CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL DESARROLLO ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MIRCROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TABLETAS DE CHOCOLATE CON CHOCHO, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2016.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera

AUTORA: CYNTHIA STEFANY CATAGÑA OCAÑA

TUTORA: LIC. JAQUELINE TORRES Mg.

QUITO, 2016

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se ha citado en 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.

_____

Cynthia Stefany Catagña Ocaña

C.I. 172276852-8

CESION DE DERECHOS

Yo, Cynthia Stefany Catagña Ocaña, alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

_____

Cynthia Stefany Catagña Ocaña

C.I. 172276852-8

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por haberme dado la vida y la salud, al ITSCO y a mis profesores, especialmente a mi tutor quienes supieron inculcarme las herramientas necesarias para poder enfrentarme a este mundo laboral que es cada vez más competitivo, a mis padres que con su esfuerzo y trabajo han sido un pilar muy importante a lo largo de mi vida, a mi hermano y a mi esposo por haberme brindado su apoyo incondicional, a mi hijo por ser la razón fundamental para seguir adelante.

Cynthia Stefany Catagña Ocaña

C.I. 172276852-8

DEDICATORIA

Dedico a mis padres quienes han sido los pioneros para poder realizar este sueño y por brindarme siempre su apoyo a lo largo de mi vida, ya que con sus enseñanzas y consejos día a día he podido superar los obstáculos que la vida me ha deparado, infinitas gracias a ellos, a mi hermano y a mi esposo por su apoyo que a lo largo de este tiempo han sido incondicionales para mí y a mi hijo por darme la fuerza y valentía suficiente para alcanzar la meta que me propuse.

INDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA ii
CESION DE DERECHOS iii
AGRADECIMIENTO iv
DEDICATORIA v
INDICE DE TABLAS ix
INDICE DE GRAFICOS xii
RESUMEN EJECUTIVO xiv
ABSTRACT xv
CAPITULO I 1
1. Introducción 1
1.01 Justificación 2
1.02 Antecedentes 4
CAPITULO II 7
2. Análisis situacional 7
2.01 Entorno externo 7
2.01.01 Factor Económico 7
2.01.02 Factor social 14
2.01.03 Factor legal 17
2.01.04 Factor Tecnológico 31
2.02 Entorno local 33
2.02.01 Clientes 34
2.02.02 Proveedores 35
2.02.03 Competidores 36
2.03 Análisis interno 36
2.03.01 Propuesta estratégica 37
2.03.02 Gestión Administrativa 41
2.03.03 Gestión Operativa 46
2.03.04 Gestión Comercial 47
2.04 Análisis FODA 52
2.04.01 Fortalezas 53
2.04.02 Debilidades 53

2.04.03 Oportunidades 53
2.04.04 Amenazas 53
CAPITULO III 55
3. Estudio de mercado 55
3.01 Análisis de consumidor 55
3.01.01 Determinación de la muestra 56
3.01.02 Técnicas de obtención de información 56
3.01.03 Análisis de la información 57
3.02 Demanda 71
3.02.01 Demanda actual 71
3.02.02 Demanda Proyectada 72
3.02.03 Demanda Histórica 73
3.03 Oferta 74
3.02.01 Oferta proyectada 74
3.02.02 Oferta Histórica 75
3.03 Balance de la oferta y la demanda 75
CAPITULO IV 77
4. Estudio técnico del proyecto 77
4.01 Tamaño del proyecto 78
4.01.01 Mobiliario y equipo requerido 78
4.01.02 Mano de obra 78
4.02 Variables de viabilidad 79
4.03 Variables de optimización 80
4.03.01 Distribución de planta 81
4.03.02 Matriz S.L.P (Layout) 81
4.04 Capacidad máxima de producción del proyecto 83
4.05 Localización del proyecto 83
4.05.01 Factores generales de la localización 84
4.05.02 Macrolocalización 86
4.05.03 Microlocalización 87
4.06 Ingeniería del proyecto 88
4.06.01 Descripción de las instalaciones del proyecto 88

4.06.02 Plano del negocio 90
4.07 Flujogramas del proceso de producción 90
4.07.01 Simbología 91
4.07.02 Flujograma del proceso de las tabletas de chocolate con chocho 92
4.07.03 Descripción de las actividades 93
4.07.04 Análisis del Valor Agregado 94
4.08 Determinación de mobiliario y equipo 95
4.08.01 Cuantificación de variables 95
CAPITULO V 96
5. Estudio Financiero 96
5.01 Ingresos 96
5.01.01 Ingresos Operacionales 97
5.01.02 Ingresos no Operacionales 100
5.02 Costos 100
5.02.01 Costos Directos 101
5.02.02 Costos Indirectos 101
5.03 Gastos 102
5.03.01 Gastos Administrativos 102
5.03.02 Gasto Venta 102
5.03.03 Gastos Financieros 103
5.03.04 Fuentes de Financiamiento 104
5.04 Costos Fijos y Variables 105
5.05 Inversiones 105
5.05.01 Inversión Fija 106
5.05.02 Activo Fijo 107
5.06 Activos Nominales 107
5.06.01 Capital de trabajo 107
5.06.02 Depreciaciones 108
5.06.03 Estado de Situación Inicial 109
5.06.04 Estado de Resultados Proyectado 110
5.06.05 Flujo de Caja 112
5.07 Evaluación 112

5.07.01 Tasa de Descuento 112
La tasa de descuento será utilizado para el cálculo del VAN. 113
5.07.02 VAN (Valor Actual Neto) 113
5.07.03 TIR (Tasa Interna de Retorno) 114
5.07.04 PRI (Periodo de Recuperación de la inversión) 115
5.07.05 Punto de equilibrio 116
5.08 Índices Financieros 118
5.08.01 Índice de Liquidez 118
5.08.02 Índice de Endeudamiento 119
5.08.03 R.O.A (Retorno sobre los activos) 120
5.08.04 R.O.E (Rendimiento sobre el patrimonio) 120
CAPITULO VI 122
6. Análisis de Impactos 122
6.01 Impacto Ambiental 122
6.02 Impacto Económico 123
6.03 Impacto Productivo 123
CAPITULO VII 124
7.01 Conclusiones 124
7.02 Recomendaciones 125
ANEXOS 126

INDICE DE TABLAS

Tabla 1- Inflación 8
Tabla 2-Tasa activa 11
Tabla 3-Riesgo país 13
Tabla 4- Pobreza 15
Tabla 5 -Factor Tecnológico 31
Tabla 6 - Clientes 34

Tabla 7- Proveedores.....35
Tabla 8-Competidores.....36
Tabla 9- Planeación.....41
Tabla 10-Hoja de funciones – Administrador.....43
Tabla 11-Hoja de funciones- Operario.....44
Tabla 12-Hoja de funciones – Contador externo.....45
Tabla 13-Dirección.....46
Tabla 14-Control.....46
Tabla 15-Cadena de valor.....47
Tabla 16- FODA.....54
Tabla 17- Muestra.....56
Tabla 18-Género.....60
Tabla 19-Edad.....60
Tabla 20-Ocupación.....61
Tabla 21-Nivel de ingresos.....62
Tabla 22-Pregunta 1.....62
Tabla 23- Pregunta 2.....63
Tabla 24- Pregunta 3.....64
Tabla 25- Pregunta 4.....65
Tabla 26- Pregunta 5.....66
Tabla 27- Pregunta 6.....67
Tabla 28- Pregunta 7.....68
Tabla 29- Pregunta 8.....69
Tabla 30- Pregunta 9.....70

Tabla 31- Demanda Actual 72
Tabla 32- Demanda Proyectada 72
Tabla 33-Demanda histórica 73
Tabla 34-Oferta Proyectada 74
Tabla 35-Oferta histórica 75
Tabla 36- demanda insatisfecha 76
Tabla 37- Maquinaria y equipo requerido 78
Tabla 38- Cuadro del personal 79
Tabla 39- Disponibilidad de recursos financieros 79
Tabla 40- Procesos de Producción 83
Tabla 41- Factores relevantes 84
Tabla 42- Métodos por puntos 85
Tabla 43- Descripción de actividades 93
Tabla 44-AVA 94
Tabla 45– Mobiliario y Equipo 95
Tabla 46– Cuantificación de variables 95
Tabla 47– Ingresos Anuales 97
Tabla 48– Mano de Obra Directa 98
Tabla 49– Mano de Obra Directa por minutos, horas, día mensual y anual 98
Tabla 50– Materia Prima Directa 99
Tabla 51– Materia Prima Directa por día, mensual y anual. 99
Tabla 52- Costos Indirectos de Fabricación 100
Tabla 53- Costos Directos 101
Tabla 54- Costos Indirectos 101

Tabla 55- Gastos Administrativos....102
Tabla 56- Gasto Ventas....103
Tabla 57- Gastos Financieros....103
Tabla 58- Tabla de Amortización....104
Tabla 59- Costos Fijos y Variables....105
Tabla 60- Cuadro de Inversiones....106
Tabla 61- Activos de la Empresa....107
Tabla 62- Capital de Trabajo....108
Tabla 63- Cuadro de Depreciaciones....109
Tabla 64- Estado de Situación Inicial....110
Tabla 65- Estado de Resultados Proyectado....111
Tabla 66- Flujos Netos de Efectivo....112
Tabla 67-- Periodo de Recuperación....115

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1- PIB....9
Grafico 2-tasa pasiva....12
Grafico 3-Poblacion Economicamene Activa....14
Grafico 4- Desempleo....16
Grafico 5- Organigrama....42
Grafico 6- Plaza....49
Grafico 7- Logotipo....51
Grafico 8- Eslogan....52
Grafico 9- Género....60

Grafico 10-Edad 61
Grafico 11- Ocupación 61
Grafico 12- Nivel de ingresos 62
Grafico 13- Propiedades del chocolate 63
Grafico 14- Consume chocolate 64
Grafico 15- Calidad del chocolate 65
Grafico 16- Lugares donde compra 66
Grafico 17- Consumo de las tableta de chocolate 67
Grafico 18- Consumiría productos elaborados a base de chocho 68
Grafico 19- Qué define su compra 69
Grafico 20- Precio 70
Grafico 21- Precio 71
Grafico 22- Logotipo de Cooperativa 79
Grafico 23- Simbología del método SLP 81
Grafico 25- Factores de localización 85
Grafico 26- mapa 86
Grafico 27- mapa 87
Grafico 29- Simbología ANSI 91
Grafico 31- Punto de Equilibrio 118

RESUMEN EJECUTIVO

El sector de la Mitad del Mundo, es un lugar con alto nivel turístico tanto pata turistas nacionales como internacionales. El problema principal de este sector es que solo cuenta con establecimiento de comidas, y no cuenta con un comercio que demuestre la innovación de los ecuatorianos a los turistas.

El presente proyecto tiene como finalidad analizar la viabilidad de la producción y comercialización de tabletas de chocolate con chocho a los habitantes de sector y principalmente a los turistas extranjeros para que en un futuro se pueda expandir a mercados internacionales, esto se realizara con un estudio de mercado que permita obtener como resultado la aceptación de la demanda.

A la vez que se realizara un estudio técnico que permita conocer la capacidad que puede tener esta microempresa, para satisfacer a la demanda de este producto.

Se realizara un estudio financiero, en el cual se reflejara los costos y gastos reales que tendrá la microempresa en caso de que resulte viable, como es la utilidad, en que tiempo se recuperara la inversión la cual está proyectada para 5 años.

ABSTRACT

The sector of the Middle of the World is a place with high tourism at both national and international tourist's leg. The main problem in this sector is that it only has food establishment, and does not have a trade show innovation Ecuadorian tourists.

This project aims to analyze the feasibility of the production and marketing of chocolate bars with chocho the inhabitants of sector and mainly to foreign tourists in the future can be expanded to international markets, this is carried out with a study of to obtain market acceptance as a result of demand.

While a technical study to know the capacity that can have this microenterprise, to meet the demand for this product was made.

A financial study, in which the actual costs and expenses that will microenterprise if feasible be reflected, as is the utility that time investment which is projected for 5 years recovered was made.

CAPITULO I

1. Introducción

El presente proyecto se genera como una propuesta para el sector alimenticio, puesto que se va a producir y comercializar tabletas de chocolate con chocho, un producto novedoso que aporta propiedades nutritivas así como la necesidad de satisfacer la alimentación saludable en los ciudadanos.

El estudio que se llevará a cabo radica en determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a producción y comercialización de tabletas de chocolate con chocho que estará ubicada en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Al inicio del estudio se hablara de los antecedentes del producto, su origen, su utilidad y los beneficios, de la misma manera se realizará un análisis situacional para determinar la situación presente de la organización frente a su entorno.

Se realizará un estudio del mercado, con la cual se pretende determinar las principales necesidades del mercado objetivo, con la que se podrá establecer valores referentes a la oferta y demanda del producto ofertado, de la misma manera los niveles de aceptación de precios del producto de otros oferentes o competidores e incluso la frecuencia de compra, entre otros.

Se realizará el estudio técnico, en la cual se va a establecer la capacidad instalada optima, con la cual se conocerá la cantidad máxima de producción con los recursos disponibles, así como también factores de localización, distribución de aéreas de trabajo, descripción de procesos y necesidades de maquinaria y equipo.

Se va a desarrollar el análisis financiero, con las cuales se obtendrán los resultados de los índices de evaluación financiera, tales como el VAN. TIR, TMAR. Relación costo- beneficio.

1.01 Justificación

En las últimas décadas el mercado ha tratado de ofrecer productos saludables, por el motivo que al momento de alimentarse existen malos hábitos.

El presente proyecto, es una alternativa de negocio, con el fin de mejorar la salud y el estado nutricional de los ecuatorianos, a través de la elaboración y comercialización de tableta de chocolate con chocho con el fin de aportar con los objetivos gubernamentales focalizados a incentivar el consumo de productos del Sistema de Economía Popular y Solidaria y así buscar un cambio en la agricultura.

Con la creación de este proyecto se apoyará a cumplir el objetivo 10 de la matriz productiva ya que se utilizará materia prima propia ecuatoriana y se generará fuentes de trabajo.

Considerando que el Chocho tiene innumerables ventajas nutricionales, el presente proyecto incursionará en adaptar al chocho tostado e introducirlos en chocolate, para atraer el interés de los consumidores y satisfacer a los paladares más exigentes del mercado.

El Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), publicó las innumerables propiedades del chocho siendo las principales el calcio y fósforo, constituyéndose como el mineral básico para producir hemoglobina.

Este organismo concluyó su investigación afirmando: "El incremento del consumo de chocho mejorará la salud y el estado nutricional de las poblaciones en el Ecuador". (INIAP, 2013)

Mientras que el chocolate también ofrece beneficios para la salud mental como para la cura y prevención de enfermedades, ya que contiene más de 300 sustancias químicas, estos estimulan diferentes partes del organismo como son: el sistema inmunológico, la circulación sanguínea, el sistema nervioso y tiene efectos diuréticos.

1.02 Antecedentes

Los malos hábitos alimenticios en la población Ecuatoriana, han incrementado los índices de mortalidad en los últimos tiempos, ocasionado enfermedades crónicas como son la diabetes y la obesidad.

A nivel nacional, el gobierno ha implementado planes y políticas fiscales, con el fin de cambiar la cultura alimenticia de los consumidores de productos altos en azúcar, sal y grasas. La viabilidad de estos proyectos se inclinan a la necesidad de impulsar el sistema agroalimentario y sus factores de producción, de modo que la agricultura, la pesca y recolección artesanal, puedan desarrollarse de forma autónoma y equilibrada, de esta manera es como se busca garantizar el acceso adecuado y permanente de alimentos nutritivos que sean la primera elección en las comidas de los ecuatorianos.

El chocho, es un alimento andino con un gran potencial en componentes nutritivos que puede ser aprovechado para cuidar la salud de los ecuatorianos. El consumo diario del chocho ayuda a mejorar la salud y el estado nutricional. Sven-E argumento (2006): "El chocho o tarwi (Lupinus mutabiliss Sweet) se cultica generalmente en los Andes a 1500m, encontrándose en Venezuela, Colombia,

Ecuador, Perú, Chile y Argentina. Sus semillas son usadas en la alimentación humana, ya que esta especie ocupa uno de los primeros lugares entre los alimentos nativos con elevado contenido de proteínas y aceites a nivel mundial". (Mujica, 2006)

El Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) elaboró un estudio acerca de este producto y concluyo qué "las propiedades nutritivas del chocho, leguminosa es de alto valor nutritivo, El mineral predominante en el chocho es el calcio, con una concentración promedio de 0,48%. Este elemento, según Elena Villacrés, del Departamento de Nutrición y Calidad del INIAP, es una sustancia blanquecina que los dientes y huesos absorben para asegurar su crecimiento y mantener la solidez."

Según Elena Villacrés, "Al calcio le sigue en importancia el fósforo, su concentración promedio en el grano es de 0,43%. Actúa como un controlador del calcio, para mantener el sistema óseo, actividad del músculo cardíaco y producir energía." (INIAP, 2013)

El cultivo del chocho se da en la Sierra por lo general en: Carchi, Cotopaxi, Pichincha, Tungurahua, Bolívar, Chimborazo y en Imbabura.

El chocho, es comercializado casi en toda la ciudad de Quito, sin embargo no existe un sitio específico y especializado que oferte las combinaciones de este producto como una alternativa gourmet bajo estándares de calidad, siendo necesario rescatar este grano leguminoso para ofrecer al mercado una delicia nutritiva.

Al chocho se lo conoce como la Soya Andina, por su contiene un alto contenido de proteínas y grasas.

El chocolate además de ser considerado una golosina, posee una gran lista en su composición nutricional como son: los hidratos de carbono, las grasas, las fibras, los minerales, las proteínas, las vitaminas, la energía, es potente en antioxidantes, por lo

que es bueno para la salud ya que ayuda al sistema circulatorio, al sistema nervioso, es antidiarreico, estimulador cerebral, aumenta el colesterol bueno, previene el cáncer.

María Elena Costaguta argumentó que "existen distintas discusiones acerca del origen de la palabra Chocolate. Entre ellas se habla de que, los aztecas llamaban cocahuatl al árbol de cacao, y a la bebida que preparaban con él, xocoalt, (**alt:** agua y **xoc:** el ruido que se producía al mover al liquido)." (Costaguta)

Contiene vitaminas como: C, E, A, B1, B2, B3, tiamina, cafeína, antioxidantes naturales, hierro, potasio, magnesio, calcio, fosforo y cobre.

En Ecuador la Producción de cacao se en las provincias de: Los Ríos, Guayas, Manabí y Esmeraldas.

CAPITULO II

2. Análisis situacional

2.01 Entorno externo

Son todos aquellos factores externos a la empresa, pero que influyen en ella, como puede ser la legislación existente, los clientes, los proveedores,… (Fernández Martín, 2014, pág. 3)

Análisis

El entorno externo se encuentra relacionado con factores que no se pueden controlar pero si influyen en está.

