencia	47.3%
Precio	\$2.00 – \$4.00
Tasa de Crecimiento	1.0156
Competencia	28.6%

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **Aceptación**

**Población \* Mayor Aceptación= Aceptación Total**

$$930.094,00 * 0,712 = 662226,928$$

### **Frecuencia**

**Aceptación total \* Mayor Frecuencia \* Semanas = Cantidad de Productos**

$$662.226,928 * 0,473 * 52 = 16.288.134$$

### Precio Promedio

#### Rango Promedio / 2 = Precio Promedio

$$\$2,00 + \$4,00 \quad / \quad 2 \quad = \quad \$ \quad 3,00$$

### Frecuencia de compra

#### Cantidad de Productos \* Precio Promedio = Demanda Actual

*Tabla 37 Demanda Actual*

Demanda Actual			
16.288.134	*	\$ 3,00	= \$ 48.864.400,56

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 3.3.02 Demanda Proyectada

“La proyección de la demanda es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio.” (Zambrana, 2013)

*Tabla 38 Demanda Proyectada*

Año	Demanda Actual	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	\$ 48.864.400,56	1	\$ 48.864.400,56
2019	\$ 48.864.400,56	1,0156	\$ 49.626.685,21
2020	\$ 49.626.685,21	1,0156	\$ 50.400.861,50
2021	\$ 50.400.861,50	1,0156	\$ 51.187.114,94
2022	\$ 51.187.114,94	1,0156	\$ 51.985.633,93
2023	\$ 51.985.633,93	1,0156	\$ 52.796.609,82

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 3.4 Balance de la Oferta y Demanda

*Tabla 39 Balance de la Oferta y Demanda*

<b>Año</b>	<b>Demanda Actual</b>	<b>Oferta Actual</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2018	48.864.400,56	13.975.218,56	34.889.182,00

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

#### 3.4.02 Balance Proyectado

*Tabla 40 Balance Proyectado*

<b>Año</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Oferta Proyectada</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2018	48.864.400,56	13.975.218,56	34.889.182,0022
2019	49.626.685,21	3.996.912,5085	45.629.772,7036
2020	50.400.861,50	1.143.116,9774	49.257.744,5239
2021	50.400.861,50	326.931,4555	50.073.930,0458
2022	51.187.114,94	93.502,3963	51.093.612,5445
2023	51.985.633,93	26.741,6853	51.958.892,2485

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

## CAPÍTULO IV

### 4. Estudio Técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. (Rodríguez & Aranday, 2013, págs. S-N)

El estudio técnico permitirá observar la capacidad y el funcionamiento de la microempresa durante todo el tiempo, verificando los equipos necesarios, todos los materiales a utilizar para la función de la misma utilizando los mejores recursos.

#### 4.1 Tamaño del proyecto

“Es el estudio de la rentabilidad de una inversión, que busca determinar con la mayor presión posible, la cuantía de las inversiones, costos y beneficios de un proyecto para posteriormente compararlos y determinar la conveniencia de emprenderlos.” (Sapag, 2007, pág. 30)

El tamaño del proyecto es un estudio técnico donde se conceptualiza la capacidad de producción de la microempresa en un tiempo determinado.

**Tabla 41 Personal de la Microempresa**

<b>Número de trabajadores</b>	<b>Cargo</b>
1	Administrador
1	Asistente contable
1	Operario
1	Vendedor

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

#### **4.1.01 Capacidad Instalada**

“La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios; su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse.” (Mejía Cañas, 2013, pág. 1)

La capacidad instalada hace referencia a los costos totales y la rentabilidad de la microempresa tomando en cuenta su ubicación.

##### **4.1.01.01 Variables de viabilidad**

Las variables de viabilidad es importante realizarlo en un proyecto ya que determina cuanto posee la microempresa en cuanto a recursos monetarios.

**Tabla 42 Variables de viabilidad**

<b>Detalle</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>
Capital Propio	45%	\$ 7.134,33
Capital Financiado	55%	\$ 8.719,73
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 15.854,06</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

El financiamiento se realizará en la Cooperativa Andalucía con un microcrédito para la microempresa con una tasa de interés del 14% con plazo de 36 meses.

Los requisitos generales son:

- Tener entre 18 y 79 años de edad.
- Tener una cuenta de “Ahorro Socio” en la Institución.
- Original y copia de la cédula de ciudadanía
- Original y copia del certificado de votación (vigente).
- Original y copia de cédula de identidad o pasaporte (extranjeros).
- Copia de un servicio básico (actualizado).
- Croquis del lugar de residencia.
- Croquis de la microempresa
- Copia de matrícula de vehículos o impuesto predial. ( Si aplica)

#### **4.1.02 Capacidad Óptima**

La capacidad óptima de una planta en las empresas, es el reto de cómo utilizar la capacidad máxima disponible en sus instalaciones. Adecuar aquella capacidad de la producción al comportamiento de la demanda exige prever la evolución de esta tanto como a corto y largo plazo distinguiendo los sectores, distribuyendo para que no exista un exceso de capacidad. (Carro, Gonzales, & Gomez , 2012, pág. 2)

La capacidad óptima hace referencia a la utilización de las instalaciones en un 100% en las oficinas, bodegas, áreas de ventas de los bienes producidos, para así brindar un servicio de calidad y poder obtener la satisfacción del cliente.

#### **4.2 Localización**

“La instalación es un proceso a seguir es un lugar geográfico para realizar las operaciones de una empresa.” (Carro, Gonzales, & Gomez , 2012, pág. 4)

La localización hace referencia a la ubicación demográfica de la microempresa, está es importante para obtener éxito; se debe estudiar de manera cuidadosa para poder optimizar recursos mediante la operación y gestión.

#### 4.2.01 Macro Localización

“Macro-localización, esto es, la ubicación geográfica del proyecto dentro del área: región, comarca, ciudad conjunto rural, etc”. (Aguilar Idañez, 2012, pág. 351)

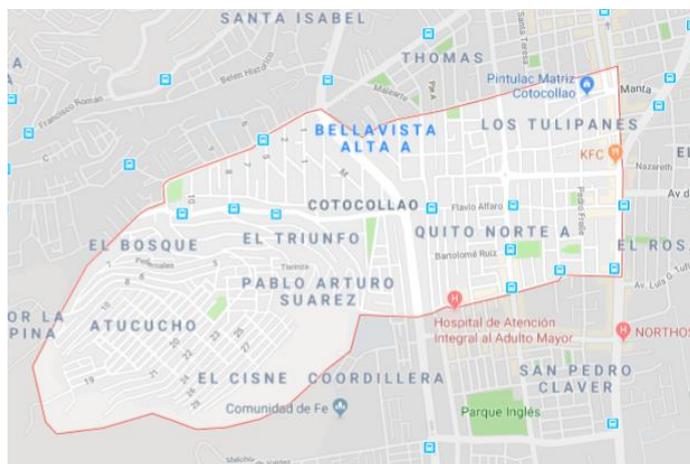
La macro localización es la ubicación geográfica de la microempresa, la misma que está ubicada en el Distrito Metropolitana de Quito en la parroquia de Cotocollao.

**Tabla 43 Macro Localización**

Detalle	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Cotocollao

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Katty Villa



**Figura 36 Macro Localización**

**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** Katty Villa

#### 4.2.02 Micro Localización

“Micro-localización, identificado dentro de un conjunto menor, como puede ser un pueblo o un barrio, el lugar o zona donde se desarrollara el proyecto.” (Aguilar Idañez, 2012, pág. 351)

La microempresa estará ubicada en el Norte de Quito en la parroquia Cotocollao, en la calle 25 de Mayo y Lizardo Ruiz, este lugar cuenta con variables que benefician al proyecto, es un lugar donde constantemente circula la gente lo cuales podrían ser futuros clientes.

**Tabla 44 Micro Localización**

Detalle	
Cantón	Quito
Parroquia	Cotocollao
Calle Principal	25 de Mayo
Calle Secundaria	Lizardo Ruiz

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 37 Micro Localización**

*Fuente: Google Maps*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 4.2.03 Localización Óptima

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social).” (Baca Urbina , 2010, pág. 86)

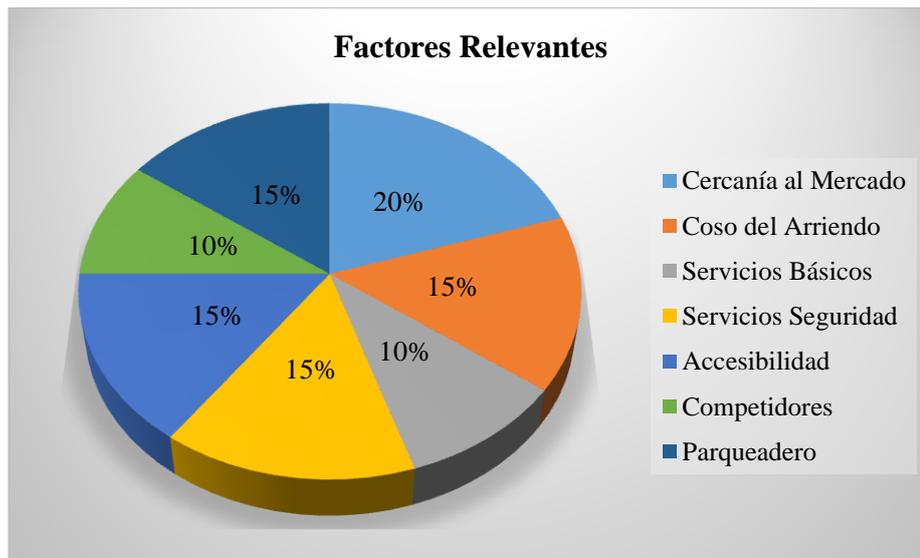
La localización óptima se refiere factores que beneficien a la microempresa a reducir costos y obtener mayor acogida y una rentabilidad exitosa, la misma que estará situada en una zona urbana.

*Tabla 45 Localización Óptima*

Factores Relevantes	Ponderación	Cotacollao		Condado	
		Calificación	Total	Calificación	Total
Cercanía al Mercado	0,20	9	1,8	8	1,60
Coso del Arriendo	0,15	9	1,35	8	1,20
Servicios Básicos	0,10	8	0,8	8	0,80
Servicios Seguridad	0,15	9	1,35	8	1,20
Accesibilidad	0,15	8	1,2	8	1,20
Competidores	0,10	7	0,7	7	0,70
Parqueadero	0,15	8	1,2	8	1,20
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>58</b>	<b>8,4</b>	<b>55</b>	<b>7,9</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 38 Localización Óptima**

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 4.3 Ingeniería del Producto

El objetivo general del estudio de ingeniería del producto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca Urbina , 2010, pág. 89)

Hace referencia al diseño y desarrollo de un producto desde su producción hasta su puesta en mercado.

#### 4.3.01 Distribución de Bienes y Servicios

##### 4.3.01.01 Bien

Este bien está enfocado a cubrir las necesidades de las personas directa o indirectamente, tomando en cuenta sus beneficios.

CHOC`FRUT SWEED se encargará de comercializar chocolates rellenos de pulpa de fruta natural es así que se realizará degustaciones para que conozcan el producto con distintos sabores de relleno y a su vez con diseños que llamen la atención de los futuros clientes, identificándose por la calidad y variedad de productos tanto en sabores como en colores, dando así opciones a los clientes de poder personalizar el chocolate de la manera que ellos requieran.

#### **4.3.01.02 Servicio**

El servicio está enfocado a la calidad de atención al cliente para poder fidelizarlos con el trato y buena presencia del personal.

CHOC`FRUT SWEED brindara un servicio de calidad mediante la comercialización de los chocolates, es así que a los clientes serán prioridad y serán tratados y atendidos de una manera impecable para que ellos puedan volver tanto por la atención que se les dio como por el producto.

#### **4.3.02 Distribución de la planta**

“La distribución de la planta 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 Urbina , 2010, pág. 94)

Las instalaciones se van a distribuir de acuerdo a cada función que tenga cada área de la microempresa para así optimizar recursos.