2.01.01 Factor Económico

Los factores económicos están relacionados con el comportamiento de la economía, los bienes y servicios de todo un país.

2.01.01.01 Inflación

Barcia Wendy mencionó que:

> *La Inflación es el incremento de los precios (bienes y servicios) de una economía, por lo general se aplican algunas metodologías para su cálculo pero nos conformaremos en saber que se refleja y se utiliza el índice de precios del consumidor de la canasta básica de los productos a consumir para su cálculo estadístico. (Barcia Ruiz, 2012)*

Tabla 1- Inflación

FECHA	VALOR
Septiembre 30-2016	1.30%
Agosto 31-2016	1.42%
Julio 31-2016	1.58%
Junio 30.2016	1.59%
Mayo 31-2016	1.63%
Abril 30-02016	1.78%
Marzo 31-2016	2.32%
Febrero 29-2016	2.60%
Enero 31-2016	3.09%
Diciembre 31-2015	3.38%
Noviembre 30-2015	3.40%
Octubre 31-2015	3.48%
Septiembre 30-2015	3.78%

Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Banco Central del Ecuador*

Análisis

El BCE determina que en el mes de Septiembre del 2015 tuvo un valor porcentual de 3.78 % y en Septiembre del 2016 fue del 1.30 %, evidenciando un decrecimiento del 2.48 % con lo que se determina que es una Fortaleza para la ejecución de este proyecto.

2.01.01.02 Producto interno bruto

"El PIB, o producto interno bruto, es el valor de mercado de bienes y servicios finales producidos en una economía durante un periodo determinado." (Esquivel & Muñoz, 2007, pág. 111)

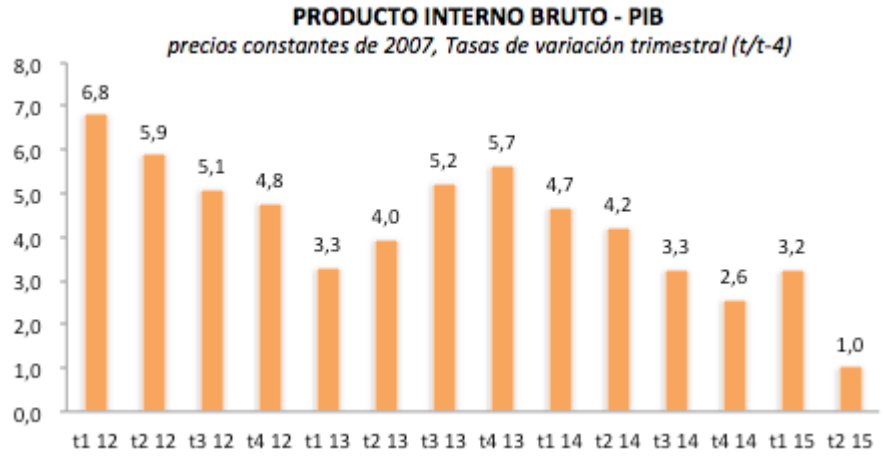


Grafico 1- *PIB*
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Banco Central del Ecuador*

Análisis

Es importante mencionar que el PIB es un indicador que demuestra el crecimiento de la economía de un país, así como también el decrecimiento. La imagen muestra que en el segundo trimestre del 2015 el Ecuador ha tenido un crecimiento del 0.1%.

Para la ejecución de este proyecto el PIB es una debilidad.

2.01.01.03 Tasa de interés

Coyuntura Económica determinó que:

> *El interés es el crecimiento o incremento de una unidad de capital inicial en una unidad de tiempo determinada, en tanto que la tasa de interés es el porcentaje de dicho capital invertido en el mismo tiempo, generando lo que se conoce como "el precio del dinero.* (Coyuntura, 2011)

2.01.01.03.01 Tasa activa

La Superintendencia de Bancos determinó que:

> *Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca*. (Superintendencia de Bancos)

Tabla 2-Tasa activa

FECHA	VALOR
Octubre 31-2016	8.71%
Septiembre 30-2016	8.78%
Agosto 31-2016	8.21%
Julio 31-2016	8.67%
Junio 30-2016	8.66%
Mayo 31-2016	8.89%
Abril 30-2016	9.03%
Marzo 31-2016	8.86%
Febrero 29-2016	8.88%
Enero 31-2016	9.15%
Diciembre 31-2015	9.12%
Noviembre 30-2015	9.22%
Octubre 31-2015	9.11%
Septiembre 30-2015	8.06%
Agosto 31-2015	8.06%
Julio 31-2015	8.54%

Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Banco Central del Ecuador*

Análisis

Basado en la tabla se puede determinar que la tasa activa aumenta porcentualmente, lo cual para la ejecución de este proyecto se determina que la tasa activa es una debilidad ya que al momento de solicitar un crédito a una institución financiera los intereses serían muy altos, y esto se da por la razón de que el mercado financiero se encuentra por el momento inestable.

2.01.01.03.02 Tasa pasiva

Según Gestión en Causa concluyó que:

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

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.75	Depósitos de Ahorro	1.26
Depósitos monetarios	0.64	Depósitos de Tarjetahabientes	1.44
Operaciones de Reporto	0.11		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.72	Plazo 121-180	6.34
Plazo 61-90	4.92	Plazo 181-360	6.72
Plazo 91-120	5.77	Plazo 361 y más	7.89
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	5.75	Tasa Legal	8.71
Tasa Activa Referencial	8.71	Tasa Máxima Convencional	9.33

Grafico 2-tasa pasiva
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Banco Central del Ecuador*

Análisis

Mediante la información de la tabla se puede determinar que la tasa pasiva a comparación de la tasa activa es inferior, como resultado se determina que es irrelevante para el proyecto ya que no afecta en este.

2.01.01.04 Riesgo país

El Banco Central del Ecuador determinó que:

> *El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras.* (BCE)

Tabla 3-Riesgo país

FECHA	VALOR
Octubre 19-2016	757.00
Octubre 18-2016	762.00
Octubre 17-2016	775.00
Octubre 16-2016	783.00
Octubre 15-2016	783.00
Octubre 14-2016	783.00
Octubre 13-2016	794.00
Octubre 12-2016	795.00
Octubre 11-2016	798.00
Octubre 10-2016	806.00
Octubre 09-2016	806.00
Octubre 08-2016	806.00
Octubre 07-2016	806.00

Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Banco Central del Ecuador*

Análisis

Según la información obtenida se puede observar que en el mes de Octubre los puntos no varían mucho, pero el riesgo si es alto para los que deseen invertir en

nuestro país; se determinó que el riesgo país es una debilidad, ya que su nivel de impacto para la ejecución de este proyecto es muy alto.

2.01.02 Factor social

Factores sociales, son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentren. (Sanchez, 2016)

2.01.02.01 Población económicamente activa

Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados). (INEC, 2013)

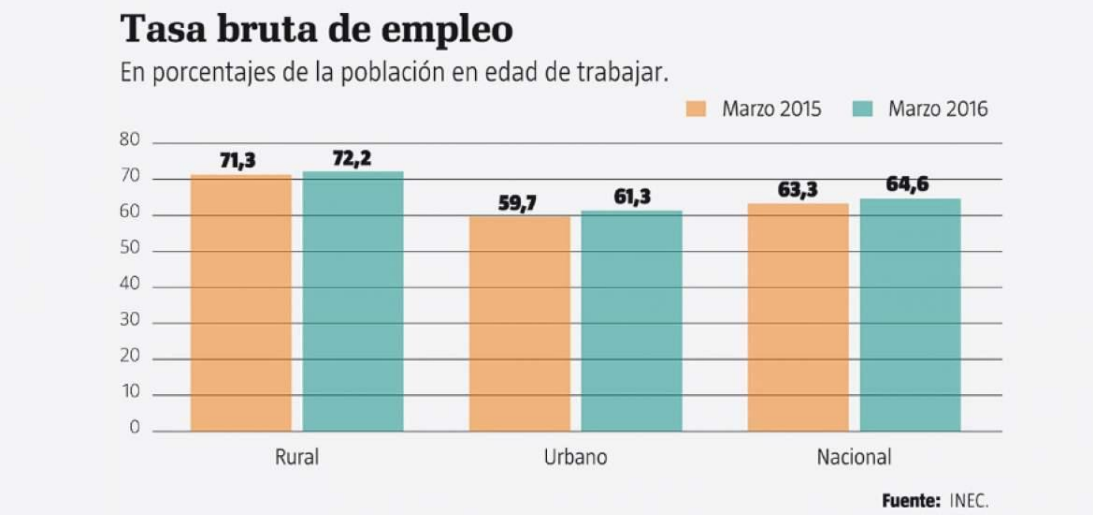


***Grafico 3**-POBLACIÓN ECONÓMOCAMENTE ACTIVA*
***Fuente:** INEC*
***Elaborado por:** INEC*

Análisis

Como se puede observar en lo Rural existen más fuentes de empleo que en el Urbano en los 2 años la cifra supera el 50%, mientas que a nivel Nacional tasa de población económicamente activa es alta, por lo que para este proyecto este índice es una oportunidad ya que si existen personas dispuestas a trabajar.

2.01.02.02 Pobreza

"La pobreza por ingresos es sinónimo de carencia y privación, que limita a una persona para alcanzar un mínimo nivel de vida." (ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, 2016)

Tabla 4- Pobreza

PERÍODO		PORCENTAJE
Marzo	2014	24,6
	2015	24,1
	2016	25,4

Fuente: *INEC*
Elaborado por: *INEC*

Análisis

La pobreza en el año 2016 tuvo a un porcentaje de 25.4% el cual, la cifra ha subido a comparación de los 2 años anteriores por lo que este indicador sería una amenaza para la ejecución de este proyecto ya que si en el país aumenta esta cifra, las personas no tendrían recursos para adquirir el producto que se va a ofrecer.

2.01.02.03 Desempleo

Según Instituto Nacional de Estadísticas y Censos determinó que:

> *Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron Empleados y presentan ciertas características: i) No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar; ii) buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. Se distinguen dos tipos de desempleo: abierto y oculto.* (INEC, 2013)

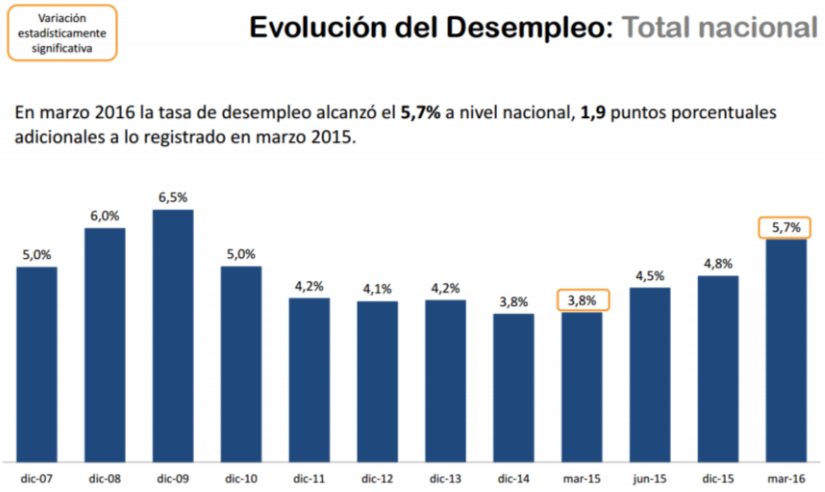


Grafico 4- *DESEMPLEO*
Fuente: *INEC*
Elaborado por: *INEC*

Análisis

Como se pude ver en la imagen en Marzo del 2016 la tasa de desempleo alcanzó el 5.7% con una diferencia de 1.9 puntos con el año 2015. Con lo que se determinó que este indicador es una oportunidad para este proyecto ya que se va a ofrecer fuentes de trabajo.

2.01.03 Factor legal

Son los entes de control que verifican que las empresas estén trabajando legalmente, es decir, que tengan todos los papeles de funcionamiento en regla.

Este proyecto para su ejecución necesita una serie de permisos de funcionamiento como son: la patente, SRI, IESS, permiso del cuerpo de bomberos, permiso sanitario.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Según el Servicio de Rentas Internas mencionó que:

> *El Servicio de Rentas Internas nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria.* (SRI)

Art. 3.- DE LA INSCRIPCION OBLIGATORIA.- Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

Art. 4.- DE LA INSCRIPCION.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado. Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades, según el caso, y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTE (RUC)

Según el Servicio de Rentas Internas mencionó que:

> *El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.* (SRI)

REQUISITOS

- Cédula de Identidad
- Papeleta de votación
- Planilla de servicios básicos
- Comprobante de pago del impuesto predial
- Contrato de arrendamiento
- Patente municipal
- Permiso de bomberos

- Certificado de la Junta Parroquial más cercana al lugar de la empresa

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL (IEES)

Según el Instituto de Seguridad Social mencionó que:

> *El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social.* (IESS)

RESOLUCIÓN No. C.D.485 La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 85, establece "La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones: 1. Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad. (…)";

El empleador tiene la obligación de registrar al trabajador/a desde el primer día de labor, mediante aviso de entrada que se envía a través de la página web de la Institución.

El afiliado tiene la obligación de exigir al empleador la afiliación al IESS y los pagos mensuales de aportes, entre los primeros quince días siguientes al mes trabajado.

Es obligación afiliar al Seguro General del IESS a todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:

El trabajador en relación de dependencia;

El trabajador autónomo;

El profesional en libre ejercicio;

El administrador o patrono de un negocio;

El dueño de una empresa unipersonal;

El menor trabajador independiente; y,

Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales. (IESS)

APORTES

El trabajador deberá entregar al IESS un aporte de 9.45% de su sueldo, mientras que el empleador deberá dar un aporte del 11.15% del sueldo del trabajador.

Requisitos para sacar el IESS

- Ingresar al portal web www.iess.gob.ec
- Seleccionar el menú Personas Independientes / Personas sin Relación de Dependencia / Servicios en línea / Solicitar Afiliación, o dar clic aquí.
- Registrar su número de cédula; año, mes y día de nacimiento (AAAA/MM/DD).
- Dar clic en continuar, pues existe una validación de requisitos (ser mayor de 18 años de edad y no registrar mora u obligaciones pendientes con el IESS).
- Verificar sus datos personales desplegados en pantalla.
- Seleccionar el régimen de afiliación: Afiliación sin Relación de Dependencia.
- Completar sus datos de: provincia, cantón, parroquia, dirección, correo electrónico, número de teléfono y número de celular. Están marcados con asterisco (*) pues son de registro obligatorio.
- Ingresar la base de aportación que usted desee.
- En la parte superior de la ventana y para su conocimiento, se despliega la base mínima de aportación USD$ 366 - correspondiente al Salario Básico unificado vigente en Ecuador para 2016-; así como el porcentaje de aportación (17,60%) y valor mensual a pagar con dicha base mínima (US$ 64.42). En este paso también es posible ampliar la cobertura de salud para su cónyuge/conviviente de hecho, aceptando un aporte adicional mensual del 3.41%.

Este registro es validado a través del número de cédula de ciudadanía de su cónyuge o conviviente.

Usted puede calcular su aporte mensual y modificar la base de aportación como estime conveniente, pero no puede ser inferior al mínimo señalado.

Confirmar sus datos de registro. Estos incluyen la base de aportación, el monto de aporte mensual, el aporte por extensión de cobertura y el pago mensual. Usted debe leer y aceptar las condiciones y finalmente aprobar su solicitud.

Aceptar la confirmación del registro, en la cual se corrobora la base de aportación, aporte por extensión de cobertura y pago mensual.

Visualizar la confirmación que su afiliación ha sido aceptada y continuar el proceso.

Imprimir el documento: Solicitud de Afiliación Voluntaria sin Relación de Dependencia. Adicionalmente en este paso, se le sugiere obtener su clave personal.

En el caso que usted ya disponga de clave personal, podrá acceder directamente al Sistema de Afiliado, donde encontrará una opción para el registro de los datos de cuenta bancaria, con la finalidad de autorizar el débito automático de sus aportes.

PATENTE MUNICIPAL

Obtención de Patentes por primera vez:

REQUISITOS GENERALES:

- Formulario de inscripción de patente. Descargar
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del RUC en el caso que lo posea.
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Los requisitos de los debe presentar en las Administraciones Zonales más cercanas.

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente;

Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;

Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;

Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;

Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y

Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;

Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;

Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;

Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;

Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas

monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;

Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional;

Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;

Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;

Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;

Fomentar y diversificar las exportaciones;

Facilitar las operaciones de comercio exterior;

Incorporar como un elemento transversal en todas

Impulsar los mecanismos que posibiliten un

Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO LUAE

Licencia Metropolitana única para ejercer una actividad económica.

REQUISITOS

- Formulario LUAE
- Copia de RUC
- Copia de la Cédula de Identidad
- Copia de la Papeleta de votación

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

- Ingrese al Sistema http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/
- Genere un usuario y contraseña si es primera vez, caso contrario utilice el ya creado. (Manual para crear usuario)
- Llene la solicitud (Guía para la obtención del Permiso de Funcionamiento)
- Verifique el código y los requisitos en la Guía de Requisitos para la obtención del Permiso de Funcionamiento
- Los siguientes requisitos **NO** son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.
- Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren (Perfil Representantes Técnicos de Plantas Procesadoras de Alimentos).

- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo, si fuera el caso
- Imprima la orden de pago para cancelar el valor indicado en el mimo, en cualquier sucursal del Banco del Pacífico.
- Después de 72 horas se validará su pago y podrá imprimir su factura y permiso de funcionamiento.

PERMISO DE BOMBEROS

"El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad." (QUITO)

TIPO A

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

REQUISITOS

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

PERMISO DE PUBLICIDAD

Solicitud de autorización previa, dirigida a la Directora Ejecutiva de la Arcsa, en la que se especificarán los siguientes datos:

- Material del Producto
- Nº de Registro Sanitario
- Nombre de la Publicidad
- Medio de Publicidad
- Tiempo de duración de la publicidad
- Horario de Difusión

PERMISO DE MARCA

> *El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas $ 208,00 USD. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.* (IEPI, 2014)

PROCEDIMIENTO DE REGISTRO

> *Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial, con la finalidad de que terceros tengan conocimiento de las peticiones efectuadas. Si no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro*. (IEPI, 2014)

PERMISOS AMBIENTALES

La ley 64-00, Art. 40 dispone que "Todo proyecto, obra de infraestructura, industria, o cualquier otra actividad que por sus características pueda afectar, de una u otra manera, el medio ambiente y los recursos naturales, deberá obtener del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, previo a su ejecución, el permiso ambiental o la licencia ambiental, según la magnitud de los efectos que pueda causar". Estas autorizaciones ambientales son instrumentos para la gestión del medio ambiente y los recursos naturales a fin de garantizar el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales en la economía sin el menoscabo del bienestar de la sociedad. (AMBIENTE)

REQUISITOS

- Certificado de intersección (Emitido por el Ministerio del Ambiente).
- Categorización Ambiental de la actividad o proyecto propuesto.
- Ficha ambiental y Plan de Manejo Ambiental (aplica con categoría III).
- Términos de referencia del proyecto (aplica con categoría I y II).
- Borrador del Estudio de Impacto Ambiental (EsIA) o Estudio de Impacto Ambiental Expost (para actividades en funcionamiento)
- Procesos de Participación Ciudadana.
- Estudio del Impacto Ambiental definitivo o Estudio de Impacto Ambiental Expost definitivo.
- Emisión de la Licencia Ambiental, previo el pago de tasas y presentación de garantías.

2.01.04 Factor Tecnológico

El factor tecnológico es un aspecto muy importante en cualquier empresa, la tecnología es una herramienta moderna, la cual facilita a la producción de bienes o servicios y esto da como resultado mayor productividad. El factor tecnológico se convierte en una oportunidad porque va a permitir que el proyecto crezca con mayor rapidez.

Tabla 5 -Factor Tecnológico

FACTOR TECNOLÓGICO
COMPUTADORA **USD 465.00**
PROMOCIONESLAFAMILIA OLLAS CANGUILERAS 24 CM UMCO **USD 36.00**

RELLENADORA Y RASPADORA NEUMÁTICA SINGLE SHAPE

USD 6000.00

SAMSUNG - MAQUINA REGISTRADORA ER-380M / ER-380F / ER-380RK

USD 300.00

MOTOROLA TELEFONOINALAMBRICO + BATERY RECARGABLE + CARGADOR

USD 49.99

IMPRESORAS CANON MG2510 CON SISTEMA DE TINTA CONTINUA

USD 68.00

EMPACADORA AUTOMÁTICA CON BALANZA INTELIGENTE ELECTRONICA

USD 3500.00

COCINETA ELECTRICA PORTATIL DE DOS HORNILLAS POTENTES

USD 18.89

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Cynthia Catagña

2.02 Entorno local

Es el análisis en el que se va a ubicar el proyecto, en donde se analizan las competencias a las cuales se va a enfrentar, a los proveedores los cuales van a facilitar los materiales e insumos y por ultimo pero no menos importante a los clientes a los cuales se les va a dirigir el producto .

2.02.01 Clientes

"El concepto de cliente lleva aparejados el acto de pagar y la capacidad de elección. Un cliente es alguien que elige y compra algo." (Varo, 1994, pág. 12)

Tabla 6 - Clientes

CLIENTES
Bodegas
Santa María
Supermaxi
AKI
Gran AKI
Tiendas
Público en general

Fuente: *Investigación de campo*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

El factor clientes para este proyecto es alta la cual se denomina que es una oportunidad.

2.02.02 Proveedores

"Son todas las personas que cubren las necesidades de materia prima, maquinaria, personal, etc., que tiene el sector industrial." (Iborra, Dolz, Carmen, & Angels, 2014, pág. 103).

Tabla 7- Proveedores

NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN/TELEFONOS
CHOCONO S.A	Juan Barrezueta N76-122 Y Joaquín Mancheno (CARCELÉN ALTO) QUITO, ECUADOR TEL: (593) (2) 2483366
CHOCOLATECA	Dirección: Isla san Cristobal N41-116 E Isla Floreana, Jipijapa,PICHINCHA, ECUADOR SITIO WEB: HTTP://WWW.CHOCOLATECA.COM.EC TELÉFONO: (2) 2260622
CHOCOLATES PACARI	Dirección: Julio Zaldumbide N24-571(225) Y Coruña, El QuinchePICHINCHA, ECUADOR TELÉFONO: (2) 3227108
LATINO ANDINA DISTRIBUIDORA	EL PLEBEYO Peso: 500 gr Unidades por caja: 30 Código: 00102103 **Nadine Aliaga O.** Teléfono: (0051) 1 998110245 naliaga@distribuidoralatinoandina.com

Fuente: *Investigación de campo*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

2.02.03 Competidores

"Los competidores son empresas que satisfacen la misma necesidad de los consumidores." (Kotler, 2002, pág. 127)

Tabla 8-Competidores

EMPRESA	PRODUCTO
NESTLÉ	Gran variedad de chocolate
ARTEGELATO ECUADOR S.A.	Gran variedad de chocolate
CORDIALSA	afé Instantáneo, Café Molido (Dolcafé), Chocolates, Frunas, Gomitas
INPERFOODS CÍA .LTDA.	Masmelos Cubiertos de Chocolate
INEDULCES	Coberturas - Chocolates - Caramelo – Gomas y chocolates

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Cynthia Catagña

2.03 Análisis interno

Según Arjona Torres determinó que:

> *El análisis interno tiene como actividad fundamental integrada en el conocimiento y confirmación de la estrategia, el análisis y revisión de los procesos principales de negocio, en especial aquellos que están ligados al cliente o consumidor final o que implican aspectos competitivos clave de la empresa*. (Arjona Torres, 1999)

2.03.01 Propuesta estratégica

Según Enrique Alarcón determinó que:

> *El procedimiento se encuentra a analizar el ambiente que rodea a la problemática bajo análisis, principalmente en el futuro, establecer las fuerzas que actúan en determinar ese ambiente en cuanto al cómo y porqué, y diseñar la adecuación de la organización a ese ambiente que enfrentara en el futuro.* (Alarcon, 2011, pág. 7)

Para la ejecución de este proyecto de tabletas de chocolate con chocho su propósito primordial será entregar a sus clientes chocolates de calidad, ya que se va a contar con tecnología de primera y se tendrá planes estratégicos para que de esta manera poder satisfacer a paladares muy exigentes.

2.03.01.01 Misión

"La misión expresa la razón de ser de la empresa y su objetivo primordial. Constituye la auténtica declaración de principios corporativos." (Martinez Pedros & Mila Gutiérrez, 2012, pág. 70)

"Ser una empresa líder en la producción y comercialización de chocolate con chocho, apoyando al crecimiento del país e involucrado de manera positiva en la salud de los clientes llegando a ser una empresa responsable; brindando productos de primera calidad."

2.03.01.02 Visión

"Podemos definir como la declaración que determina dónde queremos llegar en el futuro. Una visión puede o no puede tener éxito, depende de si el resto sucede según la estrategia de la empresa." (Martinez Pedros & Mila Gutiérrez, 2012, pág. 21)

"En el 2017 alcanzar el reconocimiento a nivel nacional en la producción y comercialización de tabletas de chocolate con chocho, satisfaciendo los paladares más exigentes del mercado."

2.03.01.03 Objetivos

"Los objetivos empresariales son un compromiso directivo para la consecución de unos determinados resultados en un determinado periodo de tiempo. Se puede definir como las metas o resultados que se pretende alcanzar." (Iborra, Dolz, Carmen, & Angels, 2014, pág. 216)

2.03.01.03.01 Objetivo General

Utilizar herramientas de investigación para determinar si la implementación de está microempresa es viable, en la que se ofrecerá un producto nutritivo y de buena calidad para los consumidores.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado a través de datos procesados y analizados estadísticamente, para definir la viabilidad del proyecto.

- Establecer cuáles son los requisitos técnicos que necesita el proyecto para determinar la capacidad de producción y comercialización de las tabletas de chocolate con chocho.
- Analizar a todos los proveedores de chocolate, para seleccionar el de mejor calidad.
- Determinar estrategias para una mejor captación de clientes.

2.03.01.04 Principios y Valores

"Son elementos de la cultura empresarial que aportan sentido y orientación a la gestión empresarial." (Orteño & Valverde, pág. 189)

2.03.01.04.01 Principios

Imparcialidad

Ser justos con todos los integrantes de la empresa, en donde no exista preferencia alguna.

Espíritu Emprendedor

Siempre estar innovando en los productos y estar a la par con la tecnología.

Innovación

Siempre buscar la manera de innovar no solo en el producto si no en toda la organización para así poder satisfacer las necesidades de los consumidores.

Mejora Continua

Buscar la forma de cómo mejorar el producto, el servicio y los procesos de producción para tener una mayor productividad.

Productividad

Ser más eficientes en el trabajo para así lograr un mayor productividad en todas las áreas de la empresa.

2.03.01.04.02 Valores

Responsabilidad

Ser responsables con nuestros clientes al momento de la entrega de nuestros productos.

Calidad

Trabajar con materia prima de primera calidad en la producción de las tabletas de chocolate con chocho y buscar constantemente el mejoramiento continuo en todo el ámbito de la empresa.

Honestidad

Crear un vínculo de confianza entre el cliente y la empresa para poder fortalecer las cualidades empresariales.

Trabajo en Equipo

Crear un buen ambiente laboral donde sus trabajadores aporten al 100% de sus capacidades.

Compromiso y Respeto

Comprometernos mutuamente con los trabajadores y clientes, ofreciendo productos de primera calidad y un trato adecuado para cada uno de los que conforman la empresa, es decir, eliminando la discriminación.

2.03.02 Gestión Administrativa

"El proceso administrativo es una serie de actividades independientes utilizadas por la administración de una organización para el desarrollo de las funciones de planificar, organizar, suministrar el personal y controlar" (Welsch, 2004, pág. 28)

2.03.02.01 Planificación

La planeación es el primer paso de la gestión administrativa, en donde se sigue principios y operaciones para lograr el cumplimiento de objetivos

Tabla 9- Planeación

PLANEACIÓN
Es el proceso en donde se definen los objetivos y las estrategias para alcanzar el desarrollo de la empresa.
PROPÓSITO
Establecer metas Establecer estrategias

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por*: Cynthia Catagña*

2.03.02.02 Organización

"La Organización se la toma como un proceso para ordenar, distribuir el trabajo, ejercer la autoridad y los recursos entre los trabajadores de una organización, para que de esta forma se puedan alcanzar las metas esperadas de la organización." (Koontz & otros, 2008, pág. 258)

2.03.02.02.01 Organigrama Estructural

Es un diagrama o un esquema en donde se representa la organización de una empresa u organización.

Grafico 5- *ORGANIGRAMA*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

2.03.02.02.02 Manual de Funciones

El manual de funciones es una herramienta que nos permite saber cuáles son las funciones específicas y el perfil de los diferentes departamentos de la empresa.

Tabla 10-Hoja de funciones – Administrador

HOJA DE FUNCIONES

CODIGO: 00-01

CARGO : Administrador

NÚMERO DE PERSONAS: 1

PERFIL DEL CARGO

FORMACIONES ACADÉMICAS: título de Ingeniería en Administración de empresas tecnología.

EXPERIENCIA: 15 meses (mínimo)

HABILIDADES:

Innovador

Capacidad de trabajar en equipo

Habilidad mental numérica, lenguaje.

FUNCIÓN PRINCIPAL:

Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar la gestión administrativa, controlar al personal adecuado durante la jornada laboral.

FUNCIÓN SECUNDARIA:

Dirigir y controlar el desempeño de las personas, motivando a los trabajadores.

Supervisar la productividad.

Realización de las estrategias para poder cumplir con los objetivos empresariales.

Seleccionar y comprar la materia prima.

Verificar lo se tenga lo necesario para la producción.

Capacitar al personal adecuado.

Realizar cálculos matemáticos y financieros.

RESPONSABILIDADES:

Tomar decisiones para el bien de la empresa.

Supervisar el trabajo de todas las áreas.

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Tabla 11-Hoja de funciones- Operario

HOJA DE FUNCIONES

CODIGO: 00-02

CARGO : Operario

NÚMERO DE PERSONAS: 1

PERFIL DEL CARGO

FORMACIONES ACADÉMICAS: título de Ingeniería o tecnología.

EXPERIENCIA: 15 meses (mínimo)

HABILIDADES:

Innovador

Capacidad de realizar planes de trabajo

Excelentes relaciones laborales

Capacidad de liderazgo

FUNCIÓN PRINCIPAL:

Realizar varias funciones

Conocimiento de la maquinaria

Conocimientos en manipulación de alimentos.

Mantener un control de la producción

FUNCIÓN SECUNDARIA:

Supervisar la productividad.

Realizar inventarios.

Seleccionar y comprar la materia prima.

Verificar lo se tenga lo necesario para la producción.

RESPONSABILIDADES:

Verificar si las maquinarias se encuentran en buen estado

Supervisar si se cuenta con la materia prima necesaria

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Tabla 12-Hoja de funciones – Contador externo

HOJA DE FUNCIONES
CÓDIGO:00-001
CARGO: Contador externo
NÚMEOR DE PERSONAS: 1
PERFIL DEL CARGO
FORMACIONES ACADEMICAS: título de Auditor
EXPERIENCIA: 24 meses (mínimo)
COMPETENCIAS:
Habilidad manual
Habilidad numérica
Capacidad de trabajar bajo presión
FUNCION PRINCIPAL:
Responsable de todas las tareas relacionadas con la contabilidad de la empresa.
FUNCION SECUNDARIA:
Elaborar estados financieros (mensual, trimestral o anual)
Elaborar conciliaciones bancarias
Ingresas todas las transacciones realizadas por la empresa
RESPONSABILIDADES:
Ser capaz de tomar decisiones en el tiempo correcto para el bienestar de la empresa.

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

2.03.02.03 Dirección

"La dirección no solo se refiere a la toma de decisiones en las cuestiones importantes con que se enfrenta la organización, sino que debe asegurarse de que la estrategia se pone en práctica". (Johnson, Sholes, & Wittinttong, 2006, pág. 16)

Tabla 13-Dirección

DIRECCIÓN
Es la capacidad de influir en un grupo de personas para que todas estas se dirijan hacia un mismo objetivo.
ACTIVIDADES
Liderazgo Responsabilidades Puntualidad

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

2.03.02.04 Control

"El control tiene por objeto verificar, comprobar que la actuación de un órgano determinado se ajusta al modelo de conducta legalmente perfilado." (Especialidad, 2006, pág. 114)

Tabla 14-Control

CONTROL
Es evaluar las actividades realizadas por la empresa para verificar que cumpla con lo establecido.
ACTIVIDADES
Se lo realizara mediante los indicadores financieros. Mediciones del desempeño de los trabajadores. Medición de la productividad.

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

2.03.03 Gestión Operativa

"Se entiende por gestión operativa o "gestión hacia abajo" la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas." (Arnoletto & Díaz)

2.03.03.01 Cadena de valor

Es una herramienta estratégica en donde se describe las actividades de una organización empresarial dando al cliente un valor final.

Tabla 15-Cadena de valor

ACTIVIDADES DE APOYO	**INFRAESTRUCTURA** Comprende a la dirección del negocio, la contabilidad y la gestión de calidad.			
	TECNOLOGÍA Uso de maquinaria que ayude a realizar el proceso de producción en menor tiempo y que sea de mejor calidad			
	RECURSOS HUMANOS Comprende a la selección del personal.			
	ABASTECIMIENTO Es la actividad de encontrar la mejor materia prima, y que los costos no sean muy altos.			
ACTIVIDADES PRINCIPALES	**LOGISTICA INTERNA** Recepción de la materia prima	**PRODUCCION** Actividades de preparación del chocolate y del chocho	**LOGISTICA ETERNA** Actividades que se relacionan con el servicio y entrega del producto final	**MARKETING** Son todos los medios que se van a utilizar para promocionar el producto

Fuente: *Michael Porter*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

2.03.04 Gestión Comercial

Es una de las áreas tradicionales y más importantes de una empresa ya que es el medio de marketing en donde se da a conocer el producto que se va a ofrecer en el mercado.

2.03.04.01 Marketing Mix

"Marketing mix es la combinación de los diferentes recursos e instrumentos comerciales de los que dispone la organización para alcanzar sus objetivos." (Bigné, Font, & Simó, 2000, pág. 26)

2.03.04.02 Producto

"Son bienes o servicios con características diferenciales que los hacen suficientemente diferentes, pero no lo bastante como para que pueda considerarse productos distintos." (Cuatrecasas Arbós, 2012, pág. 21)

El producto que se va a producir en este proyecto es una tableta de chocolate con chochos, la cual está compuesta por la combinación de nutrientes del chocho y del chocolate.

El chocho es una leguminosa alta en nutrientes y capaz de combatir enfermedades como la diabetes tipo II, ya que esta aumenta la insulina y reduce la glucosa en la sangre, también es una opción para las infecciones de las vías urinarias.

El chocho tiene alto contenido de calcio, ayuda al blanqueamiento de los dientes y al fortalecimiento de los huesos, mientras que el fosforo es el que provee de energía y da actividad al musculo cardiaco.

El chocolate es rico en antioxidantes, ayuda a la prevención del cáncer, alzheimer y enfermedades del corazón, reduce el riesgo de accidente cerebrovasculares, aumenta el colesterol bueno esto se da por la manteca de cacao, mejora la visión, refuerza el estado de ánimo, y ayuda a vivir más tiempo.

2.03.04.03 Precio

"Montante de dinero que el consumidor tendrá que pagar para obtener un bien o servicio que, evidentemente, le va a proporciona ciertos beneficios." (Casado Díaz, Parreño, & Ruiz Díaz, Dirección comercial: instrumentos de marketing, 2008, pág. 97)

Considerar el precio de mercado es muy importante para establecer el lugar donde se desenvolverá el proyecto, donde se establecerán diferentes estrategias para así tener clientes.

El precio de establecerá al igual que la competencia.

2.03.04.04 Plaza

"Este término denomina un concepto relacionado con la distribución y la generación de oportunidades de compra: es el lugar donde se concreta el intercambio, el famoso "momento de la verdad". (Dvoskin, 2004, pág. 28)

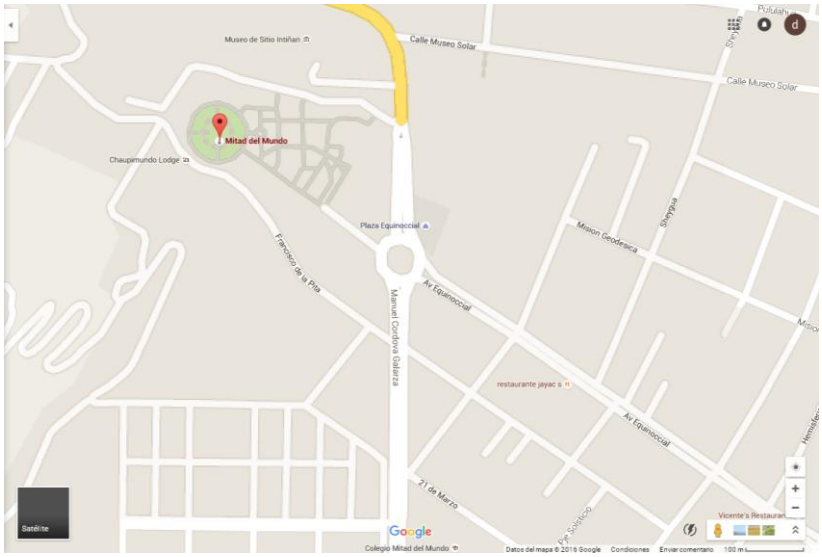


Grafico 6- *PLAZA*
Fuente: *Google maps*
Elaborado por: *Google maps*

Análisis

La microempresa estará ubicada en el Distrito metropolitano de Quito, en la ciudad Mitad del Mundo ya que hay mucha influencia de turistas.