#### 4.3.02.01 Matriz SLP

“Distribución Sistemática de las Instalaciones de la Planta o SLP (Systematic Layout Planning), el cual consiste en obtener un diagrama de relación de actividades construido con dos códigos.” (Baca Urbina , 2010, pág. 127)

Metodología para distribuir de mejor manera las áreas de la microempresa

**Tabla 46 Matriz SLP**

<b>Letra</b>	<b>Orden de Proximidad</b>
A	Absolutamente Necesario
E	Especialmente
I	Importante
O	Importante
U	Ordinaria o Normal
X	Unimportante o Normal
XX	Muy Indispensable

*Fuente: Investigación Propia*

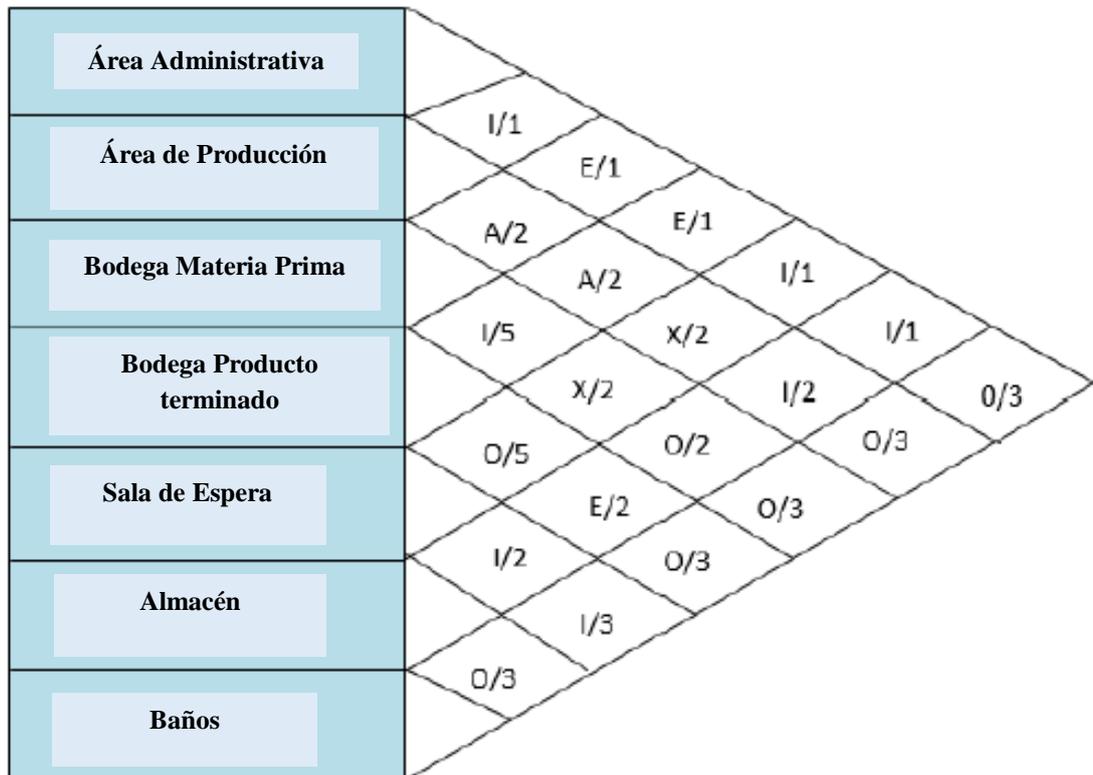
*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 47 Matriz SLP**

<b>Números</b>	<b>Razón</b>
1	Por Control
2	Por Proceso
3	Por higiene
4	Por Ruido
5	Por Conveniencia

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*



**Figura 39 Matriz SLP**

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 4.3.03 Plano



**Figura 40 Plano**

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 48 Dimensiones del Plano**

<b>Áreas</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Medidas Totales</b>
Administrativa	3,5m *4,3m	15,05m <sup>2</sup>
Ventas	6,3m*3,40m	21,42 m <sup>2</sup>
Bodega Producto Terminado	4,5*3,4m	15,3 m <sup>2</sup>
Bodega Materia Prima	4m*3,4m	13,6m <sup>2</sup>
Área Producción	3,40m*3,4m	11,56 m <sup>2</sup>
Baño	2m*4m	8 m <sup>2</sup>
Sala de Espera	4,3m*2m	8,6 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>		<b>93,53m<sup>2</sup></b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

La microempresa iniciara sus actividades en una instalación pequeña lo cual después con la evolución del mismo se tomara decisiones de ampliación.

#### **4.3.04. Proceso de Comercialización**

##### **4.3.04.01 Comercialización**

La comercialización es un puente entre la producción y el consumo de productos, contribuyendo de esta manera al conjunto de las actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. (Baca Urbina , 2010, pág. 48)

La comercialización que realizará la microempresa será de forma directa no habrá intermediarios, es decir de forma directa, se llegara de esa manera a los clientes puesto que es una microempresa y recién está comenzando y no van a querer unirse fácilmente con la misma.

#### 4.3.04.02 Diagrama de Flujo

Un diagrama de flujo es la representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es decir, viene a ser la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo. (Manene, 2013, pág. 1)

El diagrama de flujo es una herramienta muy útil que establece los pasos y puntos para realizar de forma secuencial, cronológica y organizada una determinada actividad mediante conectores gráficos y flechas que formaran un flujo grama de secuencia.

Para la microempresa se utilizara el método ANSI este está conformado de una simbología que representa los procedimientos de forma vertical mediante símbolos.

#### 4.3.04.02.01 Simbología

*Tabla 49 Simbología*

Símbolo	Representación
	Inicio o fin
	Actividad
	Decisión o Alternativa
	Documento
	Conector
	Archivo

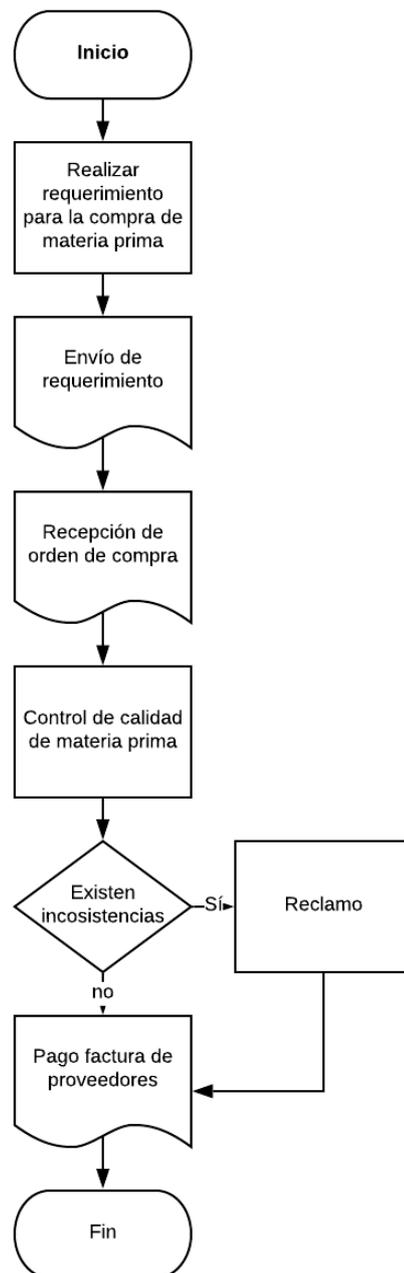
*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

#### **4.3.04.02.02 Actividad de Subproceso de Compra de Materia Prima**

Descripción de actividades:

- 1) Realizar requerimiento de compra de materia prima.
- 2) Enviar requerimiento de compra de materia prima.
- 3) Recepción de orden de compra de materia prima.
- 4) Control de calidad de materia prima.
- 5) Pago proveedores



**Figura 41 Materia Prima**

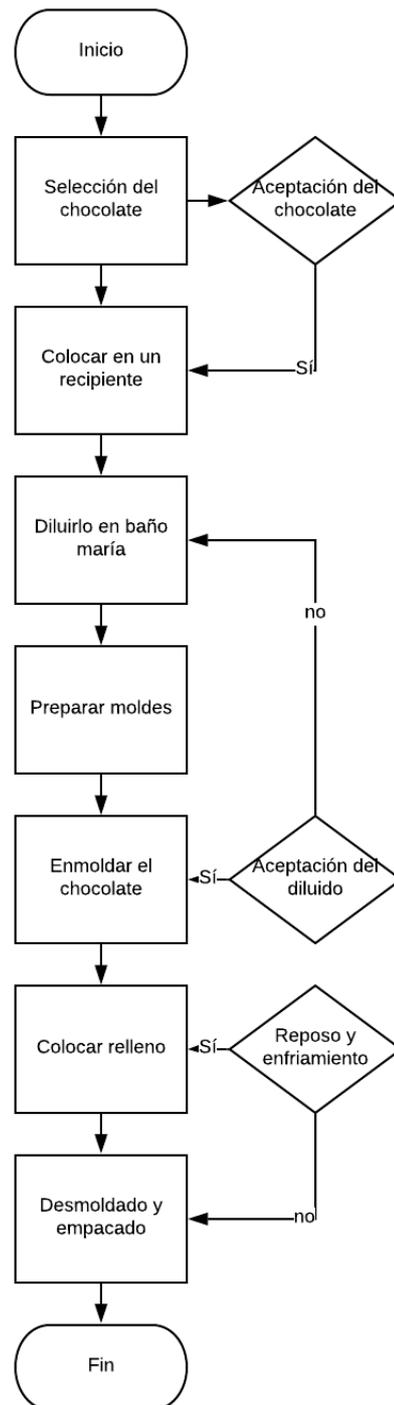
*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

#### **4.3.04.02.03 Actividad de Subproceso de Producción**

Descripción de actividades:

- 1) Selección del chocolate.
- 2) Colocar el chocolate en un recipiente
- 3) Diluirlo en baño maría
- 4) Preparar los moldes
- 5) Colocar el chocolate en los moldes
- 6) Colocar el relleno
- 7) Reposo y enfriado
- 8) Desmoldado y empacado.



**Figura 42** Producción

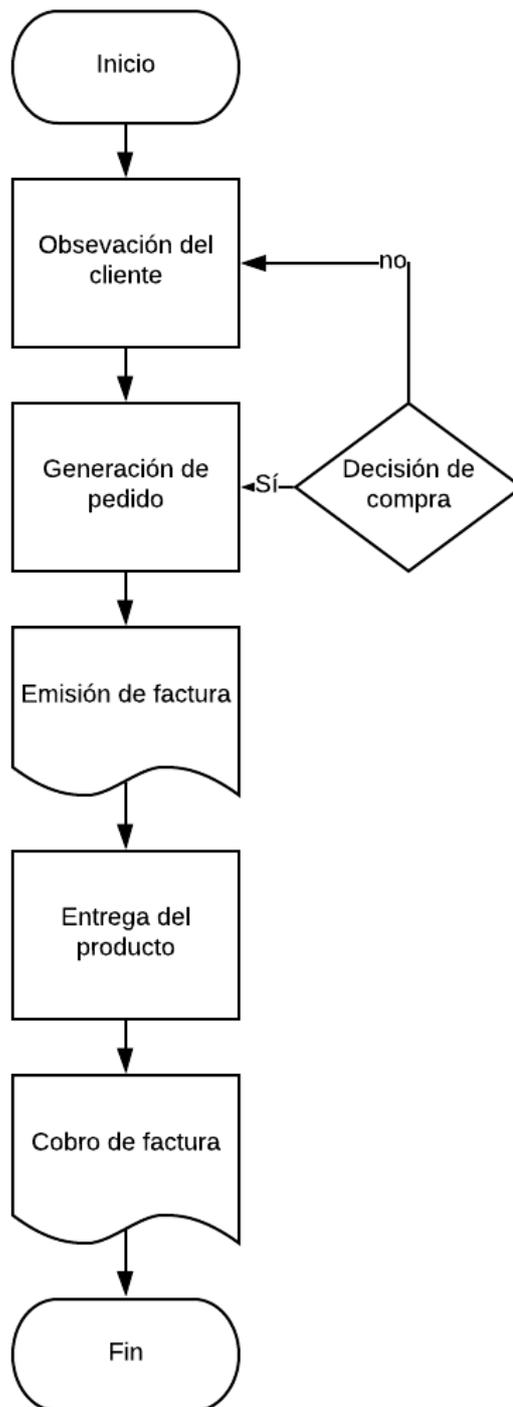
*Fuente:* Investigación Propia

*Elaborado por:* Katty Villa

#### **4.3.04.02.04 Actividad de Subproceso de Ventas**

Descripción de actividades:

- 1) Muestra a los clientes.
- 2) Observaciones por parte del cliente.
- 3) Decisión de compra por parte del cliente.
- 4) Generación de pedido
- 5) Emisión de factura.
- 6) Entrega del producto.
- 7) Cobro de factura.