2.03.04.05 Promoción

"Es el esfuerzo que hace la empresa para informar a los compradores y persuadirlos de que su producto es superior o ventajoso respecto de los de la competencia." (Dvoskin, 2004, pág. 27)

Estrategias

- Descuentos
- Afiches
- Páginas web
- Trípticos

2.03.04.06 Logotipo

"Logotipo o isotipo, no es más que la representación de una idea o concepto de la marca y del producto, que se proyecta en forma de símbolos- imágenes visuales hacia el espacio gráfico." (Pol, 2005, pág. 42)

Grafico 7- *LOGOTIPO*
Fuente: *Investigación de campo*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

El logotipo ha sido inspirado en la figura de un chocho, contiene los colores amarillo, café, blanco y rojo así como un sombrero de paja toquilla que representan al Ecuador.

COLORES

AMARILLO: este color representa la felicidad, el optimismo y la alegría, a la vez también representa al color del natural del chocho.

CAFÉ: representa al chocolate, a la constancia, la salud, la amabilidad, y la confianza y seguridad.

BLANCO: Este color aporta paz, pureza, descanso emocional, y a la perfección.

ROJO: representa la confianza en sí mismo, una actitud positiva, coraje, es un color que expresa mucha seguridad.

2.03.04.07 Eslogan

"ReDeSCubre el sabor andino con Delicatessen"

Grafico 8- *ESLOGAN*
Fuente: *Investigación de campo*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

El Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, en base a una investigación realizada en el país se mencionó que es necesario redescubrir el chocho, ya que tiene grandes propiedades nutritivas que son necesarias para el mejoramiento alimenticio de la población ecuatoriana.

El eslogan es inspirado en redescubrir el chocho, pero a través de una combinación saludable.

2.04 Análisis FODA

"Una de las aplicaciones del análisis FODA es la de determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa." (Marketing, 1994, pág. 157)

2.04.01 Fortalezas

"Se denominan fortalezas o "puntos fuertes" aquellas características propias de la empresa que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos." (Marketing, 1994, pág. 158)

2.04.02 Debilidades

"Se denominan debilidades o "puntos débiles" aquellas características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos." (Marketing, 1994, pág. 159)

2.04.03 Oportunidades

"Se denominan oportunidades aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos." (Marketing, 1994, pág. 159)

2.04.04 Amenazas

"Se denominan amenazas aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían afectar negativamente las posibilidades de logro de los objetivos." (Marketing, 1994, pág. 159)

Tabla 16- FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Estrategias de mercado	PIB
Personal calificado	Falta de conocimiento de la competencia
Valores empresariales	Empresa nueva en el mercado
Buena atención al cliente	Poder de negociación
Tecnología	Falta de experiencia
	Riesgo país
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
Tasa de desempleo	Inflación
Generar fuentes de trabajo	Tasa Activa
Producto de alta calidad	Factor legal
Producto con altos niveles de nutrientes	Pobreza
Tasa Pasiva	Competencia
Población económicamente activa	
Proveedores	
PEA	
Clientes	

Fuente: *Investigación propia*
Elaborador por: *Cynthia Catagña*

CAPITULO III

3. Estudio de mercado

> *El objetivo básico del estudio de mercado es determinar al mercado objetivo (target de mercado) al que se dirige la empresa, así como su capacidad o potencial de compra, para lo que habrá que determinar: cuántas personas componen el mercado; qué ingresos tienen; cuál es el nivel de vida; cómo gastan sus recursos; dónde se localizan los potenciales de compra; índices de capacidad de compra, etc.* (Casado Díaz & Sellers Rubio, Dirección de marketing: Teoría y Práctica, 2006, pág. 95)

3.01 Análisis de consumidor

"Los consumidores determinan las ventas y beneficios de las empresas con sus decisiones de compra. De ahí que éstas se vean obligadas a conoces cuáles son los motivos y las acciones que los conducen a adquirir unos productos u otros." (Quintanilla Pardo, Berebguer, Gómez Borja, & Mollá Descals, 2014, pág. 54)

3.01.01 Determinación de la muestra

Tabla 17- Muestra

MUESTRA			
e:	5%	0,05	
p:	50%	0,5	
q:	50%	0,5	
Nivel de confianza:	95%	1,96	
N:	250000		
n= **z^2 pqN** / (N-1) e^2+z^2pq		**n=**	240100 / 625,9579
		n=	384

Fuente: *Investigación propia*
Elaborador por: *Cynthia Catagña*

Análisis

Según la fórmula de la muestra se debe realizar 384 encuestas, con un margen de error del 5%.

3.01.02 Técnicas de obtención de información

"La elección de la técnica de obtención de información más apropiada al problema planteado depende básicamente del enfoque de la investigación (exploratoria, descriptiva o casual) y de los recursos disponibles (humanos y materiales)." (Rivas & Grande, 2013, pág. 459)

La técnica que se va a realizar en este proyecto será la cuantitativa, ya que está permite medir y cuantificar la información, teniendo una visión clara y un mejor control al momento de realizar las estadísticas.

3.01.03 Análisis de la información

> *Después de revisar y depurar la información obtenida mediante el trabajo de campo de una encuesta o de un panel, o bien mediante fuentes secundarias (anuarios, base de datos, etc), es necesario registrarla en el formato adecuado para su análisis estadístico posterior.* (Fernández Nogales, 2004, pág. 237)

3.01.03.01 Encuesta

> *La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población.* (Abascal & Iidefonso Grande, 2005, pág. 14)

ENCUESTA

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Obtener información estadística respecto a la producción y comercialización de tabletas de chocolate con chocho, para fines académicos.

GENERO: F ☐ M ☐

EDAD: 13-20 ☐ 21-28 ☐ 29-36 ☐
mayor de 37 ☐

OCUPACIÓN: Trabaja ☐ Estudia ☐

NIVEL DE INGRESOS: 366-500 ☐ 501-800 ☐
801 En adelante ☐

INSTRUCCIONES: Llenar con la mayor seriedad, ya que esto ayudara a obtener datos precisos sobre la investigación, por favor poner una (x) en una solo respuesta.

1. **¿Conoce usted que el chocolate es un antidepresivo y combinado con el chocho es un alimento muy nutritivo para el ser humano?**

   SI ☐ NO ☐

2. **¿Consume usted usualmente tabletas de chocolate?**

   SI ☐ NO ☐

3. **¿Considera usted que la empresas dedicadas a la producción de chocolate le ofrecen productos de calidad?**

   SI ☐ NO ☐

4. **¿Cuáles son los lugares donde usted compra tabletas de chocolate?**

   Supermercados ☐

   Tiendas ☐

   Panaderías ☐

5. ¿Cada qué tiempo, consume tabletas de chocolate?

Diario ☐ Semanal ☐ Quincenal ☐

Usualmente ☐

6. ¿Consumiría usted productos elaborados a base de chocolate combinado con chocho?

SI ☐ NO ☐

7. ¿Qué define su preferencia de compra?

Precio ☐

Presentación ☐

Sabores ☐

8. ¿Estaría usted dispuesto a pagar 3.75 dólares por una tableta de chocolate con chochos de 100 g?

SI ☐ NO ☐

9. ¿Qué marca de chocolate prefiere?

Pacari ☐

República del Cacao ☐

Valor ☐

Otros ☐

3.01.03.02 Análisis de la encuesta

Tabla 18-Género

Masculino	179	46.61%
Femenino	205	53.39%

***Fuente**: Encuesta*
***Elaborado por:** Cynthia Catagña*

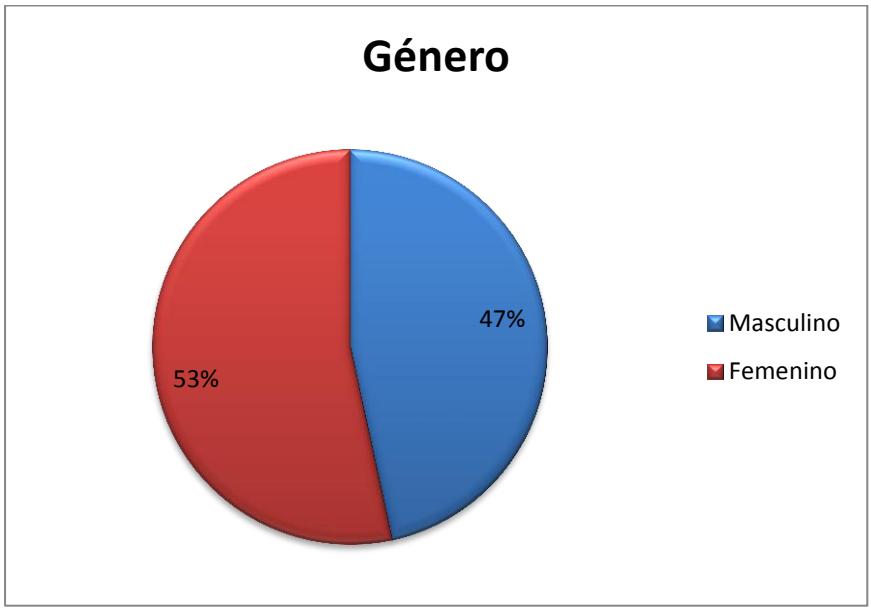


***Grafico 9-** Género*
***Fuente:** Encuesta*
***Elaborado por**: Cynthia Catagña*

Tabla 19-Edad

13-20	97	25.26%
21-28	126	32.81%
29-36	113	29.43%
37 en adelante	48	12.5%

***Fuente:** Encuesta*
Elaborado por: Cynthia Catagña

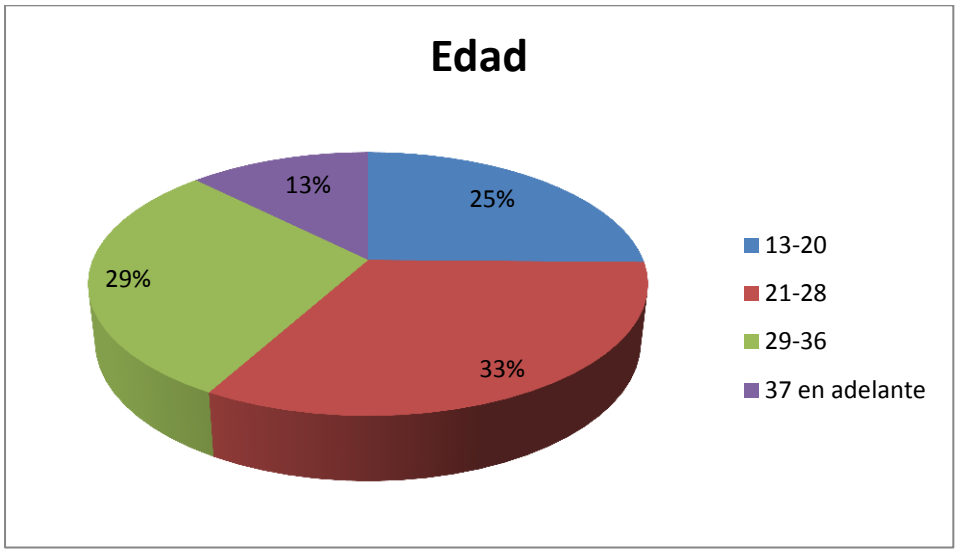


***Grafico 10**-Edad*
***Fuente:** Encuesta*
***Elaborado por:** Cynthia Catagña*

Tabla 20-Ocupación

Trabaja	205	53.39%
Estudia	179	46.61%

***Fuente:** Encuesta*
***Elaborado por:** Cynthia Catagña*

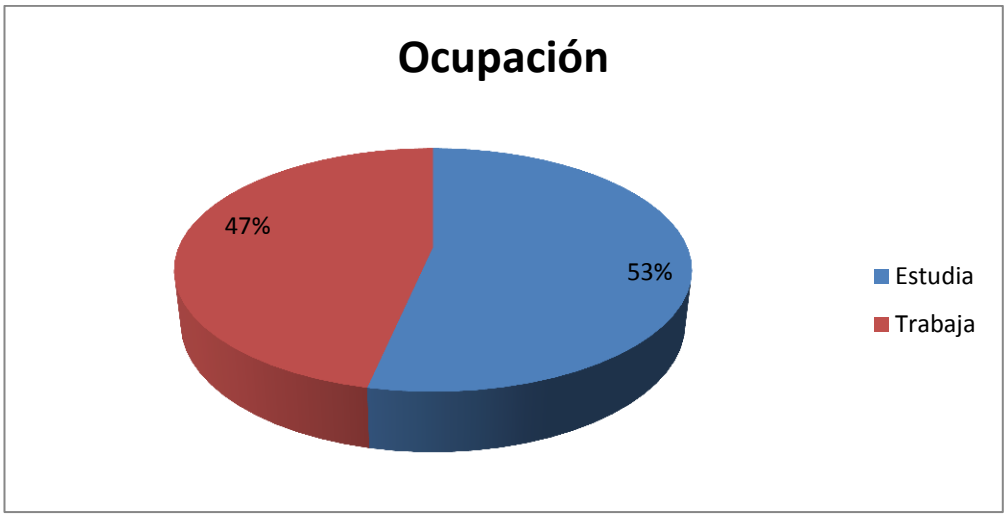


***Grafico 11-** Ocupación*
***Fuente:** Encuesta*
***Elaborado por:** Cynthia Catagña*

Tabla 21-Nivel de ingresos

366-500	123	32.03%
501-800	140	36.46%
801 en adelante	121	31.51%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

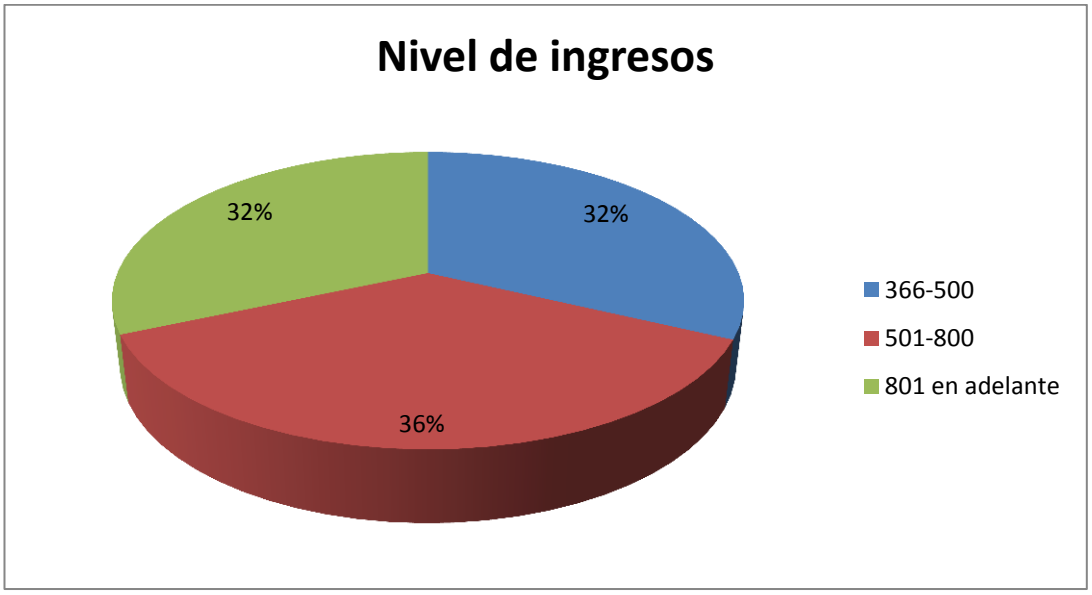


Grafico 12- *Nivel de ingresos*
Fuente*: Encuesta*
Elaborado por*: Cynthia Catagña*

1. **¿Conoce usted que el chocolate es un antidepresivo y combinado con el chocho es un alimento muy nutritivo para el ser humano?**

Tabla 22-Pregunta 1

Si	170	44.27%
No	214	55.73%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Grafico 13- *Propiedades del chocolate*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por*: Cynthia Catagña*

Análisis

El 44% de la población encuestada ha demostrado que si conocen las propiedades del chocolate con la combinación del chocho, y el 56% no supo que el chocolate y el chocho tienen muchas propiedades.

2. ¿Consume usted usualmente tabletas de chocolate?

Tabla 23- Pregunta 2

Si	297	77.34%
No	87	22.66%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

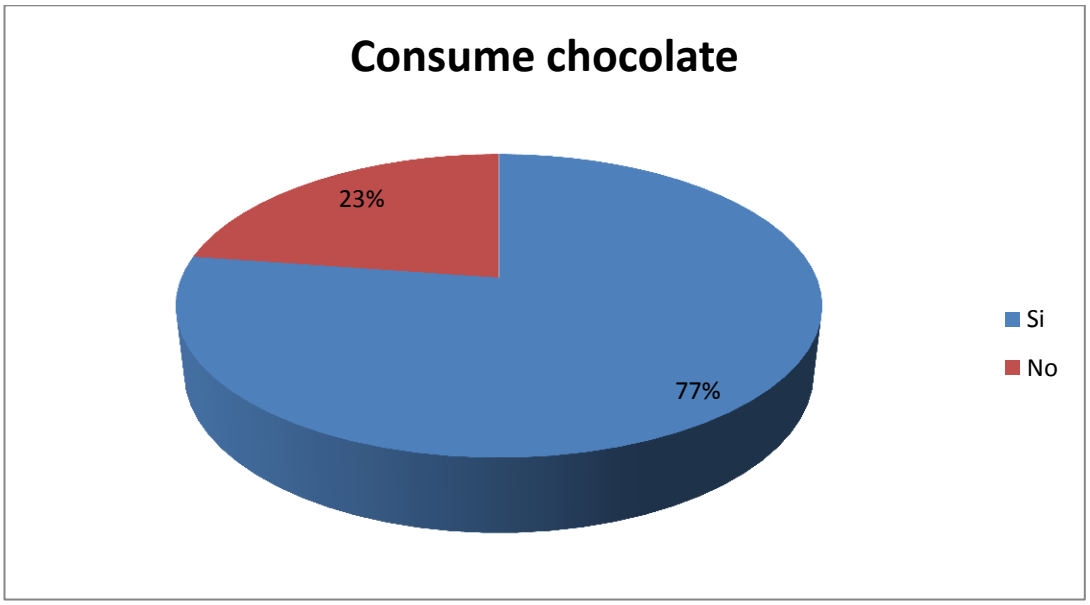


Grafico 14- *Consume chocolate*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

El 77% de la población encuestada si consume chocolate, mientras que el 23% no consumen.