**Figura43 Ventas**

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

#### 4.3.05. Equipos

“Es todo lo físico que tiene la empresa, como equipos que serán de uso de la empresa.” (Barragan Codina, 2014)

Son los equipos, suministros que la microempresa va a ocupar mediante su actividad.

*Tabla 50 Activos Fijos Microempresa*

#### ACTIVOS FIJOS

<b>MAQUINARIA, EQUIPO Y UTENSILLOS DE PRODUCCIÓN</b>			
	<b>Unidades</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Cocina Industrial Mediana (4 Quemadores)	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Enfriador (4 Patas)	1	\$ 480,00	\$ 480,00
Mesa Industrial (4 Patas)	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Utensilios para la producción			\$ 429,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$1.909,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
	<b>Unidades</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Escritorio de Oficina	2	\$ 85,00	\$ 170,00
Sillas	3	\$ 25,00	\$ 75,00
Sillones	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Silla ejecutiva	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Estante / mostrador	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Archivador	2	\$ 95,00	\$ 190,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 995,00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
	<b>Unidades</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Teléfono Inalámbrico	2	\$ 100,00	\$ 200,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 200,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
	<b>Unidades</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Intel Dúo 5.0 Escritorio Core	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Impresora Samsung	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Impresora Facturera Epson	1	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$1.230,00</b>
<b>TOTAL EN ACTIVOS</b>			<b>\$4.334,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

## CAPÍTULO V

### 5. Estudio Financiero

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una microempresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra microempresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2018, pág. 47)

El estudio financiero determina las condiciones en las que inicia la microempresa es decir capital invertido, los riesgos que se puedan presentar en el trayecto del proyecto, se estudia ingresos, costos, gastos, dando así cifras absolutas o relativas que refleja la evolución de la microempresa.

#### 5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

##### 5.1.01 Ingresos Operacionales

“Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la microempresa.” (Mora, 2018, pág. 5)

La actividad que tendrá este proyecto será la de venta del chocolate por lo cual es necesario establecer el volumen de ventas por año, para la vida útil del proyecto que será hasta el 2023.

**Tabla 51 Ingresos**

Población De Cotocollao	930.094,00
Aceptación	71,2%
<b>Total Aceptación</b>	<b>662.227</b>
Frecuencia de Compra	47,3%
<b>Total Clientes</b>	<b>313.233</b>
Clientes Potenciales	28,8%
Frecuencia de Compra Veces	90
Número de Días	5
Número de Veces que compra	450
Numero de semana al año	52
<b>Total Producción Anual Cjas x 6u</b>	<b>23.400</b>
Precio de Venta Unitario Cja. x 6u	\$3,00
<b>Total ingresos Anuales</b>	<b>\$70.200,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 49.1 Precio de Venta al Público Unitario**

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Materia Prima Directa	\$0,54
Mano de Obra Directa	\$0,29
Costos Indirectos de Fabricación	\$0,75
Costo unitario final ( Caja de 6u)	<b>\$1,58</b>
Utilidad 90%	\$1,43
<b>PVP Caja de 6 Unidades</b>	<b>\$3,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

La venta al público será de \$3,00; este precio se sacó mediante los costos de producción más el margen de utilidad del 90%.

**Tabla 52 Proyección de Ingresos**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos	\$70.200,00	\$71.295,12	\$72.407,32	\$73.536,88	\$74.684,05

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **5.1.02 Ingresos No Operacionales**

“Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma”. (Guzman Vasquez & Cubillos Guzman, 2006)

### **5.2 Costos**

“En un amplio sentido financiero, es toda erogación o desembolso de dinero (o su equivalente) para obtener algún bien o servicio.” (Lemus & Jiménez, 2010, pág. 38)

Son todos aquellos egresos que se realizan para la obtención de producto, en éste proyecto comprenden todos los rubros requeridos para la elaboración de los chocolates.

#### **5.2.01 Costo Directo**

“Pueden ser definidos como una segregación de los costos de producción entre aquellos que son fijos y aquellos que varían en relación directa con el volumen de producción.” (González, 2018, pág. 10)

Los costos directos son lo que se utilizarán directamente en la producción del proyecto.

**Tabla 53 Costos Directos**

Descripción	Producción Mensual	Costo Mensual	Producción Anual	Costo Anual
Materia Prima Directa	1.950 cajas x 6u	\$ 1.054,30	23.400 cajas x 6u	\$12.651,63
Mano de Obra Directa		\$ 556,77		\$6.681,29
<b>Total</b>		<b>\$1.611,07</b>		<b>\$19.332,92</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

Los costos directos hace referencia a lo que se utiliza directamente en la producción es así como se obtiene el total de costo mediante a la producción anual con un valor de \$12.651,63, y la mano de obra que es un operario anualmente será de \$6.681,29.

**Tabla 51.1 Materia Prima Directa**

Concepto	Cantidad Total	Cantidad Unitaria	Costo Unitario	Cantidad por caja (6 unidades)	Producción mensual (1950 Cajas. x 6u)	Producción anual (23,400 Cajas. x 6u)
Chocolate	1000 g.	10g	0,073	0,44	858,00	10296,00
Pulpa de Frutas	450ml	0,05ml	0,005	0,03	58,50	702,00
Colorante Vegetal	100ml	10ml	0,009	0,054	105,30	1263,60
Azúcar	2 kg	0,5g	0,003	0,017	32,50	390,03
<b>Total</b>			<b>0,090</b>	<b>0,541</b>	<b>1054,30</b>	<b>12.651,63</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 51.2 Mano de Obra Directa**

Trabajador	Sueldo Mensual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Aporte al IESS Patronal	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Operario 1	\$ 394,00	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 16,42	\$ 47,87	\$ 32,82	\$ 556,77	\$6.681,29

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.2.02 Costos Indirectos

“Se incluyen los materiales indirectos y la mano de obra indirecta y gastos indirectas. Incluyen los gastos de administración y de venta y los gastos financieros que implican los gastos en intereses, comisiones e impuesto por los presamos contratados.” (Gómez O. , 2011, pág. 5)

Para la microempresa son todos aquellos desembolsos distintos de la materia prima directa y mano de obra directa pero que son fundamentales durante el proceso de producción de las cajas de chocolates.

**Tabla 54 Costos Indirectos de Fabricación**

<b>Concepto</b>	<b>Producción anual (23,400 Cajas. x 6u)</b>
Servicios básicos	\$360,00
Gas	\$19,20
Sticker	\$1.879,68
Tarjetas	\$3.524,40
Cajas 15cm x 6cm	\$11.748,00
<b>Total CIF</b>	<b>\$17.531,28</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 52.1 Desglose Servicios Básicos**

<b>Concepto</b>	<b>Distribución Servicios Básicos</b>		<b>%</b>	<b>Área Producción</b>	
	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>		<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Agua	\$20,00	\$240,00	50%	\$10,00	\$120,00
Luz	\$40,00	\$480,00	50%	\$20,00	\$240,00
Teléfono	\$20,00	\$240,00			
Internet	\$25,00	\$300,00			
<b>Total</b>			<b>100%</b>	<b>\$30,00</b>	<b>\$360,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.2.03 Gasto Administrativo

“El gasto administrativo consiste en salarios de oficinistas, costos de arriendo, gastos de servicios públicos y material de oficina. En general, los gastos administrativos consisten de costos fijos tal como salario y arriendo.” (Saint, 2018, pág. 36).

Los gastos administrativos constituyen todos los desembolsos que requiere la microempresa para el normal funcionamiento e incluyen rubros tales como: Sueldos administrativos, suministros, servicios básicos, arriendo, entre otros.

**Tabla 55 Gastos Administrativos**

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Gasto Sueldos	\$ 1.121,03	\$ 13.458,33
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 2,67	\$ 32,00
Suministros de Oficina	\$ 1,48	\$ 17,70
Servicios Básicos	\$ 26,25	\$ 315,00
Arriendo	\$ 250,00	\$ 3.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1.401,42</b>	<b>\$ 16.823,03</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

El cuadro resumen hace referencia a todos los gastos administrativos que se va a utilizar durante el desarrollo normal de las actividades de la microempresa, los cuales ascienden mensualmente a \$1.401,42 y anualmente a \$ 16.823,03

**Tabla 53.1 Gastos Sueldos**

Trabajador	Sueldo Mensual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Aporte IESS Patronal	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Administrador	\$400,00	\$33,33	\$32,83	\$ 16,67	\$48,60	\$33,32	\$565,25	\$6.777,04
Asistente Contable	\$394,00	\$32,83	\$32,83	\$ 16,42	\$47,87	\$32,82	\$556,77	\$6.681,29
<b>Total</b>	<b>\$794,00</b>	<b>\$66,17</b>	<b>\$65,67</b>	<b>\$ 33,08</b>	<b>\$96,47</b>	<b>\$66,14</b>	<b>\$1.122,03</b>	<b>\$13.458,33</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 53.2 Suministros de Aseo y Limpieza**

Concepto	Cantidad	Costo	Costo	Costo
	Anual	Unitario	Mensual	Anual
Escoba	3	\$ 1,00	\$0,25	\$ 3,00
Recogedor	2	\$ 1,00	\$0,17	\$ 2,00
Trapeador	1	\$ 2,00	\$0,17	\$ 2,00
Desinfectante	4	\$ 3,50	\$1,17	\$14,00
Ambiental	4	\$ 2,75	\$0,92	\$11,00
<b>Total</b>		<b>\$ 10,25</b>	<b>\$2,67</b>	<b>\$32,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 53.3 Suministros de Oficina**

Concepto	Cantidad	Costo	Costo	Costos
		Unitario	Mensual	Anual
Resma de papel	2	\$ 3,75	\$0,63	\$ 7,50
Factureros	1	\$ 3,00	\$0,25	\$ 3,00
Lápices	3	\$ 0,35	\$0,09	\$ 1,05
Esferos	3	\$ 0,40	\$0,10	\$ 1,20
Borradores	3	\$ 0,25	\$0,06	\$ 0,75
Grapas	2	\$ 1,30	\$0,22	\$ 2,60
Clips	2	\$ 0,80	\$0,13	\$ 1,60
<b>Total</b>		<b>\$ 9,85</b>	<b>\$1,48</b>	<b>\$17,70</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 53.4 Servicios Básicos**

Distribución Servicios Básicos			Área Administración		
Concepto	Valor	Valor	%	Valor	Valor
	Mensual	Anual		Mensual	Anual
Agua	\$ 20,00	\$240,00	25%	\$ 5,00	\$60,00
Luz	\$ 40,00	\$480,00	25%	\$ 10,00	\$120,00
Teléfono	\$ 20,00	\$240,00	25%	\$ 5,00	\$ 60,00
Internet	\$ 25,00	\$300,00	25%	\$ 6,25	\$ 75,00
<b>Total</b>			<b>100%</b>	<b>\$ 26,25</b>	<b>\$315,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.2.04 Gasto de Ventas

Los Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la microempresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta. (Nunes, 2018, pág. 10)

Los gastos de venta en la microempresa incluyen aquellos egresos en los que se incurre para la comercialización de las cajas de chocolate a los clientes.