3. **¿Considera usted que la empresas dedicadas a la producción de chocolate le ofrecen productos de calidad?**

Tabla 24- Pregunta 3

Si	164	42.71%
No	133	34.64%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

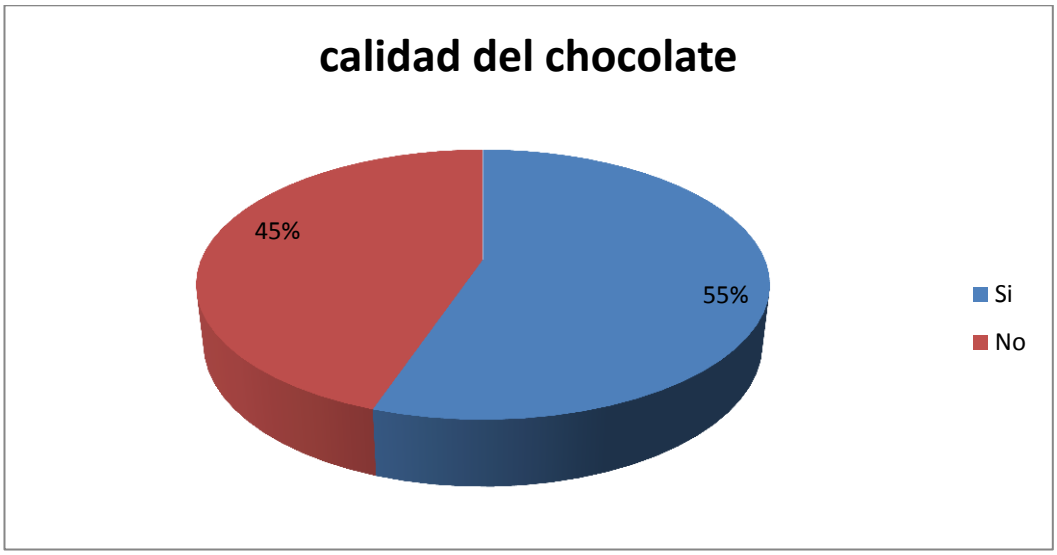


Grafico 15- *Calidad del chocolate*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

El 55% de la población encuestada está de acuerdo en que las empresas si les ofrecen productos de calidad, y el 45% no están de acuerdo.

4. ¿Cuáles son los lugares donde usted compra tabletas de chocolate?

Tabla 25- Pregunta 4

Supermercados	96	32.32%
Tiendas	143	48.15%
Panaderías	58	17.53%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

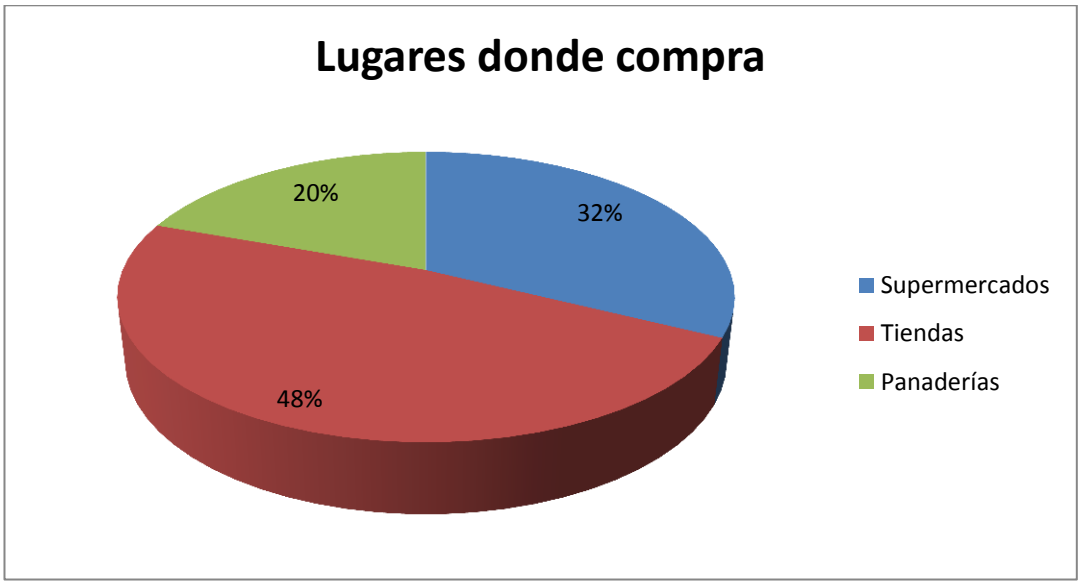


Grafico 16- *Lugares donde compra*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por*: Cynthia Catagña*

Análisis

El 48% de la población encuestada demostró que adquieren las tabletas de chocolate en tiendas, el 32% los adquieren en los supermercados y el 20% en panaderías.

5. ¿Cada qué tiempo, consume tabletas de chocolate?

Tabla 26- Pregunta 5

Diario	92	30.98%
Semanal	63	21.21%
Quincenal	78	26.26%
Mensual	64	21.55%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

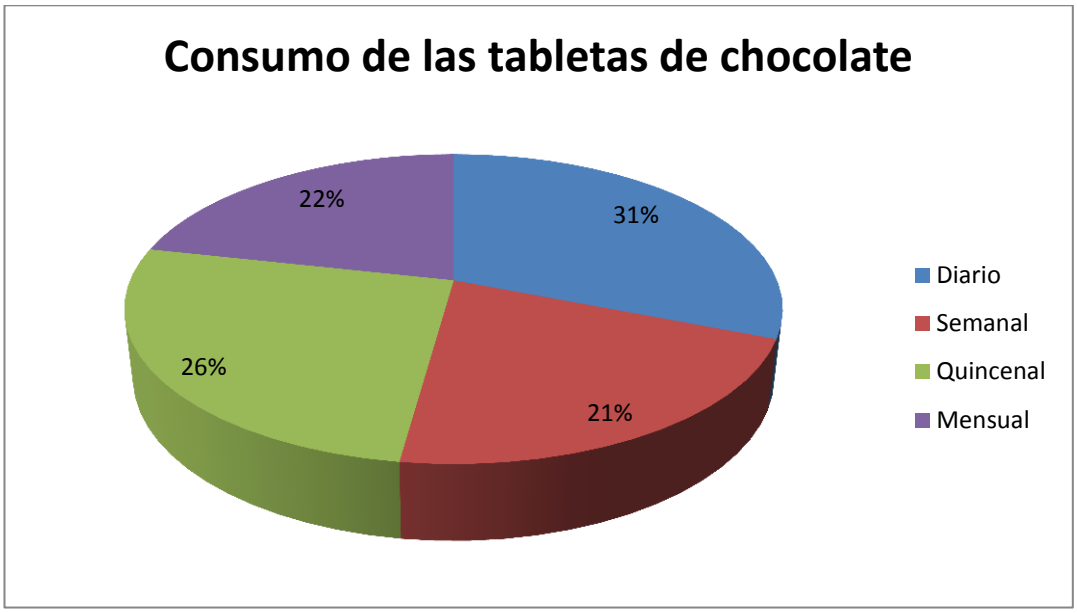


Grafico 17- *Consumo de las tableta de chocolate*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

El 31% de la población encuestada acertó en que su consumo de chocolate es diario, el 21% consumen semanalmente, el 26% consume chocolates quincenalmente y el 22% consume usualmente.

6. ¿Consumiría usted productos elaborados a base de chocolate combinado con chocho?

Tabla 27- Pregunta 6

Si	193	64.98%
No	104	35.02%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

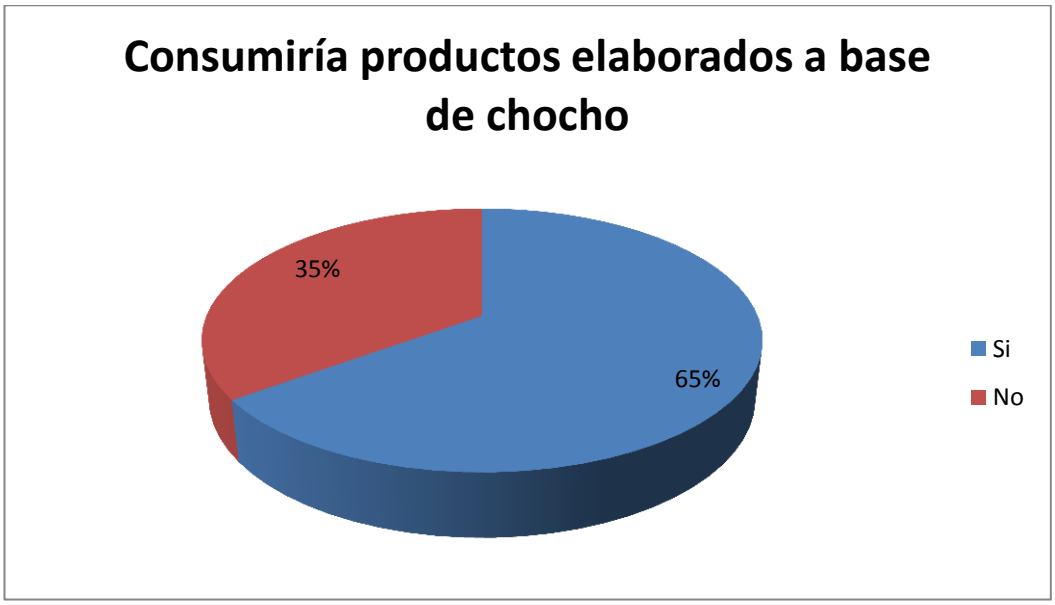


Grafico 18- *Consumiría productos elaborados a base de chocho*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por*: Cynthia Catagña*

Análisis

El 65% de la población encuestada si está de acuerdo en consumir productos elaborados a base de chocho, el 35% no lo está.

7. ¿Qué define su preferencia de compra?

Tabla 28- Pregunta 7

Precio	113	38.05%
Presentación	98	33%
Sabores	86	28.96%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por*: Cynthia Catagña*

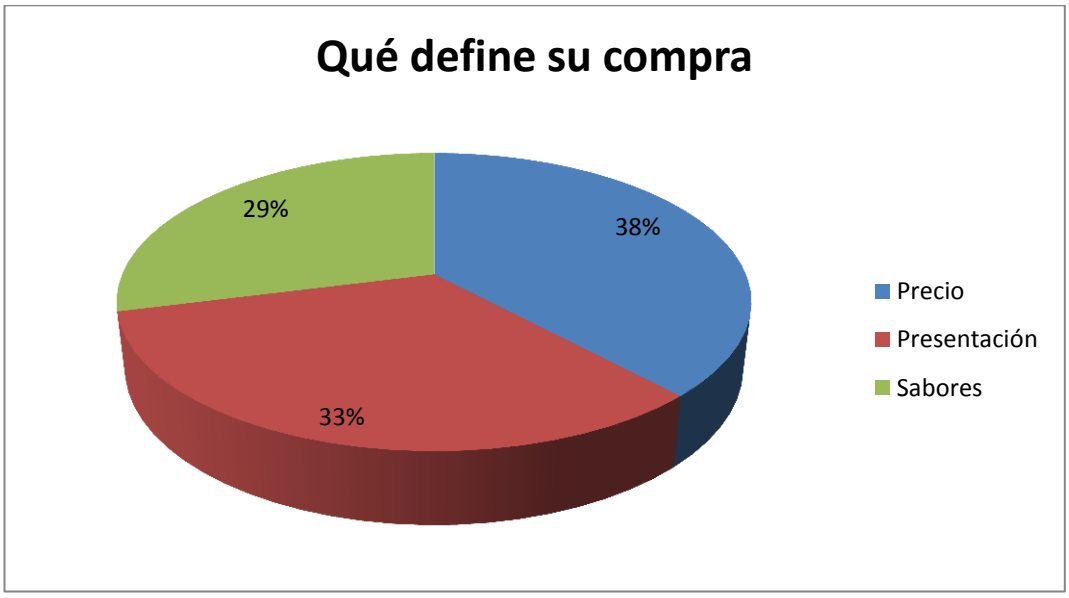


Grafico 19- *Qué define su compra*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

El 38% de la población encuestada lo que define su compra es el precio, el 33% lo definen por la presentación, y el 29% lo definen por el sabor.

8. ¿Estaría usted dispuesto a pagar 3.75 dólares por una tableta de chocolate con chochos de 100 g?

Tabla 29- Pregunta 8

Si	173	58.25%
No	124	41.75%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por*: Cynthia Catagña*

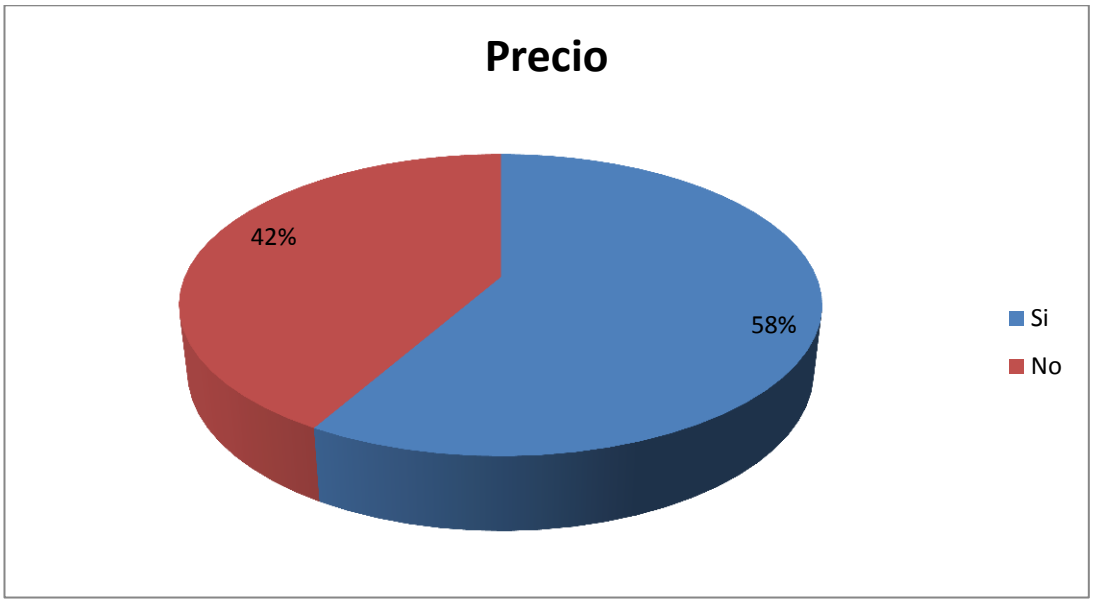


Grafico 20- *Precio*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

El 58% de la población encuestada está de acuerdo en pagar el precio sugerido, y el 42% no lo pagaría.

9. ¿Qué marca de chocolate prefiere?

Tabla 30- Pregunta 9

Pacari	72	24.24%
República del Cacao	40	13.47%
Valor	59	19.87%
Otros	126	42.42%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

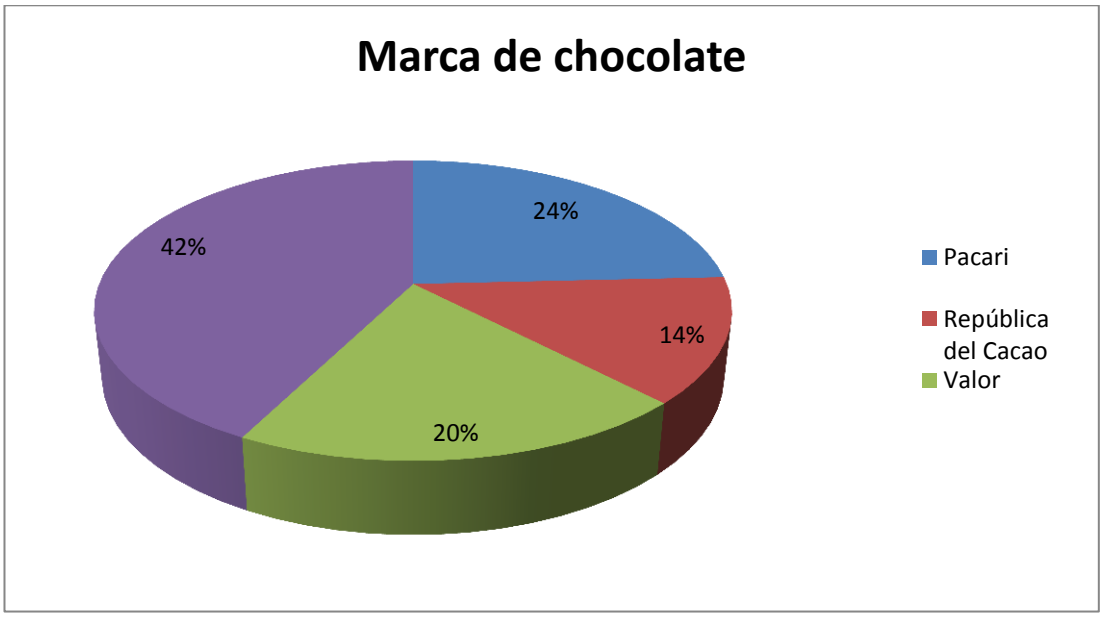


***Grafico 21**- Precio*
***Fuente:** Encuesta*
***Elaborado por:** Cynthia Catagña*

Análisis

El 24% de la población encuestada prefiere el chocolate de la marca Lindt excellence, el 14% prefiere la marca Hacendado, el 20% consume la marca Valor y el 42% consume otra marca de chocolate.

3.02 Demanda

"Es la cantidad requerida de un artículo varía inversamente a su precio, suponiendo que todos las demás cosas que pueden afectar a la demanda permanecen constantes." (Spencer, 1993, pág. 33)

3.02.01 Demanda actual

Mediante la demanda actual se puede determinar el volumen de productos, que los consumidores actuales están dispuestos a adquirir, para el cálculo se utilizara el crecimiento poblacional del año 2014.

Tabla 31- Demanda Actual

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA CRECIMIENTO POBLACIONAL	OFERTA ACTUAL
2016	50.327,01	1,3700	68.948,00

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Según el cálculo realizado con la tasa de crecimiento poblacional, la demanda actual que tendrá este proyecto para este es de 68948.00.

3.02.02 Demanda Proyectada

Para la determinación de la demanda se utilizara el factor del crecimiento poblacional.

Tabla 32- Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	TASA CRECIMIENTO POBLACIONAL
2016	50.327,01	1,3700
2017	68.948,00	1,3700
2018	94.458,77	1,3700
2019	129.408,51	1,3700
2020	177.289,66	1,3700

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

Para el cálculo de la demanda proyectada se utilizara el factor del crecimiento poblacional según el censo del 2014 siendo el 1.37%, proyectado a 4 años hacia el futuro, la cual dará a conocer cuáles serán los posibles consumidores que estarán dispuestos a adquirir el producto. El cual dio como resultado una demanda para el año 2020 de 177289.66.

3.02.03 Demanda Histórica

La demanda histórica se determina a partir de los datos estadísticos de la encuesta, con el objetivo de tener saber la evolución de la demanda

Tabla 33-Demanda histórica

DEMANDA (AÑO)	FACTOR	DEMANDA
2016	1,370%	$ 50.327,01
2015	1,370%	$ 49.637,53
2014	1,370%	$ 48.957,50
2013	1,400%	$ 48.272,09
2012	1,420%	$ 47.586,63

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

Para el cálculo de la demanda histórica se tomará en cuenta el porcentaje del crecimiento poblacional de los 5 años anteriores del 2016.

3.03 Oferta

> *La oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes*. (Spencer, 1993, pág. 35)

3.02.01 Oferta proyectada

La oferta proyectada se calculará a partir de los datos encuestados de la pregunta del consumo aparente del chocolate, en donde se proyectará a 5 años con el porcentaje de la inflación**.**

Tabla 34-Oferta Proyectada

AÑOS	OFERTA PROYECTADA	PIB sectorial
2016	68.948,00	2,9000
2017	199.949,21	2,9000
2018	579.852,71	2,9000
2019	1.681.572,86	2,9000
2020	4.876.561,30	2,9000

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por*: Cynthia Catagña*

Análisis

Para la oferta proyectada se utilizará el porcentaje del pib sectorial alimenticio del último censo realizado en el 2014. El cual dio como resultado que para el año 2020 se tendrá una oferta proyectada de 487.6561,30.

3.02.02 Oferta Histórica

Para el cálculo de la oferta histórica se necesita la cuantificación del consumo constante de las tabletas de chocolate.

Tabla 35-Oferta histórica

OFERTA (AÑO)	FACTOR	OFERTA
2016	2,90%	$ 68.948,00
2015	1,37%	$ 68.003,42
2014	1,23%	$ 68.111,56
2013	1,56%	$ 67.049,02
2012	2,30%	$ 65.506,89

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

Para determinara la oferta histórica se tomó el valor porcentual del pib sectorial alimenticio de los 5 años anteriores del 2016.

3.03 Balance de la oferta y la demanda

Existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas. (Miranda, Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera, 2005, pág. 102)

Tabla 36- demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	BALANCE O DEMANDA INSATISFECHA
2016	50.327,01	68.948,00	18.620,99
2017	68.948,00	199.949,21	131.001,21
2018	94.458,77	579.852,71	485.393,95
2019	129.408,51	1.681.572,86	1.552.164,35
2020	177.289,66	4.876.561,30	4.699.271,64

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Análisis

Se determinó que en el 2020 se va a tener una demanda insatisfecha de 469.9271,64 en donde las tabletas de chocolate tratarán de cubrir ese mercado.

CAPITULO IV

4. Estudio técnico del proyecto

Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto, analizar y determinar el tamaño, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción. (Baca Urbina, 2010, pág. 74)

El estudio técnico es una fase donde se analiza todo lo referente a la localización, la cercanía de los proveedores, de la materia prima, de los consumidores, de la mano de obra para verificar si es viable o no ya que de la localización de este depende si permanece en el mercado.

En el proyecto de requerirá:

- Mano de Obra.
- Equipo Necesario.
- Inversión Requerida.
- Tamaño y Localización del proyecto.
- Organización de la Empresa.

- Costos de Inversión y Operación.

4.01 Tamaño del proyecto

Se refiere a la capacidad de producción que tendrá, ya sea diaria, semanal o mensual, esto depende del equipo y maquinaria que se va a utilizar en el proceso de producción.

4.01.01 Mobiliario y equipo requerido

El mobiliario y equipo se debe escoger de acuerdo a las necesidades del proyecto.

Tabla 37- Maquinaria y equipo requerido

DETALLE	CANTIDAD
Cocineta eléctrica portátil	1
Utensilios de cocina	1
Máquina para elaboración de tabletas de chocolate	1
Empacadora de chocolates automática	1
Olla canguilera	1

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

4.01.02 Mano de obra

"Por mano de obra se entiende el elemento humano preciso para la ejecución de una obra." (Castro & Aja, 2006, pág. 70)

4.01.02.01 Cuadro de personal

Personal necesario para el proceso productivo del proyecto, cada uno cuenta con actividades específicas, ya que serán los responsables de la elaboración de las tabletas de chocolate con chocho.

Tabla 38- Cuadro del personal

NÚMERO	CARGO	SUELDO MENSUAL
1	Operarios	400.00

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

4.02 Variables de viabilidad

Tabla 39- Disponibilidad de recursos financieros

CONCEPTO	PORCENTAJE	VALOR
Capital propio	80%	16382.49
Capital financiado	20%	4056.18
	TOTAL	**20438.67**

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Requisitos para realizar el Crédito en la Cooperativa 29 de Octubre

Grafico 22- *Logotipo de Cooperativa*
Fuente: *Cooperativa 29 de Octubre*
Elaborado por: *Cooperativa 29 de Octubre*

REQUISITOS

- Solicitud de crédito debidamente llena y firmada por el socio.
- Copia legible de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación (solicitante y cónyuge).
- Planilla actualizada de servicios básicos (luz, agua o teléfono).
- Copia de RUC o RISE.
- Facturas de compra y venta, que justifiquen el flujo de la actividad económica (Si aplica).
- Declaración del IVA de los últimos 3 meses (Aplica para independientes y microempresarios con RUC).
- Verificación en campo del domicilio y negocio por parte del Asesor.

ACUMULACIÓN SIMPLE

Monto mínimo $ 1.001,00

Monto máximo a otorgar $ 10.000,00

Plazo máximo a otorgar 36 meses

Tasa de interés 24 %

4.03 Variables de optimización

"Es buscar la mejor manera de realizar una actividad." (Checa & Portillo, 2015)

Con una buena optimización de la planta se tendría como resultado:

- Optimizar el tiempo en los procesos de producción.

- Aprovechar al 100% el espacio de la planta, es decir tanto de, manera horizontal como vertical.
- Cada sitio de trabajo tenga su espacio.

4.03.01 Distribución de planta

La planta de distribución estará distribuida en:

- Recepción
- Área administrativa
- Área de producción
- Bodega de materia prima
- Bodega de productos terminados
- Baño

4.03.02 Matriz S.L.P (Layout)

"El método SLP utiliza una técnica poco cuantitativa al proponer distribuciones con base en la conveniencia de cercanía entre los departamentos. Emplea la simbología internacional." (Baca Urbina, 2010, pág. 97)

letra	Orden de Proximidad	Valor de líneas
A	Absolutamente importante	
E	especialmente importante	
I	importante	
O	ordinaria o normal	
U	unimportant (sin importancia)	
X	indeseable	
XX	Muy indeseable	

Grafico 23- *Simbología del método SLP*
Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

METODO SLP

MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TABLETAS DE CHOCOLATE CON CHOCHO

CODIGO DE CERCANIA

VALOR	CERCANIA
A	Absolutamente Necesario
E	Especialmente Necesario
I	Importante
O	Ordinaria
U	No Importante
X	Indispensable
XX	Muy Indispensable

RAZONES DE CERCANIA

VALOR	RAZON
1	Por Proceso
2	Por Gestión Administrativa
3	Por Seguridad
4	Por Conveniencia
5	Por Higiene

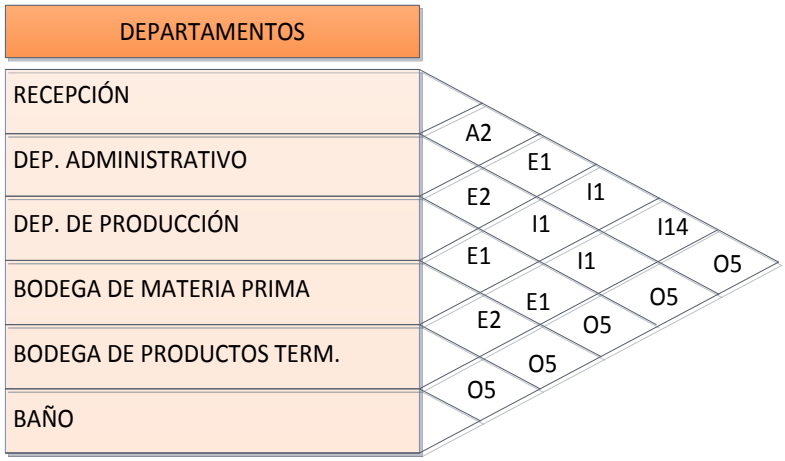


Grafico 24- *Matriz SLP*
Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

4.04 Capacidad máxima de producción del proyecto

Tabla 40- Procesos de Producción

CONCEPTO	PROCESOS	DURACION
Proceso1	Recepción del chocolate	5 Minutos
Proceso 2	Recepción del chocho	5 Minutos
Proceso 3	Limpieza y selección del grano	10 Minutos
Proceso 4	Tostar el chocho	8 Minutos
Proceso 5	Fundir el chocolate a 43º C	0:00:30 Minutos
Proceso 6	Mezclar el chocho con el chocolate	0:00:15 Minutos
Proceso 7	Especificar el gramaje de la tableta de chocolate	0:00:15 Minutos
Proceso 8	Empacar	0:00:25 Minutos

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Primero se realizara la recepción de la materia prima, es decir, del chocolate y del chocho, como segundo punto, es de vital importancia la limpieza y selección del chocho con lo que se procederá a ser tostado.

Se fundirá el chocolate a 43º C, cuando el chocolate ya esté en su punto se mezclara con el chocho tostado, en la máquina de procederá a especificar el gramaje de la tableta, como último paso se empacara y estará listo para su venta.

4.05 Localización del proyecto

La localización de un proyecto es encontrar el mejor lugar donde se logre una rentabilidad mayor sobre el capital, en donde se obtenga menores costos tanto de la materia prima, mano de obra como el transporte.

La empresa productora y comercializadora de tabletas de chocolate con chocho estará ubicada en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Mitad del Mundo.

4.05.01 Factores generales de la localización

Tabla 41- Factores relevantes

FACTORES	PESO ASIGNADO
Espacio físico	20%
Cercanía al cliente	15%
Vías de Acceso	14%
Materia prima	15%
Mano de obra	15%
Proveedores	13%
Permisos Legales	8%
TOTAL	**100%**

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

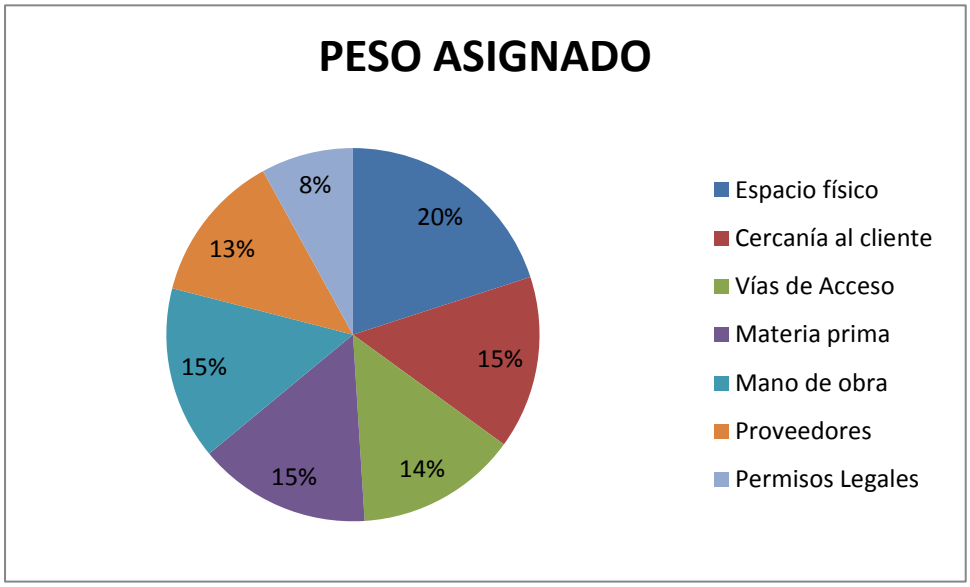


Grafico 25- *Factores de localización*
Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Tabla 42- Métodos por puntos

VARIABLES	PESO PONDERADO	CALIFICACION (MITAD DEL MUNDO)	CALIFICACION PONDERADA (MITAD DEL MUNDO)	CALIFICACION (LA CAROLINA)	CALIFICACION PONDERADA (LA CAROLINA)
Espacio físico	0.20	8	1.60	7	1.40
Cercanía al cliente	0.15	10	1.50	8	1.20
Vías de Acceso	0.14	10	1.40	10	1.40
Materia prima	0.15	8	1.20	8	1.20
Mano de obra	0.15	9	1.35	8	1.20
Proveedores	0.13	8	1.04	8	1.04
Permisos Legales	0.08	7	0.56	9	0.72
TOTAL	**1**		**8.65**		**8.16**

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Se puede determinar mediante el método por puntos que la mejor localización es en la Mitad del Mundo ya que obtuvo un mayor valor en los factores a diferencia del sector de la Carolina.

4.05.02 Macrolocalización

"La macrolocalización del proyecto, o sea su ubicación en el país o en una región en el subespacio urbano o en el subespacio rural." (Meza, 2013, pág. 24)

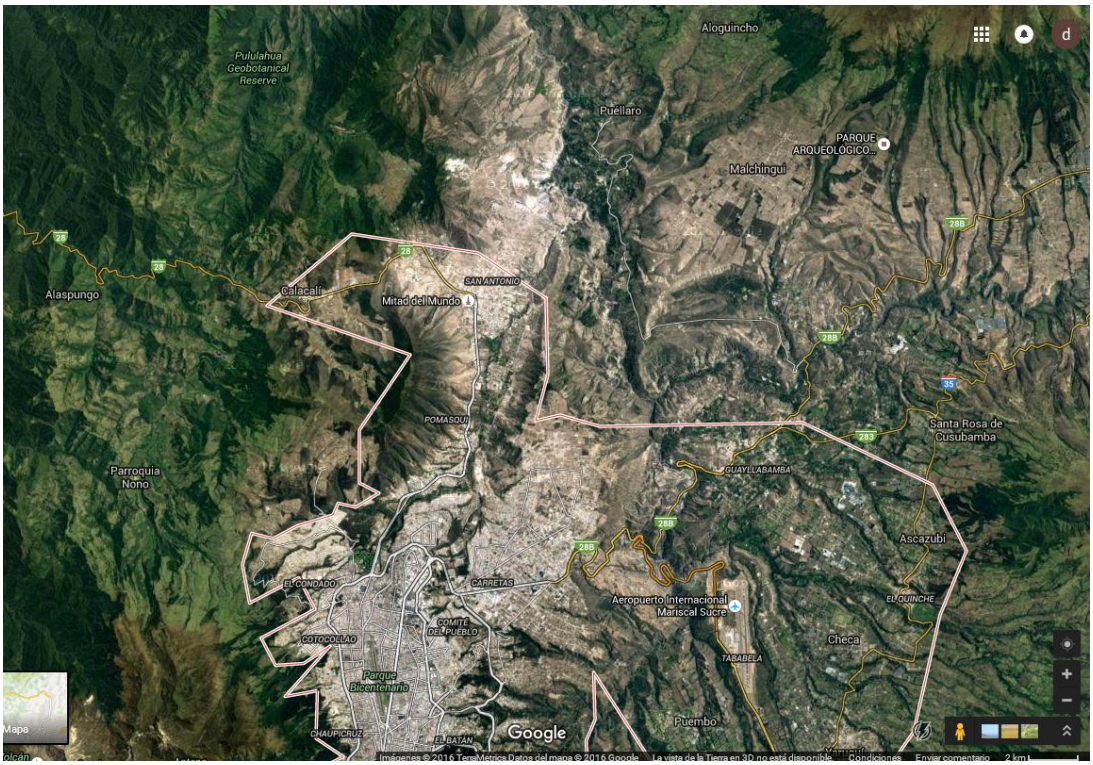


Grafico 26- *mapa*
Fuente: *Google Maps*
Elaborado por: *Google Maps*

La empresa estará ubicada en la Provincia Pichincha, cantón Quito, en esta zona se cuenta con una gran influencia de consumidores como podrían ser los turistas y los moradores del sector.

4.05.03 Microlocalización

"Abarca la investigación y comparación de los componentes del costos y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad." (Meza, 2013, pág. 25)

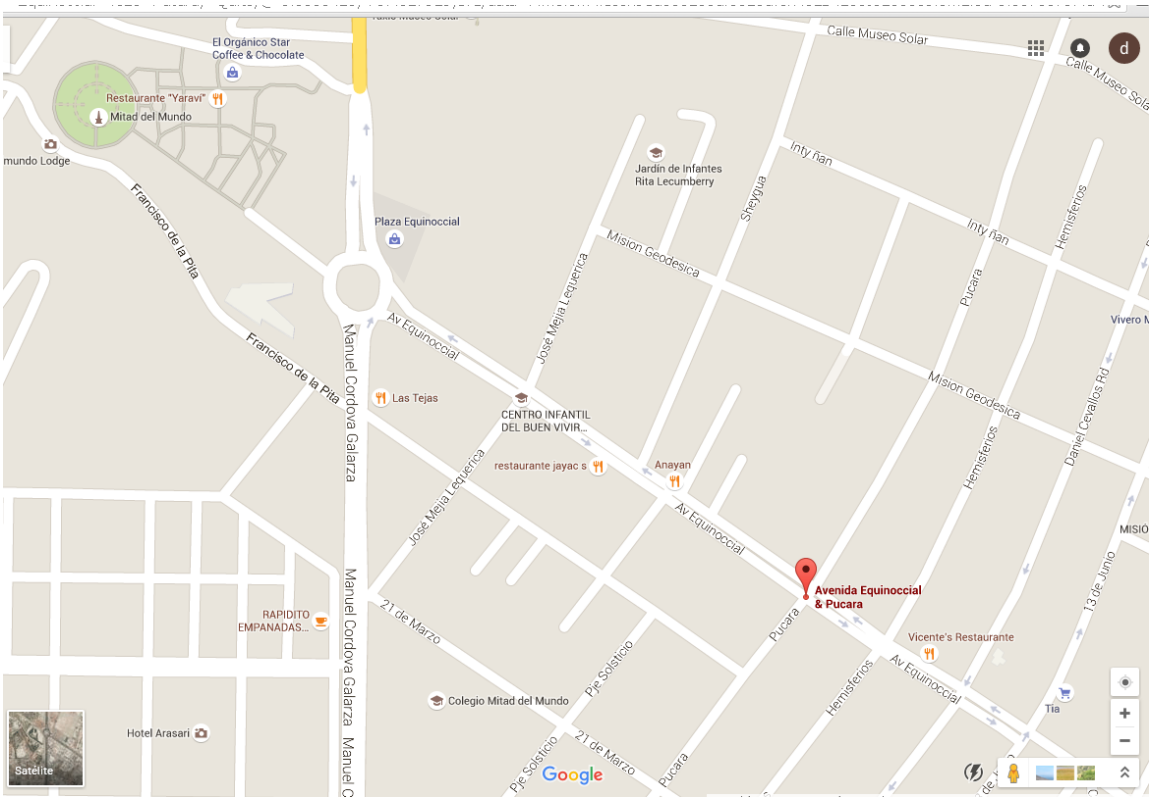


Grafico 27- *mapa*
Fuente: *Google Maps*
Elaborado por: *Google Maps*

La empresa productora y comercializadora de chocolates estará ubicada en la Mitad del Mundo (San Antonio de Pichincha), en las calles Avenida Equinoccial y Pucará, en este lugar se encuentra gran disponibilidad de recursos.