**Tabla 56 Gasto de Ventas**

<b>Concepto</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Gasto Sueldos	\$ 556,77	\$ 6.681,29
Servicios Básicos	\$ 26,25	\$ 315,00
Transporte	\$ 10,00	\$ 120,00
Publicidad	\$ 100,00	\$ 400,00
<b>Total</b>	<b>\$ 693,02</b>	<b>\$ 7.516,29</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

Los gastos de ventas en los que incurrirá la microempresa ascenderán mensualmente a un valor de \$ 693,02 y anualmente a \$ 7.516,29.

**Tabla 54.1 Gastos Sueldos**

<b>Trabajador</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Décimo Tercer Sueldo</b>	<b>Décimo Cuarto Sueldo</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Aporte al IESS Patronal</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
<b>Vendedor</b>	\$394,00	\$32,83	\$32,83	\$ 16,42	\$47,87	\$32,82	\$556,77	\$6.681,29

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

**Tabla 54.2 Servicios Básicos**

Concepto	Distribución Servicios Básicos		%	Área Ventas	
	Valor Mensual	Valor Anual		Valor Mensual	Valor Anual
<b>Agua</b>	\$ 20,00	\$240,00	25%	\$ 5,00	\$60,00
<b>Luz</b>	\$ 40,00	\$480,00	25%	\$ 10,00	\$120,00
<b>Teléfono</b>	\$ 20,00	\$240,00	25%	\$ 5,00	\$ 60,00
<b>Internet</b>	\$ 25,00	\$300,00	25%	\$ 6,25	\$ 75,00
<b>Total</b>			<b>100%</b>	<b>\$ 26,25</b>	<b>\$315,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **5.02.05 Costos Fijos y Variables**

#### **5.02.05.01 Costos Fijos**

“Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta.”

(González, 2018, pág. 15)

#### **5.02.05.02 Costos Variables**

“Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la microempresa.” (González, 2018, pág. 15)

**Tabla 57 Costos Fijos y Variables**

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Costos Fijos</b>					
Gastos administrativos	\$ 16.823,03	\$ 17.085,47	\$ 17.352,01	\$ 17.622,70	\$ 17.897,61
Depreciaciones	\$ 720,40	\$ 720,40	\$ 720,40	\$ 720,40	\$ 720,40
Amortización de la inversión diferida	\$ 102,40	\$ 102,40	\$ 102,40	\$ 102,40	\$ 102,40
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 17.645,83</b>	<b>\$ 17.908,27</b>	<b>\$ 18.174,81</b>	<b>\$ 18.445,50</b>	<b>\$ 18.720,41</b>
<b>Costos Variables</b>					
Costos de producción	\$ 36.864,20	\$ 37.439,29	\$ 38.023,34	\$ 38.616,50	\$ 39.218,92
Gastos de ventas	\$ 7.516,29	\$ 7.633,55	\$ 7.752,63	\$ 7.873,57	\$ 7.996,40
Gastos financieros	\$ 1.023,16	\$ 383,63			
<b>Total costos variables</b>	<b>\$ 45.404,30</b>	<b>\$ 45.456,46</b>	<b>\$ 45.775,97</b>	<b>\$ 46.490,08</b>	<b>\$ 47.215,32</b>
<b>Total costos anuales</b>	<b>\$ 63.050,13</b>	<b>\$ 63.364,74</b>	<b>\$ 63.950,78</b>	<b>\$ 64.935,57</b>	<b>\$ 65.935,73</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### **5.3 Inversiones**

“Se denomina inversiones a todos los gastos que se ejecutan para importar factores de producción como son materias primas y capital productivo y otros, necesarios para poder implementar el proceso productivo del bien o servicio.”  
(Gómez O. , 2011)

Las inversiones son de mucha importancia para el proyecto pero no son solo cantidades monetarias sino también son quipos maquinarias muebles y enceres, terrenos entre otros todas esas inversiones se pueden realizar dentro de un proyecto para su buen funcionamiento de acuerdo al trayecto de su vida útil.

### 5.3.01 Inversión Fija

#### 5.3.01.01 Activos Fijos

“**No depreciables:** Son aquellas inversiones en bienes inmuebles como los terrenos que se revalorizan en el tiempo donde se construirá la planta de producción del bien o servicios.” (Gómez O. , 2011)

“**Depreciables:** Son aquellas inversiones en bienes muebles que sufren procesos de depreciación tales como construcciones y obras civiles, maquinaria y equipos, vehículos, muebles, equipos de oficina, equipos de computación y otros.” (Gómez O. , 2011)

**Tabla 58 Inversión Fijos**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria, equipos y utensilios prod.	-1.909,00					954,50
Muebles y Enseres	-995,00					497,50
Equipos de Oficina	-200,00					100,00
Equipos de Computación	-1.230,00					0,00
<b>TOTAL</b>	<b>-4.334,00</b>					<b>1.552,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

#### 5.3.01.02. Activos Nominales

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados, pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos. (Mendoza, 2017, pág. 205)

Los activos nominales para la microempresa constituyen todos los gastos ya pagados para su constitución y la puesta en marcha de proyecto.

**Tabla 59 Activos Nominales**

<b>Activos Nominales</b>	<b>Valores</b>
Gastos de constitución	\$ 212,00
Gastos de Estudio de Factibilidad	\$ 300,00
<b>Total</b>	<b>\$ 512,00</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.3.02. Capital de Trabajo

“Las inversiones que reflejan incrementos en las ventas ocasionan necesidades adicionales en los rubros de cuentas por cobrar. Para compensar esto, se da un aumento parcial en las fuentes espontáneas de financiamiento especialmente del rubro de cuentas por pagar.” (Fernandez Espinoza, 2017, pág. 87)

El capital de trabajo es la suma de los rubros que la microempresa requiere a cotos plazo para que la producción y gestión general no se paralice.

**Tabla 60 Inversión de Capital de Trabajo**

<b>Descripción</b>	<b>1 Mes</b>	<b>2 Mes</b>	<b>3 Mes</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Costo de Ventas</b>				
<b>Costo producción mensual</b>	\$1.641,07	\$1.641,07	\$1.641,07	\$4.923,22
<b>Gastos Administrativos</b>				
Gastos Sueldos	\$1.121,53	\$1.121,53	\$1.121,53	\$3.36,58
Arriendos	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$750,00
Servicios Básicos	\$26,25	\$26,25	\$26,25	\$78,75
Suministros de Oficina	\$1,48	\$1,48	\$1,48	\$4,43
Suministros de Aseo y Limpieza	\$2,67	\$2,67	\$2,67	\$8,00
<b>Gastos de Ventas</b>				
Gasto Sueldo	\$556,77	\$556,77	\$556,77	\$1.670,32
Servicios Básicos	\$26,25	\$26,25	\$26,25	\$78,75
Transporte	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$30,00
Publicidad	\$100,00	00,00	00,00	\$100,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$3.736,02</b>	<b>\$3.636,02</b>	<b>\$3.636,02</b>	<b>\$11.008,06</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.3.03. Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Las fuentes de financiamiento son todas las entidades que pueden ser utilizadas para la adquisición de fondos financieros para llevar a cabo planes de la empresa y con el uso de fondos se convierte en una herramienta para saber la rentabilidad de una empresa. (Briones, 2013)

Las fuentes de financiamiento se refiere a los gastos que se a realizados pata poder emperezar la microempresa sea en activos nominales o activos fijo, materia prima entre otras

**Tabla 61 Fuente de Financiamiento y Uso de Fondos**

Concepto	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
<b>Inversiones en Activos Fijos</b>			
Maquinaria, Equipo y Utensilios de Producción	\$1.909,00	\$-00	\$1.909,00
Muebles y Enseres	\$995,00	\$995,00	\$-00
Equipo de Computación	\$1.230,00	\$-00	\$1.230,00
Equipo de Oficina	\$200,00	\$200,00	\$-00
<b>Total</b>	<b>\$4.334,00</b>	<b>\$1.195,00</b>	<b>\$3.139,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>			
Gasto de Constitución	\$212,00	\$212,00	\$-00
Estudio de Factibilidad	\$300,00	\$300,00	\$-00
<b>Total</b>	<b>\$512,00</b>	<b>\$512,00</b>	<b>\$-00</b>
<b>Capital de trabajo</b>			
Costo producción mensual	\$4.923,23	\$-00	\$4.923,23
<b>Gasto Administración</b>			
Gasto Sueldos	\$3.364,58	\$3.366,08	\$-00
Suministros de aseo y de limpieza	\$8,00	\$8,00	\$-00
Suministros de oficina	\$4,43	\$4,43	\$-00
Servicios Básicos	\$78,75	\$78,75	\$-00
Arriendo	\$750,00	\$750,00	\$-00
<b>Gasto Ventas</b>			
Gasto Sueldo	\$1.670,32	\$1.670,32	\$-00
Servicios Básicos	\$78,75	\$78,75	\$-00
Publicidad	\$100,00	\$100,00	\$-00
Transporte	\$30,00	\$30,00	\$-00
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$11.008,06</b>	<b>\$6.086,33</b>	<b>\$4.923,22</b>
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$15.854,06</b>	<b>\$7.134,33</b>	<b>\$8.719,73</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.3.04. Amortización del financiamiento

“Amortización es la cuota fija que se establece por período contable permitiendo de esta manera a la empresa la racionalización o prorrateo del gasto en función del tiempo estipulado por la ley”. (Carmona, 2008, pág. 3)

*Tabla 62 Amortización del Préstamo*

Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Capital	Saldo
0	8.719,73	-00	-00	-00	8.719,73
1	8.719,73	107,55	421,98	314,16	8.405,57
2	8.405,57	103,67	421,98	318,31	8.087,26
3	8.087,26	99,74	421,98	322,23	7.765,03
4	7.765,03	95,77	421,98	326,21	7.438,82
5	7.438,82	91,75	421,98	330,23	7.108,59
6	7.108,59	87,67	421,98	334,30	6.774,29
7	6.774,29	83,55	421,98	338,43	6.435,86
8	6.435,86	79,38	421,98	342,60	6.093,26
9	6.093,26	75,15	421,98	346,83	5.746,43
10	5.746,43	70,87	421,98	351,10	5.395,33
11	5.395,33	66,54	421,98	355,43	5.039,90
12	5.039,90	62,16	421,98	359,82	4.680,08
13	4.680,08	57,72	421,98	364,25	4.315,83
14	4.315,83	53,23	421,98	368,75	3.947,08
15	3.947,08	48,68	421,98	373,29	3.573,79
16	3.573,79	44,08	421,98	377,90	3.195,89
17	3.195,89	39,42	421,98	382,56	2.813,33
18	2.813,33	34,70	421,98	387,28	2.426,05
19	2.426,05	29,92	421,98	392,05	2.034,00
20	2.034,00	25,09	421,98	396,89	1.637,11
21	1.637,11	20,19	421,98	401,78	1.235,33
22	1.235,33	15,24	421,98	406,74	828,59
23	828,59	10,22	421,98	411,76	416,83
24	416,83	5,14	421,98	416,83	-0,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.407,43</b>	<b>10.127,52</b>	<b>8.719,73</b>	

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.3.05. Depreciaciones

“Depreciación se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Se puede dar por desgaste o uso los activos se desprecian en criterios económicos de plazo y tiempo.” (Carmona, 2008, pág. 4)

La depreciación hace referencia a una pérdida de valor de los bienes que posee la microempresa por el consume o desgaste permanente que sufren los mismos.

**Tabla 63 Depreciaciones**

Concepto	Valor	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria, Equipo y Utensilio de Producción	\$1.909,00	10	\$190,90	\$190,90	\$190,90	\$190,90	\$190,90
Muebles y Enseres	\$995,00	10	\$99,50	\$99,50	\$99,50	\$99,50	\$99,50
Equipos de Oficina	\$200,00	10	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
Equipo de Computación	\$1.230,00	3	\$410,00	\$410,00			
<b>Total</b>			<b>\$720,40</b>	<b>\$720,40</b>	<b>\$720,40</b>	<b>\$310,40</b>	<b>\$310,40</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.3.06 Estado de Situación Financiera Inicial

“Los Estados Financieros son los documentos que proporcionan informes periódicos a fechas determinadas, sobre el estado o desarrollo de la administración de una compañía, es decir, la información necesaria para la toma de decisiones en una empresa.” (Farías Toto, 2014, pág. 7)

El estado de situación financiera inicial es con lo que va a iniciar la microempresa.

*Tabla 64 Estado de Situación Financiera Inicial*

**CHOC FRUT SWEED  
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL  
AL 1 DE ABRIL DEL 2019**

**ACTIVOS**

<b>Activo Corriente</b>		<b>\$11.008,06</b>
Bancos	\$11.006,06	
<b>Activo no Corriente</b>		<b>\$ 4.334,00</b>
Maquinaria, Equipo y Utensilios de Producción	\$ 1.909,00	
Muebles y Enceres	\$ 995,00	
Equipo de Computación	\$ 1.230,00	
Equipo de Oficina	\$ 200,00	
<b>Otros Activos</b>		<b>\$ 512,00</b>
Gasto de Constitución	\$ 212,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 300,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b><u>\$15.854,06</u></b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>Pasivos no Corrientes</b>		<b>\$ 8.719,73</b>
Préstamo Bancario por pagar	\$ 8.719,73	
<b>PATRIMONIO</b>		<b>\$ 7.134,33</b>
Capital	\$ 7.134,33	
<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>		<b><u>\$15.854,06</u></b>

**Gerente**

**Contador**

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

Para CHOC´FRUT SWEED va a iniciar sus actividades con un activo de \$15.854.06, pasivos valorados en \$8.719,73 que vendría siendo el préstamo bancario y un patrimonio de \$7.134,33.

### 5.3.07 Estado de Resultados

“Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado, se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa” (Altamirano, 2014)

*Tabla 65 Estado de Resultados Proyectado*

<b>CHOC´FRUT SWEED</b>					
<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
<b>VENTAS</b>	\$70.200,00	\$71.295,12	\$72.407,32	\$73.536,88	\$74.684,05
( ) Costo de Producción	\$36.864,21	\$37.439,29	\$38.023,34	\$38.616,50	\$39.218,92
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$33.335,79</b>	<b>\$33.855,83</b>	<b>\$34.383,98</b>	<b>\$34.920,37</b>	<b>\$35.465,13</b>
( ) <b>Gastos Operacionales</b>	<b>\$25.363,13</b>	<b>\$25.102,65</b>	<b>\$25.104,64</b>	<b>\$25.496,27</b>	<b>\$25.894,01</b>
Gastos Administrativos	\$16.823,03	\$17.085,47	\$17.352,01	\$17.622,70	\$17.897,61
Gastos de Ventas	\$7.516,29	\$7.633,55	\$7.752,63	\$7.873,57	\$7.996,40
Gastos Financieros	\$1.023,80	\$ 383,63			
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>\$7.972,67</b>	<b>\$8.753,18</b>	<b>\$9.279,35</b>	<b>\$9.424,10</b>	<b>\$9.571,12</b>
(+) Otros Ingresos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
( ) Otros Egresos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad A.P.E.I.</b>	<b>\$7.972,67</b>	<b>\$8.753,18</b>	<b>\$9.279,35</b>	<b>\$9.424,10</b>	<b>\$9.571,12</b>
( ) 15 % Participación Laboral	\$1.195,90	\$1.312,98	\$1.391,90	\$1.413,62	\$1.435,67
<b>(=) Utilidad Antes de I.R.</b>	<b>\$6.776,67</b>	<b>\$7.440,20</b>	<b>\$7.887,44</b>	<b>\$8.010,49</b>	<b>\$8.135,45</b>
( - ) Impuesto a la Renta <b>PNO</b>	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>\$6.776,67</b>	<b>\$7.435,20</b>	<b>\$7.887,44</b>	<b>\$8.010,49</b>	<b>\$8.135,45</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.3.08 Flujo de Caja

“Es la circulación de efectivo que se representa por las entradas y salidas de capital de la empresa, esta tiende a confundir el flujo de caja financiero con el estado de pérdidas y ganancias de una empresa.” (Guzman Vasquez & Cubillos Guzman, 2006)

**Tabla 66 Flujo de Caja Proyectado**

(=) Utilidad Neta	\$6.776,77	\$7.435,20	\$7.887,44	\$8.010,49	\$8.135,45
(+) Depreciaciones	\$ 720,40	\$ 720,40	\$ 720,40	\$ 310,40	\$ 310,40
(+) Amortizaciones	\$ 102,40	\$ 102,40	\$ 102,40	\$ 102,40	\$ 102,40
<b>Flujo de Caja</b>	<b>\$ 7.599,77</b>	<b>\$ 8.263,00</b>	<b>\$ 8.710,24</b>	<b>\$ 8.423,29</b>	<b>\$ 8.548,25</b>

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

### 5.4 Evaluación Financiera

“Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.” (Fisher, 2011, págs. S-N)

#### 5.4.01. Tasa de Descuento

La tasa de descuento “se aplica un descuento son aquellos en que una persona física o moral tiene derecho a disponer de una cantidad de dinero en el futuro al final de un intervalo de tiempo, pero desea disponer de él de manera inmediata, es decir, en el momento presente. (Vazquez, 2017)

**Tabla 67 Tasa de Descuento TMAR**

Tasa Activa	8,62 %
Tasa Pasiva	5,55 %
<b>TMAR</b>	<b>14,17 %</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katty Villa

#### 5.04.02 Flujos Neto de Efectivo

“El flujo neto de efectivo es un término de contabilidad que describe los movimientos de efectivo (ingresos y gastos) en un periodo determinado.”

(Lanzagorta, 2018, pág. 1)

**Tabla 65.1 Flujo Neto de Efectivo**

(+)	Depreciaciones	\$720,40	\$720,40	\$720,40	\$310,40	\$310,40
(+)	Amortizaciones	\$102,40	\$102,40	\$102,40	\$102,40	\$102,40
	<b>Total</b>	<b>\$822,80</b>	<b>\$822,80</b>	<b>\$822,80</b>	<b>\$412,80</b>	<b>\$412,80</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Katty Villa

#### 5.4.03. Valor Actual Neto (VAN)

“El VAN de un proyecto de inversión es el valor medido en dinero de hoy, es decir, es el equivalente en dólares actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto.” (Anzil, 2018)

El valor actual neto representa si el proyecto va a ser rentable o no, este indica que si el VAN es mayor a 0 el proyecto es aceptado, si el VAN es menor a 0 el proyecto no es viable y si el VAN es igual a 0 es proyecto podría ser viable siempre y cuando se realicen algunos cambios.

**Tabla 65.2 Valor Actual Neto**

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = -15.854,06 + \frac{7.599,77}{1,1417} + \frac{8.263,00}{1,30347889} + \frac{8.710,24}{1,488181849} + \frac{8.423,29}{1,699057217} + \frac{8.548,25}{1,939813624}$$

$$\text{VAN} = -15.854,06 + 6.656,36 + 6.339,19 + 5.852,94 + 4.957,62 + 4.406,74$$

$$\text{VAN} = -15.854,06 + 28.212,86$$

$$\text{VAN} = 12.358,80$$

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaborado por:** Katty Villa

En el presente proyecto se obtuvo un Van positivo mayor a cero de \$12.358,80, este indicador señala que el proyecto es viable y a su vez rentable.

#### **5.4.04 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Lara 2010, señala que “La TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual; se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero, es decir que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto se exactamente igual a la inversión neta realizada”

$$\text{TIR} = 43\%$$

La tasa interna de retorno es de 43 % es decir que el proyecto es viable, y se verifica que es mayor a la TMAR.

#### 5.4.05. Período de recuperación de la inversión (PRI)

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

(Váquiro, 2010, pág. 1)

**Tabla 65.3 Período de Recuperación**

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-15.854,06	-15.854,06	1	-15.854,06	-15.854,06
1	7.599,57	-8.254,49	0,88	6.687,62	-9.166,44
2	8.263,00	8,52	0,77	6.339,19	-2.827,24
3	8.710,24	8.718,76	0,67	5.852,94	3.025,70
4	8.423,29	17.142,05	0,59	4.957,62	7.983,32
5	8.548,25	25.690,30	0,52	4.406,74	12.390,06

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

El periodo de recuperación de la inversión sería en menos de tres años puesto que se verifica que en el segundo año ya se obtiene un valor positivo, esto significa que el proyecto a ejecutarse es viable ya que el periodo de recuperación de capital no es muy largo.

$$\text{PRI} = \frac{100\%}{\text{TIR}}$$

$$\text{PRI} = \frac{100\%}{43\%}$$

$$\text{PRI} = 2,33$$

PRI=	2,33		2 Años
0,33*12		3,96	3 Meses
0,96*30		29	29 Días

Como se puede verificar mediante el cálculo del PRI se obtiene como resultado que la inversión se recuperara en 2 años, 3 meses y 29 días.

#### 5.4.06 Relación Costo / Beneficio (RBC)

“La razón costo beneficio expresa el rendimiento en términos de valor actual neto, que general el proyecto por unidad invertida.” (Meneses, 2010, pág. 5)

$$\text{RCB} = \frac{\text{VA}}{\text{IO}}$$

$$\text{RCB} = \frac{28.212,86}{15.854,06}$$

$$\text{RCB} = 1,78$$

La relación costo beneficio nos da como resultado \$1,78, lo que significa es que por cada dólar invertido tenemos \$0,78 de ganancia.

#### 5.4.07 Punto de equilibrio

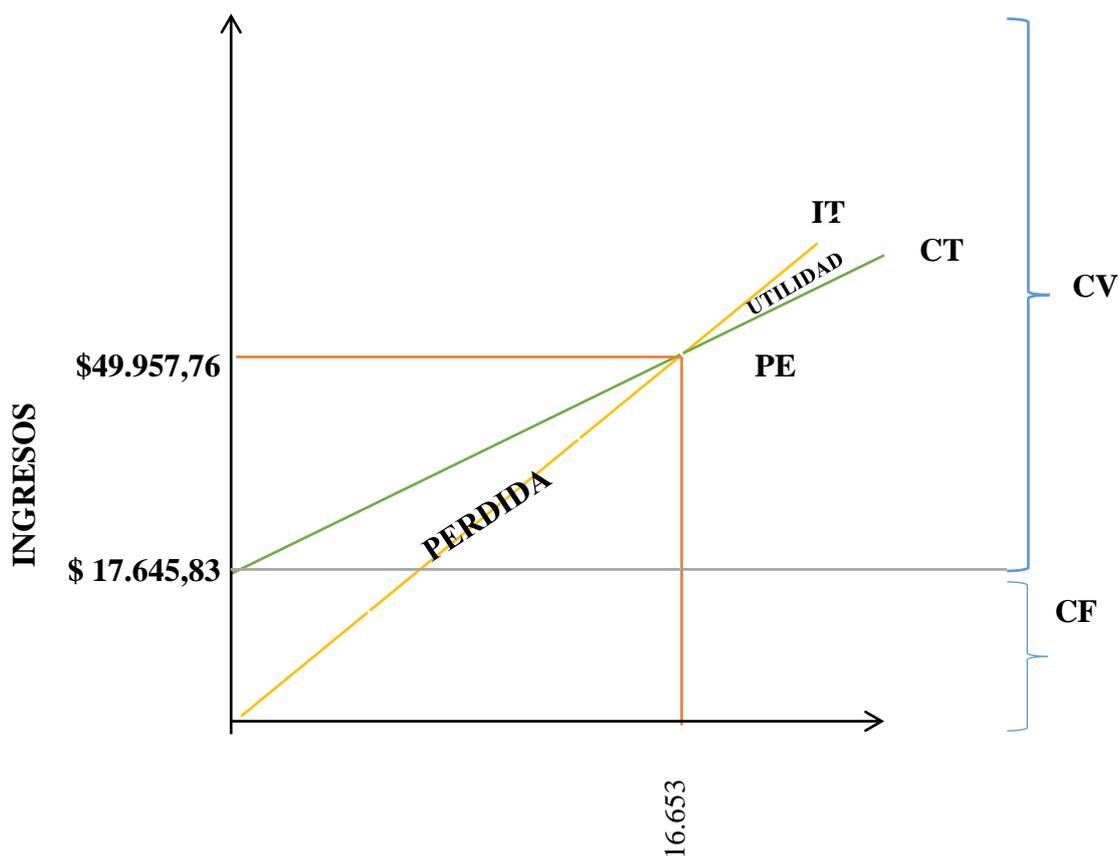
Punto de equilibrio se refiere al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a 0. (Meneses, 2010, pág. 6)

$$PE = \frac{CFT}{1 - (CVT/VT)}$$

$$PE = \frac{17.645,83}{1 - (45.404,3/70.200)}$$

$$PE = \$ 49.957,76 \text{ Dólares}$$

$$PE = 16.652 \text{ Unidades}$$



**Figura 44 Punto de Equilibrio**

*Fuente: Investigación Propia*

*Elaborado por: Katty Villa*

**VOLUMEN DE VENTAS**

#### 5.4.08 Análisis de indicadores financieros

Se pueden definir a las razones o indicadores financieros como el producto de la relación numérica entre dos cifras o cuentas bien sea del Balance General o del Estado de Pérdidas y Ganancia, que han sido elaboradas previamente.