4.06 Ingeniería del proyecto

> *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)

4.06.01 Descripción de las instalaciones del proyecto

1. **Recepción**

CONDICIONES

Espacio de 4 metros con conexiones eléctricas y línea telefónica.

FUNCIÓN

Recepción de todo tipo de documentos, atención al cliente, elaboración de oficios y llamadas telefónicas.

2. **Área Administrativa**

CONDICIONES

Espacio de 6 metros cuadrados, con conexiones eléctricas, amoblado y con equipo de computación, equipos de oficina y suministros.

FUNCIÓN

En esta área se tomaran todas las decisiones para el funcionamiento de la empresa, se realizara procesos de contabilidad, pago de impuestos, pagos de salarios.

3. Área de Producción

CONDICIONES

Espacio de 15 metros cuadrados, con conexiones eléctricas y ventilación.

FUNCIÓN

En esta área se realizará los procesos de producción.

4. Bodega de materia prima

CONDICIONES

Área de 13 metros cuadrados, con excelente ventilación.

FUNCIÓN

Área de almacenamiento de la materia prima.

5. Bodega de productos terminados

CONDICIONES

Área de 13 metros cuadrados, con excelente ventilación.

FUNCIÓN

Área de almacenamiento de las tabletas de chocolate con chocho.

6. Baño

CONDICIONES

Área de 1 metro cuadrado, con ventilación.

FUNCIÓN

Utilización de todos los integrantes de la empresa

4.06.02 Plano del negocio

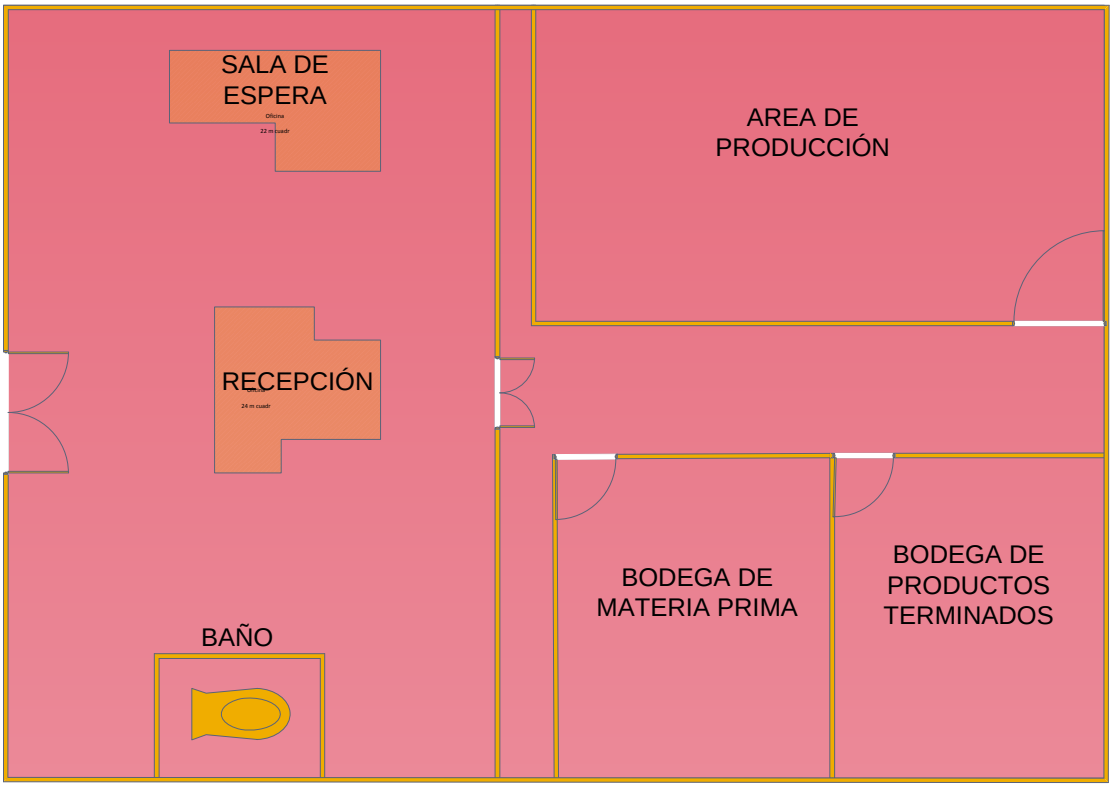


Grafico 28- *Plano del Negocio*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

4.07 Flujogramas del proceso de producción

> *La representación de los procesos por medio de diagramas permite, además de la descomposición en sus actividades, visualizar el recorrido de los materiales a lo largo del proceso productivo, y con ello se puede analizar la secuencia de actividades del proceso para hacerla más eficiente. Uno de los instrumentos de gran interés para ello, son los diagramas de proceso que constituyen una representación gráfica relativa a un proceso industrial, de servicios o administrativo.* (Cuatrecasas, 2012, pág. 59)

4.07.01 Simbología

La American National Standard Institute en sus siglas ANSI, es una simbología que ayuda a representar procesos o actividades mediante diferentes símbolos.

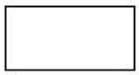
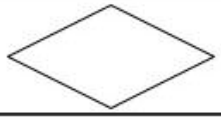
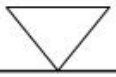
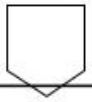
SÍMBOLOS	REPRESENTA
	Inicio o termino.- indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad.- describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento.- representa un documento general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento
	Decisión o alternativa.- indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre 2 o más alternativas.
	Archivo.- indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página.- representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continua el diagrama de flujo.
	Conector.- representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo..
	Dirección de flujo o línea de unión.- conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.

Grafico 29- *Simbología ANSI*
Fuente: *ANSI*
Elaborado por: *ANSI*

4.07.02 Flujograma del proceso de las tabletas de chocolate con chocho

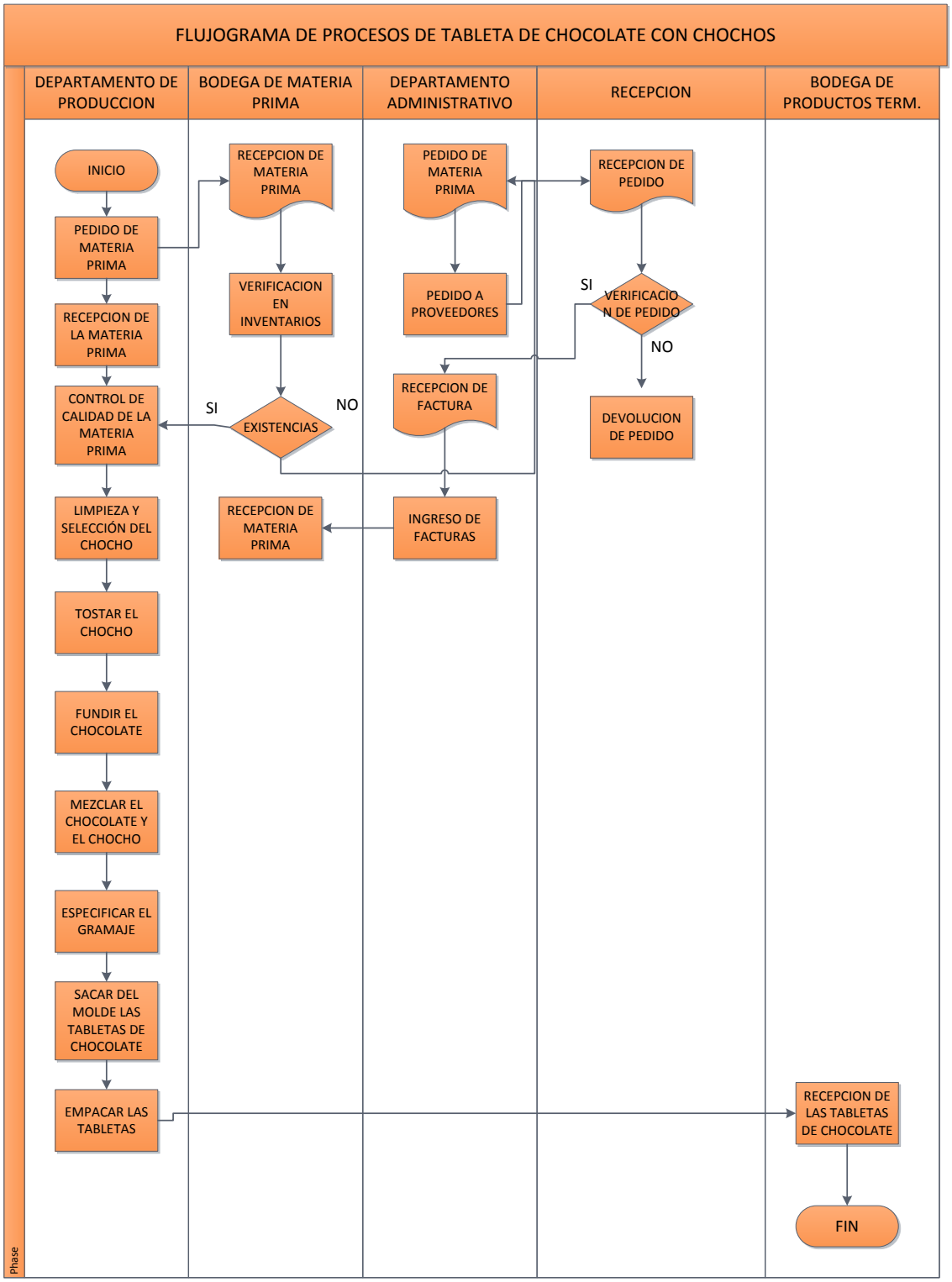


Grafico 30- *Flujograma de procesos*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

4.07.03 Descripción de las actividades

Es la descripción de todas las actividades que se realizarán en los procesos productivos, la cual ayuda para la elaboración de los flujogramas de procesos.

Tabla 43- Descripción de actividades

CONCEPTO	PROCESOS	DURACION
Proceso1	Recepción del chocolate	5 Minutos
Proceso 2	Recepción del chocho	5 Minutos
Proceso 3	Limpieza y selección del grano	10 Minutos
Proceso 4	Tostar el chocho	8 Minutos
Proceso 5	Fundir el chocolate a 43º C	0:00:30 Minutos
Proceso 6	Mezclar el chocho con el chocolate	0:00:20 Minutos
Proceso 7	Especificar el gramaje de la tableta de chocolate	0:00:10 Minutos
Proceso 8	Empacar	0:00:25 Minutos

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por*: Cynthia Catagña*

4.07.04 Análisis del Valor Agregado

Tabla 44-AVA

Nº	VAC	VAE	P	E	M	I	A	ACTIVIDAD	TIEMPOS
1		X						Pedido de materia prima	3 minutos
2					X			Recepción de materia prima	10 minutos
3	X							Control de calidad	7 minutos
4		X						Limpieza y selección del chocho	10 minutos
9			X					Tostar el chocho	8 minutos
10			X					Fundir el chocolate a 43º C	0:00:30 minutos
11			X					Mezclar el chocho y chocolate	0:00:20 minutos
12						X		Especificar el gramaje	0:00:10 minuto
14	X							Empacar	0:00:25 minuto
								TIEMPOS TOTALES	**39minutos y 25 segundos**

	COMPOSICION DE ACTIVIDADES	METODO Nº	ACTUAL TIEMPO	%
VAC	Valor agregado cliente	2	0:07:25	18.47
VAE	Valor agregado empresa	2	13	33.12
2P	Preparación	3	0:08:50	21.66
E	Espera	0	0	0
M	Movimiento	1	10	25.48
I	Inspección	1	0:00:10	0.25
A	Archivo	--	--	--
TT	Tiempo total		0:39:25	100 %
TVA	Tiempo valor agregado		0:20:25	
IVA	Indice de valor agregado		51.59%	

Fuente: *Eusebio Gonzales*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

4.08 Determinación de mobiliario y equipo

El mobiliario y Equipo a utilizarse es el siguiente:

Tabla 45– Mobiliario y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Rellenadora de chocolate	1	4500.00	4500.00
Empacadora	1	3500.00	3500.00
Cocineta portátil	1	18.89	18.89
Utensilios de cocina	1	25.00	25.00
Olla tostadora	1	12.29	12.29

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

4.08.01 Cuantificación de variables

Tabla 46– Cuantificación de variables

DETALLE	PROVEEDOR
Rellenadora de chocolate	Proveedor local
Empacadora	Proveedor local
Olla tostadora	Proveedor local
Cocineta portatil	Proveedor local
Utensilios de cocina	Proveedor local

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

El mobiliario y equipo que se utilizara en la producción de las tabletas de chocolate con chocho se adquirirá mediante un proveedor local.

CAPITULO V

5. Estudio Financiero

> *"En este capítulo debe presentarse el análisis financiero del proyecto. Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el período de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto debe realizarse con los recursos financieros disponibles".* (Social, 2006, *pág. 121)*

Permite conocer si el proyecto va a tener rentabilidad o no, la verificación de la viabilidad del proyecto y si en los años futuros tendrá pérdidas o ganancias.

5.01 Ingresos

> *Ingresos es el flujo de entrada de dinero u otros elementos de activo (comprendiendo los derechos a dinero, como las cuentas de compra a crédito) que son consecuencia de las ventas de mercancías o servicios o del uso del dinero o de los bienes. (Brock & Earl, 1987, pág. 8)*

Tabla 47– Ingresos Anuales

DESCRIPCION	CHOCOLATES FRUTOS SECOS
Población Mitad del Mundo	250.000
Aceptación	64,98%
TOTAL DE COMPRA	162.450,00
Frecuencia de compra	21,55%
Total clientes	35.008
Clientes Potenciales %	0,03
Frecuencia de compra veces	1.016
Numero de meses	12
Total anual ventas	12.195
Precio	3,75
Total ingresos anuales	**45.732,67**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

La microempresa tendrá ingresos anuales de 45.732,67 dólares anuales, esto da como resultado a la frecuencia de compra de 21.55% trabajando 5 días a la semana, 8 horas diarias y ventas anuales de 12195 dólares.

5.01.01 Ingresos Operacionales

Son los que se relacionan con la actividad de la empresa como son:

MPO (Mano de Obra Directa)

MPD (Materia Prima Directa)

CIF (Costos Indirectos de Fabricación)

5.01.01.01 Mano de Obra Directa

Es el esfuerzo de los trabajadores, ya sea físico o mental que se encuentra involucrado directamente en la fabricación del producto.

Tabla 48– Mano de Obra Directa

	SUELDO MENSUAL	APORTE PATRONAL IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Operario 1	400,00	44,6	33,33	30,50	0,00	508,43	6.101,20
TOTAL SUELDO	400,00	44,60	33,33	30,50	0,00	508,43	6.101,20

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Tabla 49– Mano de Obra Directa por minutos, horas, día mensual y anual

Mano de Obra						
CONCEPTO	**SUELDO ANUAL**	**MES**	**SEMANAL**	**DIA**	**HORA**	**MINUTOS**
Personal operativo	6.101,20	508,43	117,33	16,95	2,12	0,04

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.01.01.02 Materia Prima Directa

Es aquello que es indispensable para la elaboración del producto terminado.

Tabla 50– Materia Prima Directa

MATERIA PRIMA UNDADES DE 100gr.				
PRODUCCION POR 34 LIBRA		**UNIDADES DE 100gr.**		
MATERIALES	**LIBRAS**	**COSTO LB. $**	**C. P. PARADA**	**COSTO UNT.**
CHOCOLATE PROCESADO	34	1,82	61,88	0,309
DILUYENTE	17	1,90	32,30	0,162
CHOCHO	15	0,50	7,50	0,038
TOTAL	66		101,68	0,508
COSTO PRODUCCION MATERIA PRIMA POR PARADA			**101,68**	
COSTO PRODUCCION UNITARIOS MATERIA PRIMA			**0,51**	

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Tabla 51– Materia Prima Directa por día, mensual y anual.

UNIDADES PRODUDAS				
DIAS TRAB.	**UNDS DIA**	**UNDS SEMANA**	**UNDS MES**	**UNDS ANU**
5	200	1.000	4.333	52.000

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.01.01.03 Costos Indirectos de Fabricación

Son los insumos indispensables para la elaboración del producto terminado.