##### 5.4.08.01 Rentabilidad sobre los Activos (ROA)

El rendimiento sobre activos mide la eficiencia de la administración de la empresa para generar utilidades a partir de los activos operativos promedio. Cuanto más grande sea el porcentaje del rendimiento sobre activos operativos.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Activos operativos promedio}} \times 100$$

$$\text{ROA} = \frac{\$ 6.776,77}{\$ 15.854,06}$$

$$\text{ROA} = 0,427446886$$

$$\text{ROA} = 43\%$$

En la microempresa mediante el indicador ROA se determinó que existe una rentabilidad sobre los activos indica con un 43%.

#### 5.4.08.02 Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE)

“Este indicador señala, como su nombre lo indica, la tasa de rendimiento que obtienen los propietarios de la empresa, respecto de su inversión representada en el patrimonio registrado contablemente.” (Romero Gonzáles, 2013)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital contable promedio}} \times 100$$

$$\text{ROE} = \frac{\$ 6.776,77}{\$ 7.134,33}$$

$$\text{ROE} = 0,949881969$$

$$\text{ROE} = 95\%$$

El ROE de la microempresa determino que el capital contable crecerá en un 95%, obteniendo un rendimiento sobre la inversión inicial.

#### 5.4.08.03 Rentabilidad sobre la Inversión (ROI)

“Este indicador financiero evalúa la rentabilidad de una inversión, en otras palabras mide la relación existente que existe entre la ganancia obtenida, y el monto de la inversión.” (Romero Gonzáles, 2013)

$$ROI = \frac{Utilidad}{Inversión.promedio} \times 100$$

$$ROI = \frac{\$ 6.776,77}{\$ 15.854,06}$$

$$ROI = 0,427446886$$

$$ROI = 43\%$$

El ROI nos indica que el proyecto es recomendable con una rentabilidad del 43% de las inversiones realizadas.

## CAPÍTULO VI

### 6. Análisis de Impactos

#### 6.01 Impacto Ambiental

Se puede definir el impacto ambiental como la modificación del medio ambiente, a causa directa o indirecta de un proyecto o actividad en un área determinada; de esta manera en términos el impacto ambiental es la modificación del ambiente o del entorno ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza. (Porto & Pérez, 2018, pág. 1)

La microempresa CHOC´FRUT SWEED, tiene como localización la parroquia de Cotocollao, en esta zona se obtienen todos los servicios básicos y a su vez es una zona muy movida por comerciantes.

La creación de la microempresa CHOC´FRUT SWEED está enfocada en el cuidado del medio ambiente, mediante el proceso de producción puesto que no se utilizaran maquinarias pesadas y que eliminen sustancias químicas, el proceso de producción será artesanal, es así como ayuda a que el medio ambiente no sea destruido.

El empaque del producto donde se lo va a comercializar es reciclable, son cartones pequeños, estos serán entregados directamente al cliente en la compra,

dándoles a conocer que hay muchas personas que se dedican a la recolección de cartones para poder revenderlos como material reciclado y así concientizarlos de que no los boten en cualquier lugar si no que más bien los vendan.

Sin embargo se tomara en cuenta cada uno de las ordenanzas municipales y normativas vigentes que estén en relación con el negocio y se aplicara con mucha responsabilidad.

## **6.2 Impacto Económico**

“El impacto económico en un proyecto, tiene que ver con la generación de un proyecto que provoca consecuencias en la situación económica, financiera de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo.” (Porto & Pérez, 2018, pág. 1)

El impacto económico que genera el proyecto, se ve reflejada en la aceptación de la zona donde se va a comercializar y se encontrara la microempresa, observando que la zona es muy movida por clientes beneficiando a todos los locales comerciales, mediante ello las ventas incrementaran obteniendo un beneficio todos los sectores económicos.

Para el público en general sería de gran beneficio que en la zona comercial de Cototcollao existan más almacenes de chocolates artesanales ya que muchas de las personas acuden a lugares más lejanos para encontrar un obsequio o poder personalizar sus chocolates de la manera que ellos requieren, es así como los

productos se expandirán en la zona brindando y satisfaciendo cada una de las necesidades de los clientes.

La microempresa tiene como finalidad en sus actividades financieras, generar ganancias mediante una localidad estable, dando competencia para poder ganar clientes y a su vez generar utilidades considerables y mediante ello generan empleos.

El impacto económico que la microempresa desea realizar es generar el crecimiento en el sector artesanal para así poder ayudar al país.

### **6.3 Impacto Productivo**

El impacto productivo que genera mediante este proyecto es de generar el impulso del Plan de Desarrollo del Buen Vivir mediante la matriz productiva, esto significa que el país trabajaría en su producción con Materia Prima del mismo sector sin tener que traerla de otro país, trabando mejor para llegar a ser un país exportador de chocolates artesanales.

También ayudara a explotar cada uno de los materiales que existen en nuestro país e incluso la mano de obra seria ecuatoriana, ayudando así a generar más empleos y disminuyendo la tasa de desempleo en nuestro país.

## 6.4 Impacto Social

El impacto social del proyecto es que la población conozca el producto que se está ofertando y así lo adquieran mediante ello ayudaría a incrementar las ventas permitiendo incluir sucursales para la microempresa.

La sociedad será la más beneficiada ya que saldrá a la venta nuevos productos con ofertas distintas y lo que es más importante es que no serán muy costosos y se encuentran en un lugar cercano.

Anteriormente mencionado también se lograría abrir nuevas plazas de trabajo recibiendo una remuneración mensual, esto sería significativo para el bienestar de las familias ya que en el país existe un porcentaje representativo de desempleos.

## CAPÍTULO VII

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones

Mediante los resultados obtenidos del estudio realizado, se concluye que la implementación de la microempresa dedicada a la elaboración de chocolates rellenos de pulpa de fruta natural es viable, ya que es un tipo de negocio que está en crecimiento y es artesanal, a su vez este representaría una gran oportunidad para su crecimiento a futuro.

Con el estudio de mercado que se realizó se puede concluir que si se obtiene clientes para que la microempresa pueda empezar, por ello ofrece productos de calidad, diseños que llamen la atención de los clientes potenciales con costos accesibles, mediante estrategias de fidelización y publicidad para así poder posicionarse en el sector en un tiempo no tan largo.

El estudio financiero concluyó que la microempresa invertirá un valor de \$15.854,06 y su recuperación será dentro de dos años, con los indicadores financieros se evidencia que el proyecto tiene una rentabilidad aceptable.

## 7.2 Recomendaciones

Mediante los resultados del estudio realizado se recomienda poner en marcha el proyecto, ya que es aceptado en el mercado y a su vez los clientes van a obtener más beneficios y su ubicación se encuentra en una zona muy comercial.

Realizar estrategias para los proveedores para poder adquirir la materia prima de manera rápida y a precios cómodos para poder así abastecer el mercado con eficiencia.

Capacitar a los empleados de la microempresa en las áreas que sean necesarias para poder así trabajar con personal más eficiente y responsable en los labores que se le otorgue, a la vez dándoles a conocer la misión y la visión de la microempresa para poner en práctica y así llegar al objetivo principal.

Como última recomendación, la microempresa debe realizar estudios de mercado con frecuencia para poder saber cuál es el comportamiento de la competencia y optar por estrategias innovadoras.

# ANEXOS



**Anexo 2 Producto en Caja**

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Katty Villa*



**Anexo 1 Elaboración de Producto**

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Katty Villa*

		Manual de funciones
<b>Identificación del Cargo</b>		
Nombre del Cargo:		
Dependencia:		
Número de cargos:		
<b>Requisitos Mínimos</b>		
Requisitos de Formación:		
Requisitos de Experiencia:		
<b>Objetivo principal</b>		
<b>Funciones Esenciales</b>		

**Anexo 3 Manual de Funciones**

*Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Katty Villa*

## Bibliografía

- Aguilar Idañez, M. (2012). *Trabajo Social Concepto y metodología*. Peru: Villadolid.
- Altamirano, J. (25 de Octubre de 2014). *Estados Financieros*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/johannaaltamirano2/estados-financieros-45674889>
- Andrade. (2015).
- Anzil, F. (25 de Septiembre de 2010). *ZONA ECONÓMICA*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/control>
- Anzil, F. (25 de 11 de 2017). *Econlink*. Obtenido de Econlink: <https://www.econlink.com.ar/definicion/riesgopais.shtml>
- Anzil, F. (17 de Febrero de 2018). *Estudio Financiero*. Obtenido de Estudio Financiero: <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- ARCSA. (21 de Enero de 2018). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>
- Arias-Gómez , J., Villasís Keever , M., & Novalés, M. (2 de Abril de 2016). *Poblacion de Estudio y Muestra*. Recuperado el 19 de 07 de 2018, de [http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia\\_Investigacion/Presentaciones/4\\_%20poblacion&muestra.pdf](http://udocente.sespa.princast.es/documentos/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/4_%20poblacion&muestra.pdf)
- Baca Urbina , G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA. Obtenido de <https://leonelmartinez.files.wordpress.com/2015/01/1-gabriel-baca-urbina-evaluacion-de-proyectos-6ta-edicion-2010.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (29 de 03 de 2018). *Indicadores Económicos, PIB*. Obtenido de Indicadores Económicos, PIB: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1080-ecuador-crecio-30-en-2017-y-confirma-el-dinamismo-de-su-economia>
- Banco Central del Ecuador. (01 de Agosto de 2018). *Tasa de Interés*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/268-tasas-de-interes-referenciales-para-prestamos-externos-del-sector-privado>
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Tasa Pasiva de interes* . Obtenido de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=pasiva](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva)

- Barragan Codina, J. N. (21 de Agosto de 2014). *La importancia de la cadena de suministro y su administración*. Recuperado el 15 de Febrero de 2019, de [https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/5532/1/la-importancia-de-la-cadena-de-suministro-\\_unidad\\_1-2.pdf](https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/5532/1/la-importancia-de-la-cadena-de-suministro-_unidad_1-2.pdf)
- Briones, F. (28 de Agosto de 2013). *Empresas y La Teoria del Costo*. Obtenido de <http://autorneto.com/negocios/empresas/costos-variables/>
- Bustamante, M. (1991). *LOS CONCEPTOS DE MISION Y VISION*. Recuperado el 15 de 07 de 2018, de [http://www.cegis.atalca.cl/doc/miguel\\_bustamante/direccion\\_sistemas\\_salud\\_talca/6%20Mision\\_Vision\\_Proposito\\_Estrategico.pdf](http://www.cegis.atalca.cl/doc/miguel_bustamante/direccion_sistemas_salud_talca/6%20Mision_Vision_Proposito_Estrategico.pdf)
- Cabello, J. (12 de Agosto de 2015). *JC Jose Cabello*. Obtenido de <https://josecabello.net/marketing/marketing-mix-las-4-p-del-marketing/>
- Carmona, I. (2008). Visiones del cambio en el método de depreciación. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 3.
- Carro, P., Gonzales, R., & Gomez , D. (27 de Septiembre de 2012). *Capacidad y distribucion FISICA*. Recuperado el 07 de Febrero de 2019, de [http://nulan.mdp.edu.ar/1620/1/15\\_capacidad\\_distribucion.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1620/1/15_capacidad_distribucion.pdf)
- Córdova. (2007).
- Dante Angelucci, H. (2014). *Material Didactico para la importacion y exportacion*. Recuperado el 09 de 09 de 2018, de <http://repositorio.ub.edu.ar/bitstream/handle/123456789/5955/4286%20-%20completo%20-%20importaci%C3%B3n%20y%20exportaci%C3%B3n%20material%20didactico%20-%20angelucci.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Durango Gutiérrez, M. P. (08 de Agosto de 2014). *Gestión Operativa y Táctica*. Recuperado el 07 de Enero de 2019, de <https://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/feem/libros/gestion-operativa-y-tactica.pdf>
- Emprendedores y Pymes. (15 de Abril de 2018). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net>

- Espinosa, R. (12 de Diciembre de 2017). *RobertoEspinosa*. Obtenido de RobertoEspinosa.: <http://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Espinoza Escobar, C. P., & Mosquera Narváez, D. R. (2014). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE CACAO EN EL CANTÓN SAN LORENZO, PROVINCIA DE ESMERALDAS*. Quito.
- Farías Toto, L. (01 de Marzo de 2014). *Manual de Contabilidad Basica*. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-19-Manual-de-contabilidad-basica.pdf>
- Fernandez Espinoza, P. (2017). *Todo sobre empresas*. Mexico: Arlequín.
- Fisher, E. (2011). *Mercadotecnia* (Cuarta ed.). Mexico: Mc Graw Hill Companies inc.
- García Batista, D., & Núñez Jiménez, A. (15 de 10 de 2010). *TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN*. Recuperado el 06 de 09 de 2018, de METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO (SCI) EN EL ISMMM: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm>
- García, J. P., & Barba, J. F. (19 de 05 de 2011). *ESTRATEGIA COMPETITIVA*. Recuperado el 07 de 09 de 2018, de [https://competitivestrategy404a.files.wordpress.com/2011/06/ventaja\\_competitiva\\_y\\_cadena\\_de\\_valor-informe.pdf](https://competitivestrategy404a.files.wordpress.com/2011/06/ventaja_competitiva_y_cadena_de_valor-informe.pdf)
- Gómez, F. (12 de Agosto de 2013). *Analisi Interno de una mocoempresa*. Obtenido de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941000407.pdf>
- Gómez, O. (2011). Los costos y procesos de producción, opción estratégica de productividad y competitividad en la industria de confecciones infantiles de Bucaramanga. *EAN, Revista*, 5.
- González, F. (10 de Febrero de 2018). *gestiopolis.com*. Obtenido de gestiopolis.com: <https://www.gestiopolis.com/definiciones-de-costos/>
- González. (10 de 02 de 2018). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/costos-directos/>

- Gutiérrez, J. (2005). Investigación de Mercado. En V. C. Gutiérrez Juan, *Investigación de Mercado* (pág. 96). Nueva York: International Thomson.
- Guzman Vasquez , A., & Cubillos Guzman, L. (2006). *Contabilidad Financiera*. Mexico: Grijalbo.
- Hernández, P. (20 de Noviembre de 2017). *factores legales*. Obtenido de factores legales: <http://factoreslegales.blogspot.com/>
- IESS. (19 de Febrero de 2019). *Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec>
- INEC. (01 de Junio de 2018). *Tasa de desempleo*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/trabajo/>
- J. Lavidge, R. (5 de Mayo de 2015). *Asociación Americana de Marketing*. Obtenido de <http://vilmaalvarado.blogspot.com/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html>
- Jimenez, B., & M., P. (2013). *Gestion Administrativa* . Elejandria.
- Kadushin, C. (2013). *Comprender las redes Sociales*. España: SL. Avila.
- Kotle, Bloom, & Hayes. (4 de Octubre de 2014). *Universidad Virtual*. Obtenido de [https://www.academia.edu/10987753/ESTUDIO\\_DE\\_MERCADO](https://www.academia.edu/10987753/ESTUDIO_DE_MERCADO)
- Lanzagorta, J. (10 de Marzo de 2018). *planea tus finanzas.com*. Obtenido de planea tus finanzas.com: <https://planeatusfinanzas.com/controla-tu-flujo-neto-de-efectivo/>
- Larour, B. (23 de 11 de 2017). *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del Actor-Red*. Oxford. Obtenido de Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del Actor-Red. Oxford: <https://www.antropomedia.com/2012/01/08/factores-sociales-una-nueva-definici%C3%B3n-de-lo-social-desde-la-teor%C3%ADa-del-actor-red/>
- Lemus, & Jiménez, W. (2010). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: FOCO ediciones.
- M. R, S. (2014). *Comportamiento del Consumido*. México: Prentice Hall.
- Manene, L. M. (19 de Agosto de 2013). *LOS DIAGRAMAS DE FLUJO*. Recuperado el 09 de Febrero de 2019, de

[http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/lic/AE/EA/AM/07/Los\\_diagramas\\_de\\_flujo\\_su\\_definicion\\_objetivo\\_ventajas\\_elaboracion\\_fase.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AE/EA/AM/07/Los_diagramas_de_flujo_su_definicion_objetivo_ventajas_elaboracion_fase.pdf)

Mejía Cañas, C. A. (12 de Septiembre de 2013). *Concepto de la capacidad instalada*. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de [http://www.planning.com.co/bd/valor\\_agregado/Julio2013.pdf](http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf)

Mendoza, R. (2017). *Clasificación de Activos*. Mexico: Kamite.

Meneses, E. (2010). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición.

Miller, P. (30 de Agosto de 2018). *Más que un eslogan*. Obtenido de [https://www.felaban.net/archivos\\_boletines\\_clain/archivo20140723200108PM.pdf](https://www.felaban.net/archivos_boletines_clain/archivo20140723200108PM.pdf)

Montoya, J. S. (09 de Junio de 2017). Obtenido de <https://www.cronica.com.ec/opinion/columna/columnista/item/7646-la-matriz-productiva>

Mora, J. P. (02 de Febrero de 2018). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/azwhmo3eitls/grupo-41-ingresos-operacionales/>

Nunes, P. (20 de Febrero de 2018). *Knoow.net*. Obtenido de Knoow.net: <http://knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/>

Ojuela Córdova, S., & Sandoval Madina, P. (2002). *Guía de estudio de Mercado para la evaluación de Proyectos*. Recuperado el 30 de Agosto de 2018, de [https://www.eenasque.net/.../Univ.Chile\\_Tesis\\_Guia\\_del\\_Estudio\\_de\\_Mercado\\_para...](https://www.eenasque.net/.../Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para...)

Padilla, & Córdova. (2013). *Economía para Todos*. Quito: Casa del Libro.

Pasto, V. (14 de Diciembre de 2010). *Elasticidad-precio de la demanda*. Recuperado el 07 de 09 de 2018, de [http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/1-2/i.\\_tema\\_4\\_.pdf](http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/1-2/i._tema_4_.pdf)

Ponce, & Reyes, A. (26 de Abril de 2014). *Unidad de Competencia II Planeación*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/actuariaadmon/unidad-de-competencia-ii/planeacion/-que-es-la-planeacion-por-diferentes-autores>

Porto, & Pérez, J. (5 de Febrero de 2018). *Impacto Económico*. Obtenido de <https://definicion.de/impacto-economico/>

- Ramo, M. (29 de 01 de 2011). *Planteamiento: El Análisis Situacional*. Obtenido de Planteamiento: El Análisis Situacional: <http://blog.orientaronline.com.ar/?p=752>
- Rive Gauche, P. (21 de Marzo de 2018). *Pensamiento Actual*. Obtenido de [https://web.uchile.cl/vignette/revistaurbanismo/CDA/urb\\_completa/0,1313,ISID%253D668%2526IDG%253D2%2526ACT%253D0%2526PRT%253D19222,00.html](https://web.uchile.cl/vignette/revistaurbanismo/CDA/urb_completa/0,1313,ISID%253D668%2526IDG%253D2%2526ACT%253D0%2526PRT%253D19222,00.html)
- Rodríguez, F., & Aranday. (4 de Marzo de 2013). *Estudio Tecnico*. Obtenido de <https://doctrina.vlex.com.mx/vid/estudio-tecnico-702304333>
- Romero Gonzáles, N. (21 de Diciembre de 2013). *Banca y Finanzas*. Obtenido de <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/Publicaciones/publica.asp>
- Romero, M. L. (05 de 02 de 2018). *lifeder.com*. Obtenido de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/materia-prima-directa/>
- Rosales Posas, R. (2007). *La formulacion y evaluacion de proyectos*. Costa Rica: Universidad Estatal a distancia San José, Costa Rica.
- Ruiz, G. P. (2012). *Dirección*. México: TERCER MILENIO S.C.
- Saint, R. (01 de Febrero de 2018). *cuida tu dinero*. Obtenido de cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13122539/gastos-de-venta-vs-gastos-administrativos>
- Sandhusen L., R. (2014). En S. L. Richard, *Mercadotecnia, Primera Edición* (pág. 229). Continental.
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversion*. Perú: Persson Educacion de Mexico.
- Simón, A. (2014). Diccionario de Economía. En A. Simón, *Tercera Edición* (pág. 215). Andrade.
- Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador. (11 de Seotiembre de 2014). *Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador*. Obtenido de <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>
- SRI. (21 de Febrero de 2019). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

- Tamayo, T. y. (11 de 2014). *Tesis de Investigación. Población y Muestra. Tamayo y Tamayo*. Recuperado el 18 de 07 de 2018, de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Toran, F. (2013). *Emprendiendo con sentido*. Maeva.
- Tovar, J. K. (2014). *Manual del Empresario Exitoso*. Mexico: Alejandria.
- Váquiroy, J. D. (10 de Febrero de 2010). *Pymes Futuro*. Obtenido de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Vazquez, E. (27 de Noviembre de 2017). *Interés y Descuento Simple*. Obtenido de [http://www.academia.edu/31233660/Cap%C3%ADtulo\\_2\\_Inter%C3%A9s\\_y\\_descuento\\_simple](http://www.academia.edu/31233660/Cap%C3%ADtulo_2_Inter%C3%A9s_y_descuento_simple)
- Zambrana, G. C. (26 de Abril de 2013). *Estudio de mercado*. Obtenido de [http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado\\_h](http://www.mailxmail.com/proyeccion-oferta-demanda-estudio-mercado_h)



## Urkund Analysis Result

Analysed Document: KATTY VILLA PDF.pdf (D51685907)  
Submitted: 5/7/2019 10:16:00 PM  
Submitted By: gabriela.torres@cordillera.edu.ec  
Significance: 8 %

### Sources included in the report:

TESIS FINALIZADA CRISTIAN COYAGO.docx (D26654176)  
TESIS FINALIZADA CRISTIAN COYAGO PDF.pdf (D26653839)  
MAGALI MARIBEL CORAL ALMEIDA.pdf (D30286483)  
JOHANNA ALEXANDRA TAPIA TOSCANO.pdf (D30287079)  
LIZBETH ROCIO CHUROCHUMBI LECHON.pdf (D30300005)  
ERIKA GUERRERO S nuevo tesis.pdf (D36634545)  
Proyecto previo a la obtención del título.docx (D19914800)  
tesis jessica guaman.pdf (D23415218)  
<https://docplayer.es/6305088-Capitulo-v-estructura-organica-administrativa-y-funcional-de-la-microempresa.html>  
<http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/3981/1/Proyecto%20Final%20-%20Andy%20Camargo.pdf>  
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4272/32-IPR-17-18-1722710017%C2%A0.pdf?sequence=1&isAllowed=y>  
<http://docplayer.es/94236937-Carrera-de-administracion-bancaria-y-financiera.html>  
<https://docplayer.es/82170422-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-ciencias-administrativas-carrera-de-contabilidad-y-auditoria.html>  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8905/1/T-UCE-0003-CA010-2016.pdf>  
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/1423/1/25-EMP-RH-13-13-1720589587.pdf>  
293637a3-89b4-4641-816e-2faaa6b91d5e

### Instances where selected sources appear:

39



**Dra. Mayra Gabriela Torres Lara**

**Directora del Proyecto**



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA BITACORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
INCUBADORA EMPRESARIAL									
OCT 2018 - MAR 2019									
NO. CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	PERIODO:	OBSERVACION	ESTADO SC
1	161771	2019-01-07	INSITU	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-07 20:00:00	1.00		DIRECTRICES CAPITULO I- INTRODUCCION Y JUSTIFICACION	PROCESADO
2	161773	2019-01-12	AUTONOMA	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-01-12 14:00:00	6.00		DESARROLLO CAPITULO I - JUSTIFICACION	PROCESADO
3	161775	2019-01-13	AUTONOMA	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-13 17:00:00	7.00		DESARROLLO CAPITULO I - ANTECEDENTES	PROCESADO
4	161776	2019-01-14	INSITU	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-01-14 20:00:00	1.00		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO I - ANTECEDENTES	PROCESADO
5	161777	2019-01-18	INSITU	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-18 18:00:00	1.00		DIRECTRICES CAPITULO II	PROCESADO
6	161778	2019-01-19	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-01-19 18:00:00	9.00		DESARROLLO CAPITULO II- AMBIENTE EXTERNO	PROCESADO
7	161779	2019-01-20	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-20 19:00:00	10.00		DESARROLLO CAPITULO II- ENTORNO LOCAL	PROCESADO
8	161780	2019-01-21	INSITU	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-01-21 20:00:00	1.00		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO II- ENTORNO LOCAL	PROCESADO
9	161781	2019-01-26	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-01-26 18:00:00	8.00		DESARROLLO CAPITULO II - ANALISIS INTERNO	PROCESADO
10	161782	2019-01-27	AUTONOMA	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-27 21:00:00	8.00		DESARROLLO CAPITULO II - ANALISIS FODA	PROCESADO
11	161791	2019-01-28	INSITU	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-01-28 20:00:00	1.00		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO II - FODA	PROCESADO
12	161792	2019-01-30	INSITU	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-01-30 18:00:00	1.00		DIRECTRICES CAPITULO III - ESTUDIO DE MERCADO	PROCESADO
13	161793	2019-02-02	AUTONOMA	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-02 21:00:00	7.00		CAPITULO III- DESARROLLO ANALISIS DEL CONSUMIDOR	PROCESADO
14	161795	2019-02-04	INSITU	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-02-04 20:00:00	1.00		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO III - ANALISIS DEL CONSUMIDOR	PROCESADO
15	161794	2019-02-03	AUTONOMA	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-03 15:00:00	9.00		CAPITULO III - DESARROLLO DE LA OFERTA	PROCESADO
16	161796	2019-02-05	INSITU	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-02-05 18:00:00	1.00		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO III - LA OFERTA	PROCESADO
17	161797	2019-02-09	AUTONOMA	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-09 20:00:00	10.00		DESARROLLO CAPITULO III - PRODUCTOS SUSTITUTOS, LA OFERTA HISTORICA	PROCESADO
18	161799	2019-02-10	AUTONOMA	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-10 14:00:00	6.00		DESARROLLO CAPITULO III - PRODUCTOS SUSTITUTOS, LA OFERTA ACTUAL Y PROYECTADA Y LA DEMANDA	PROCESADO
19	161802	2019-02-11	INSITU	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-02-11 20:00:00	1.00		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO III- PRODUCTOS SUSTITUTOS	PROCESADO
20	161807	2019-02-14	INSITU	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-14 18:00:00	2.50		DIRECTRICES CAPITULO III- LA DEMANDA	PROCESADO
21	161810	2019-02-15	AUTONOMA	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-02-15 23:00:00	7.00		DESARROLLO CAPITULO III - DEMANDA	PROCESADO
22	161813	2019-02-16	AUTONOMA	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-16 14:00:00	7.00		DESARROLLO CAPITULO III - BALANCE OFERTA- DEMANDA	PROCESADO
23	161817	2019-02-18	INSITU	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-02-18 18:00:00	1.00		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO III : BALANCE OFERTA - DEMANDA	PROCESADO
24	161814	2019-02-17	AUTONOMA	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-17 18:00:00	9.00		DESARROLLO CAPITULO III - TAMAÑO DEL PROYECTO	PROCESADO
25	161820	2019-02-22	INSITU	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-02-22 13:30:00	1.50		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO IV : TAMAÑO DEL PROYECTO	PROCESADO
26	161828	2019-02-23	AUTONOMA	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-23 16:00:00	10.00		AVANCE CAPITULO IV: LOCALIZACION	PROCESADO
27	161836	2019-02-25	INSITU	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-02-25 18:00:00	1.00		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO IV : LOCALIZACION	PROCESADO
28	161830	2019-02-24	AUTONOMA	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-24 15:00:00	7.00		AVANCE CAPITULO IV: INGENIERIA DEL PRODUCTO	PROCESADO
29	161838	2019-02-28	INSITU	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-02-28 15:00:00	3.00		REVISION Y CORRECCIONES CAPITULO IV : INGENIERIA DEL PRODUCTO	PROCESADO
30	161840	2019-03-02	AUTONOMA	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-03-02 16:00:00	8.00		REPROCESO Y REDISEÑO DE LA DISTRIBUCION DEL LOCAL	PROCESADO
31	161842	2019-03-09	AUTONOMA	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-09 15:00:00	9.00		DESARROLLO CAPITULO V: INGRESOS OPERACIONALES Y COSTOS DEL PROYECTO	PROCESADO
32	161843	2019-03-06	INSITU	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-06 18:00:00	1.00		DIRECTRICES CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO	PROCESADO



33	161844	2019-03-10	AUTONOMA	2019-03-10 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-10 23:00:00	10.00	DESARROLLO CAPITULO V: COSTOS OPERACIONALES	PROCESADO
34	161845	2019-03-11	INSITU	2019-03-11 19:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-03-11 20:00:00	1.00	REVISIÓN Y CORRECCIONES CAPITULO V: INGRESOS Y COSTOS OPERACIONALES	PROCESADO
35	161846	2019-03-16	AUTONOMA	2019-03-16 14:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-16 22:00:00	8.00	DESARROLLO CAPITULO V: INVERSIONES DEL PROYECTO	PROCESADO
36	161847	2019-03-17	AUTONOMA	2019-03-17 10:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-17 18:00:00	8.00	DESARROLLO CAPITULO V: INVERSIONES DEL PROYECTO SEGUNDO AVANCE	PROCESADO
37	161855	2019-03-19	INSITU	2019-03-19 19:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-03-19 20:00:00	1.00	REVISIÓN Y CORRECCIONES CAPITULO V: INVERSIONES	PROCESADO
38	161849	2019-03-23	AUTONOMA	2019-03-23 11:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-23 18:00:00	7.00	DESARROLLO CAPITULO V: EVALUACIÓN DEL PROYECTO	PROCESADO
39	161850	2019-03-25	INSITU	2019-03-25 19:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-03-25 20:00:00	1.00	REVISIÓN Y CORRECCIONES CAPITULO V: EVALUACIÓN DEL PROYECTO	PROCESADO
40	162036	2019-04-06	AUTONOMA	2019-04-06 10:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-06 17:00:00	7.00	DESARROLLO IMPACTO AMBIENTAL	PROCESADO
41	162037	2019-04-08	INSITU	2019-04-08 19:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-04-08 20:00:00	1.00	REVISIÓN Y CORRECCIONES IMPACTO AMBIENTAL	PROCESADO
42	162038	2019-04-13	AUTONOMA	2019-04-13 06:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-13 14:00:00	8.00	DESARROLLO IMPACTO ECONOMICO	PROCESADO
43	162039	2019-04-15	INSITU	2019-04-15 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-04-15 18:00:00	1.00	REVISIÓN Y CORRECCIONES IMPACTO ECONOMICO	PROCESADO
44	162040	2019-04-16	AUTONOMA	2019-04-16 08:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-16 15:00:00	7.00	DESARROLLO IMPACTO PRODUCTIVO	PROCESADO
45	163238	2019-04-18	INSITU	2019-04-18 16:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-04-18 18:00:00	2.00	REVISIÓN IMPACTO PRODUCTIVO	PROCESADO
46	162041	2019-04-21	AUTONOMA	2019-04-21 14:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-21 22:00:00	8.00	DESARROLLO IMPACTO SOCIAL	PROCESADO
47	162042	2019-04-22	INSITU	2019-04-22 17:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-04-22 18:00:00	1.00	REVISIÓN Y CORRECCIONES IMPACTO PRODUCTIVO Y SOCIAL	PROCESADO
48	163248	2019-04-23	AUTONOMA	2019-04-23 09:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-04-23 14:00:00	5.00	REDACCION DE CONCLUSIONES	PROCESADO
49	163251	2019-04-24	AUTONOMA	2019-04-24 14:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-24 19:00:00	5.00	REDACCION DE RECOMENDACIONES	PROCESADO
50	163255	2019-04-24	INSITU	2019-04-24 16:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-04-24 19:00:00	3.00	REVISIÓN GLOBAL DEL PROYECTO	PROCESADO
							<b>TOTAL HORAS:</b>	<b>240</b>	
<p style="text-align: center;">    <b>INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "COMBIELERA"</b> </p> <p style="text-align: center;">    <b>KATTY ALEXANDRA VILLALBA</b> </p> <p style="text-align: center;"> <b>VILLA COLCHA KATTY ALEXANDRA</b>   <b>ALUMNO</b> </p> <p style="text-align: center;"> <b>TORRES JACQUELYN GABRIELA</b>   <b>TUTOR</b> </p> <p style="text-align: center;"> <b>DELEGADO</b>   <b>CONSEJO DE CARRERA</b>   <b>SALAS TIMENEZ FRANCISCO VINICIO</b> </p> <p style="text-align: center;"> <b>CI: 171610354</b>   <b>CI: 1725301012</b>   <b>CI: 1712480670</b> </p> <p style="text-align: center;"> <b>FECHA: 22/05/2019</b> </p> <p style="text-align: center;"> <b>Adm. Bancaria y Financiera</b> </p>									





# INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

## ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

### ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **VILLA COLCHA KATTY ALEXANDRA**, portador de la cédula de identidad N° 1725301012, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 23 de mayo del 2019

28 MAY 2019  
*Mariela Balseca*  
**VISTO FINANCIERO**

Sra. Mariela Balseca  
**CAJA**

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Francisco Salas  
**DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN**

**BIBLIOTECA**  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

Ing. William Parra  
**BIBLIOTECA**

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

28 MAY 2019

9.65 *AB*  
**COORDINACIÓN PRÁCTICAS**

Ing. Samira Villalba  
**PRÁCTICAS PREPROFESIONALES**

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERA

Ing. María Fernanda Burga  
**DIRECTOR DE CARRERA**

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
CORDILLERA  
29 MAY 2019  
**SECRETARIA ACADÉMICA**