Tabla 52- Costos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

MATERIALES	DIA	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
ARRIENDO	0,3333	27,69	120,00	1.440,00
LUZ	6,0000	30,00	120,00	1.440,00
EMPACADO	0,0200	0,10	0,43	5,20
GAS	0,1615	0,81	3,50	42,00
TOTAL	**6,51**	**58,60**	**243,93**	**2.927,20**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.01.02 Ingresos no Operacionales

David Guzmán afirmó que:

"Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Provienen de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma**."** (Guzmán Vásquez & Romero Cifuentes, 2005, pág. 112)

5.02 Costos

"Son las erogaciones que hace el contratista por los elementos que intervienen directamente en la ejecución de los conceptos de trabajo del proyecto que se este considerando." (Trinidad, 2005, pág. 7)

5.02.01 Costos Directos

"Se entiende por costos directos, a todos los costos que se vinculen directamente con el proyecto y la realización de la obra en estudio, sin estos costos no podrá haber obra." (Macchia, 2005, pág. 132)

Tabla 53- Costos Directos

DESCRIPCION	TAMAÑO	MP	MO	CIF	CP MES	CP ANUAL
Tableta de chocolate con chocho	100g	2.033,60	508,43	243,93	2.785,97	33.431,60
TOTAL		**2.033,60**	**508,43**	**243,93**	**2.785,97**	**33.431,60**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.02.02 Costos Indirectos

"Los costos indirectos de fabricación se considera a todos aquellos costos que no se pueden relacionar directamente con el objeto de costo, o bien, que sería muy costoso complicado hacerlo." (Jiménez & Espinoza, 2007, pág. 125)

Tabla 54- Costos Indirectos

CIF ARRIENDO				
ARRIENDO	**DIA**	**SEMANAL**	**MES**	**ANUAL**
120,00	0,3333	27,69	120,00	1.440,00

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.03 Gastos

Los gastos son disminuciones del patrimonio neto, distintas de las distribuciones de fondos de la entidad a los propietarios, como consecuencia de la actividad económica de adquisición de bienes y servicios, o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente. (Alcarria, 2008/2009)

5.03.01 Gastos Administrativos

"Comprende los gastos relacionados con todas las demás actividades del negocio más complejo además de las actividades de fábrica y de venta." (Brock & Earl, 1987, pág. 337)

Tabla 55- Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
		Valor	**TOTAL**	**TOTAL**
Descripción	**Cantidad**	**Unitario**	**MENSUAL**	**ANUAL**
Sueldo Personal Administración	1		618,75	7.425,00
Suministros de Oficina	1	15,00	15,00	180,00
Arriendos	1	120,00	120,00	1.440,00
Suministros de Limpieza	1	5,00	5,00	60,00
Agua Potable	1	15,00	15,00	180,00
Luz Eléctrica	1	120,00	120,00	1.440,00
Teléfono	1	15,00	15,00	180,00
Internet	1	23,00	23,00	276,00
TOTAL			**931,75**	**11.181,00**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.03.02 Gasto Venta

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los gastos por este concepto. (eco-finanzas)

Tabla 56- Gasto Ventas

GASTOS DE VENTAS				
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Tarjetas de presentación	1	25,00	25,00	25,00
Rotulo	1	250,00	250,00	250,00
Tripticos	500	0,15	75,00	75,00
Web faceboock	1	30,00	30,00	30,00
TOTAL			**380,00**	**380,00**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Gastos que se realizar con el objetivo de atraer a la clientela, con el propósito de que la gente conozca acerca del producto de la instalación.

5.03.03 Gastos Financieros

"El gasto financiero neto dependerá de la estructura financiera que se haya decidido para la empresa. Por tanto, es imprescindible realizar análisis conjuntamente con el balance de la compañía." (Hernández, 2000, pág. 116)

Tabla 57- Gastos Financieros

INVERSIÓN:	100%	20.438,67
CAPITAL PROPIO :	80%	16.382,49
FINANCIAMIENTO:	20%	4.056,18
PLAZO :	-----	24
INTERÉS :	-----	24,00%
PAGOS :	-----	MENSUAL

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.03.04 Fuentes de Financiamiento

Para que la empresa comience a producir es necesario contar con un financiamiento adecuado, por el cual se deberá realizar un crédito en la Cooperativa 29 de Octubre con un interés mensual del 24%.

Tabla 58- Tabla de Amortización

PERIODO	SALDO	INTERÉS	CUOTA FIJA	CAPITAL	SALDO INSOLUTO
0	4.056,18	0,00	0,00	0,00	4.056,18
1	4.056,18	40,56	190,94	150,38	3.905,80
2	3.905,80	39,06	190,94	151,88	3.753,92
3	3.753,92	37,54	190,94	153,40	3.600,52
4	3.600,52	36,01	190,94	154,93	3.445,59
5	3.445,59	34,46	190,94	156,48	3.289,11
6	3.289,11	32,89	190,94	158,05	3.131,06
7	3.131,06	31,31	190,94	159,63	2.971,43
8	2.971,43	29,71	190,94	161,22	2.810,21
9	2.810,21	28,10	190,94	162,84	2.647,37
10	2.647,37	26,47	190,94	164,46	2.482,91
11	2.482,91	24,83	190,94	166,11	2.316,80
12	2.316,80	23,17	190,94	167,77	2.149,03
13	2.149,03	21,49	190,94	169,45	1.979,58
14	1.979,58	19,80	190,94	171,14	1.808,44
15	1.808,44	18,08	190,94	172,85	1.635,58
16	1.635,58	16,36	190,94	174,58	1.461,00
17	1.461,00	14,61	190,94	176,33	1.284,67
18	1.284,67	12,85	190,94	178,09	1.106,58
19	1.106,58	11,07	190,94	179,87	926,71
20	926,71	9,27	190,94	181,67	745,04
21	745,04	7,45	190,94	183,49	561,55
22	561,55	5,62	190,94	185,32	376,22
23	376,22	3,76	190,94	187,18	189,05
24	189,05	1,89	190,94	189,05	0,00

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.04 Costos Fijos y Variables

"La mezcla de costos puede dividirse arbitrariamente en aquéllos que varían con los servicios o el volumen (costos variables) y los que no lo hacen (costos fijos)." (Ballou, 2004, pág. 185)

Tabla 59- Costos Fijos y Variables

COSTOS FIJOS	1.357,31
COSTOS VARIABLES	2.542,03
COSTOS VARIABLES UNITARIO	0,59

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.05 Inversiones

"Compromiso de recurso en la esperanza de obtener beneficios durante un periodo razonable largo de tiempo." (Aguirre, 1981, pág. 21)

Tabla 60- Cuadro de Inversiones

CUADRO DE INVERSIONES			
Concepto	**Uso de fondos**	**RECURSOS PROPIOS**	**RECURSOS FINANCIDOS**
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS			
Vehículo	0,00		
Maquinaria y Equipo	8.056,18	4.000,00	4.056,18
Muebles y Enceres	469,00	469,00	
Equipo de Computación	397,99	397,99	
Equipo de Oficina	321,99	321,99	
Total de Activos Fijos	**9.245,16**	**5.188,98**	**4.056,18**
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gasto de Constitución	200,00	200,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	300,00	
Total de Activos Diferidos	**500,00**	**500,00**	**0,00**
CAPITAL DE TRABAJO			
Materia Prima	6.100,80	6.100,80	
Mano de Obra	1.525,30	1.525,30	
Arriendos	120,00	120,00	
Servicios Básicos	534,00	534,00	
Mantenimiento	0,00	0,00	
Gasto Administrativo	1.916,25	1.916,25	
Gasto Ventas	380,00	380,00	
Gastos Financiero	117,16	117,16	
Total capital de trabajo	**10.693,51**	**10.693,51**	**0,00**
TOTAL DE INVERCIÓN	**20.438,67**	**16.382,49**	**4.056,18**
PARTICIPACIÓN	**100%**	**80%**	**20%**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.05.01 Inversión Fija

"La inversión fija considera todos los bienes tangibles que se han definido previamente para poder realizar el productivo." (1988, pág. 22)

5.05.02 Activo Fijo

Son todos los bienes tangibles que posee una empresa, para su desarrollo.

Tabla 61- Activos de la Empresa

ACTIVOS FIJOS			
	USO DE FONDOS	**RECURSOS PROPIOS**	**RECURSOS FINANCIADOS**
Vehículo	0,00		
Maquinaria y Equipo	8.056,18	4.000,00	4.056,18
Muebles y Enceres	469,00	469,00	
Equipo de Computación	397,99	397,99	
Equipo de Oficina	321,99	321,99	
Total de Activos Fijos	**9.245,16**	**5.188,98**	**4.056,18**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.06 Activos Nominales

Son todos los activos intangibles de la empresa, los cuales ponen en marcha a esta.

5.06.01 Capital de trabajo

> *El Capital de Trabajo Bruto equivale al Activo corriente de la empresa. Representa las inversiones a corto plazo (inversiones que se pueden convertir en efectivo en un plazo de hasta un año) y está compuesto por partidas como Caja Bancos, Valores Negociables, Cuentas por cobrar comerciales, Otras cuentas por cobrar, Existencias y Cargas Diferidas. (Tanaka, 2005, pág. 210)*

Tabla 62- Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
DESCRIPCIÓN	**1 Mes**	**2 Mes**	**3 Mes**	**TOTAL**
Materia Prima	2.033,60	2.033,60	2.033,60	6.100,80
Mano de Obra	508,43	508,43	508,43	1.525,30
Arriendos	120,00	120,00	120,00	360,00
Servicios Básicos	178,00	178,00	178,00	534,00
Mantenimiento	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto Administrativo	638,75	638,75	638,75	1.916,25
Gasto Ventas	380,00			380,00
Gasto Financiamiento	40,56	39,06	37,54	117,16
TOTAL	**3.478,78**	**3.478,78**	**3.478,78**	**10.816,35**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.06.02 Depreciaciones

"La depreciación es la pérdida del valor de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etc.) con motivo de uso**."** (Palacios, 2006, pág. 128)

Tabla 63- Cuadro de Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
DESCRIPCIÓN	**AÑO 0**	**VIDA UTIL**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Vehículo	0,00	5	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Maquinaria y Herramienta	8.056,18	10	805,62	805,62	805,62	805,62	805,62
Muebles y Enseres	469,00	10	46,90	46,90	46,90	46,90	46,90
Equipos de Oficina	321,99	10	32,20	32,20	32,20	32,20	32,20
Equipos de Computación	397,99	3	132,66	132,66	132,66	132,66	132,66
TOTAL	**9.245,16**		**1.017,38**	**1.017,38**	**1.017,38**	**1.017,38**	**1.017,38**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.06.03 Estado de Situación Inicial

"Recordemos que el balance es un instrumento conceptual que representa a la totalidad del patrimonio de la empresa, en su doble acepción de medios o inversiones (Activo) y de origen de los medios o fuentes de financiamiento (Pasivo)." (Bernal Niño, 2004, pág. 160)

Tabla 64- Estado de Situación Inicial

EMPRESA DELICATESSEN		
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL		
ACTIVOS		
Activo Corriente		**10.693,51**
Bancos	10.693,51	
Activo no Corriente		**9.745,16**
Maquinaria y Equipo	8.056,18	
Vehículo	0,00	
Muebles y Enceres	469,00	
Equipo de Computación	397,99	
Equipo de Oficina	321,99	
Gasto de Constitución	200,00	
Estudio de Factibilidad	300,00	
TOTAL ACTIVOS		**20.438,67**
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		**4.056,18**
Préstamo Bancario por pagar	4.056,18	
PATRIMONIO		**16.382,49**
Capital	16.382,49	
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO		**20.438,67**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.06.04 Estado de Resultados Proyectado

"Este estado condensa las proyecciones presupuestarias que se han realizado, dando una visión integral acerca de cuáles serán los posibles resultados de la

empresa para los próximos doce meses, y para los siguientes cuatro años**."** (Leiva Bonilla, 2007, pág. 102)

Tabla 65- Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO	
PIB SECTORIAL MANUFACTURERO	7,00%
INFLACIÒN	1,30%

	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VENTAS	45.732,67	48.933,95	52.359,33	56.024,48	59.946,20
(-)	Costo de Ventas	33.431,60	33.959,82	34.496,38	35.041,43	35.595,08
(=)	Utilidad Bruta en Ventas	12.301,07	14.974,14	17.862,95	20.983,06	24.351,12
(-)	Gastos Operacionales					
(-)	Gastos Administrativos	11.181,00	11.553,33	11.938,05	12.335,59	12.746,37
(-)	Gastos de Ventas	380,00	392,65	405,73	419,24	433,20
(-)	Gastos Financieras	384,11	142,23	0,00	0,00	0,00
=	Utilidad Operacional	355,96	2.885,92	5.519,16	8.228,23	11.171,55
(+)	Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad A.P.E.I.	355,96	2.885,92	5.519,16	8.228,23	11.171,55
(-)	15 % Participación Laboral	53,39	432,89	827,87	1.234,23	1.675,73
(=)	Utilidad Antes de I.R.	302,57	2.453,03	4.691,29	6.993,99	9.495,82
(-)	Impuesto a la Renta **PNOC**	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad Neta	302,57	2.453,03	4.691,29	6.993,99	9.495,82
(+)	Depreciaciones	1.017,38	1.017,38	1.017,38	1.017,38	1.017,38
(+)	Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	**EXCEDENTE OPERACIONAL**	**1.319,95**	**3.470,41**	**5.708,67**	**8.011,37**	**10.513,20**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.06.05 Flujo de Caja

> *El análisis de flujo de caja muestra relación entre sus activos y pasivos corrientes. Activos corrientes son los "líquidos" o que pueden liquidarse-convertirse en efectivo-en menos de 12 meses (por ej., dinero en el banco, dinero en caja, cuentas por cobrar y existencias). Del mismo modo, pasivos corrientes son los que deben ser pagados en ese mismo plazo de 12 meses (por ej., cuentas por pagar, saldo de hipoteca, interés). (Cooper, Floody, & Mc Neill, 2002, pág. 62)*

Tabla 66- Flujos Netos de Efectivo

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
DESCRIPCIÓN	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Inversión Total	(-20.438,67)			-397,99		4.556,25
Excedente Operacional		1.319,95	3.470,41	5.708,67	8.011,37	10.513,20
FLUJOS DE EFECTIVO	**-20.438,67**	**1.319,95**	**3.470,41**	**5.310,68**	**8.011,37**	**15.069,45**

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

5.07 Evaluación

"La comprobación entre los costos y beneficios adicionales atribuibles al proyecto genera la medida básica de la bondad del proyecto: el beneficio incremental neto (BIN)" (Convenio, 1988, pág. 195)

5.07.01 Tasa de Descuento

"La tasa de descuento se determina considerando el costo del dinero para el que decide; esto es, lo que gana por recibir dinero prestado, o lo que deja de ganar por el dinero que tiene." (Vélez Pareja, 2003, pág. 57)

Tasa activa + Tasa Pasiva = TMAR

TASA DE DESCUENTO

TMAR =	i + f + (i x f)

i = inflación
f = costo de oportunidad

Inflación =	**1,30**	%
Costo de Oportunidad =	**8,95**	%

TMAR =	0,0333 + 0,05+ (0,0333 X 0,05)
TMAR =	0,1058 + (0,00241425)
TMAR =	**0,1037**
TMAR =	**10,37%**

La tasa de descuento será utilizado para el cálculo del VAN.

5.07.02 VAN (Valor Actual Neto)

Este indicador de evaluación permite conocer el valor del dinero actual (hoy) que va a recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés (tasa de actualización o descuento) y un periodo determinado (horizonte de evaluacion9, a fin de comparar este valor con la inversión inicial. (Hamilton & Pezo Paredes, 2005)

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

$$\textbf{VAN} = -20.438,67 + \frac{1.319,95}{1,12948465} + \frac{3.470,41}{1,27573557} + \frac{5.310,68}{1,44092375} + \frac{8.011,37}{1,62750126} + \frac{15.069,45}{1,83823769}$$

$$\textbf{VAN} = -20.438,67 + 1.168,63 + 2.720,32 + 3.685,61 + 4.922,50 + 8.197,77$$

$$\textbf{VAN} = -20.438,67 + 20.694,82$$

$$\textbf{VAN} = 256,15$$

Mediante la fórmula del VAN se puede observar que le proyecto es viable, ya que el porcentaje es positivo.

5.07.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

"La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos." (Fernandez Esponoza, 2007, pág. 132)

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

$$\textbf{VAN} = -20.438,67 + \frac{1.319,95}{1,12948465} + \frac{3.470,41}{1,27573557} + \frac{5.310,68}{1,44092375} + \frac{8.011,37}{1,62750126} + \frac{15.069,45}{1,83823769}$$

$$\textbf{VAN} = -20.438,67 + 1.168,63 + 2.720,32 + 3.685,61 + 4.922,50 + 8.197,77$$

$$\textbf{VAN} = -20.438,67 + 20.694,82$$

VAN = 256,15

TIR = 13,32%

Según la fórmula del TIR se puede observar que el porcentaje es positivo por lo que al transcurrir los años los resultados serán mejores.

5.07.04 PRI (Periodo de Recuperación de la inversión)

"El periodo de recuperación mide entonces el tiempo necesario para la recuperación de la inversión." (Everett E. & Ebert, pág. 72)

Tabla 67-- Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACION

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-20.438,67	-20.438,67	1,00	-20.438,67	-20.438,67
1	1.319,95	-19.118,72	0,89	1.168,63	-19.270,04
2	3.470,41	-15.648,31	0,78	2.720,32	-16.549,72
3	5.310,68	-10.337,63	0,69	3.685,61	-12.864,11
4	8.011,37	-2.326,26	0,61	4.922,50	-7.941,61
5	15.069,45	12.743,19	0,54	8.197,77	256,15

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 4	15.069,45	-2.326,26
1 mes	1.255,79	-1.070,47
2 mes	1.255,79	185,32
3 mes	1.255,79	1.441,10
4 mes	1.255,79	2.696,89
5 mes	1.255,79	3.952,68
6 mes	1.255,79	5.208,47
7 mes	1.255,79	6.464,25
8 mes	1.255,79	7.720,04
9 mes	1.255,79	8.975,83
10 mes	1.255,79	10.231,61
11 mes	1.255,79	11.487,40
12 mes	1.255,79	12.743,19

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 4	8.197,77	-7.941,61
1 mes	683,15	-7.258,47
2 mes	683,15	-6.575,32
3 mes	683,15	-5.892,17
4 mes	683,15	-5.209,02
5 mes	683,15	-4.525,88
6 mes	683,15	-3.842,73
7 mes	683,15	-3.159,58
8 mes	683,15	-2.476,43
9 mes	683,15	-1.793,29
10 mes	683,15	-1.110,14
11 mes	683,15	-426,99
12 mes	683,15	256,15

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	4 AÑOS 1 mes	PRVC

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	4 AÑOS 11meses	PRVA

Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

En el periodo de recuperación a valores constantes la inversión realizada se puede recuperar en 4 años 1 mes, mientras que en el periodo de recuperación a valores actualizados la inversión se va a recuperar en 4 años 11 meses.

5.07.05 Punto de equilibrio

"El estudio se basa en la asunción de que el costo total y el ingreso total para una fábrica son funciones lineales de la cantidad de producción, dentro de un periodo determinado (usualmente un mes o un año)." (Johnston & Madrigal, 1977, págs. 15-51)

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	11.181,00
Gastos de Ventas	380,00
Gasto Financiero	384,11
TOTAL COSTO FIJO	**11.945,11**
Precio de Venta	**3,75**
Costo Variable Unitario	**0,59**

$$\textbf{P.E.} = \frac{CF}{p - Cvu} = \frac{11.945,11}{3,16} = \textbf{3.776 Unidades}$$

$$\textbf{P.E.} = 3.776 \times 3,75 = \textbf{14.160,23 Ventas}$$

ESTADO DE RESULTADOS

VENTAS	**14.160,23**
Costo Variable	2.215,13
Margen de Contribución	11.945,11
Costos Fijos	11.945,11
Utilidad / Pérdida	-

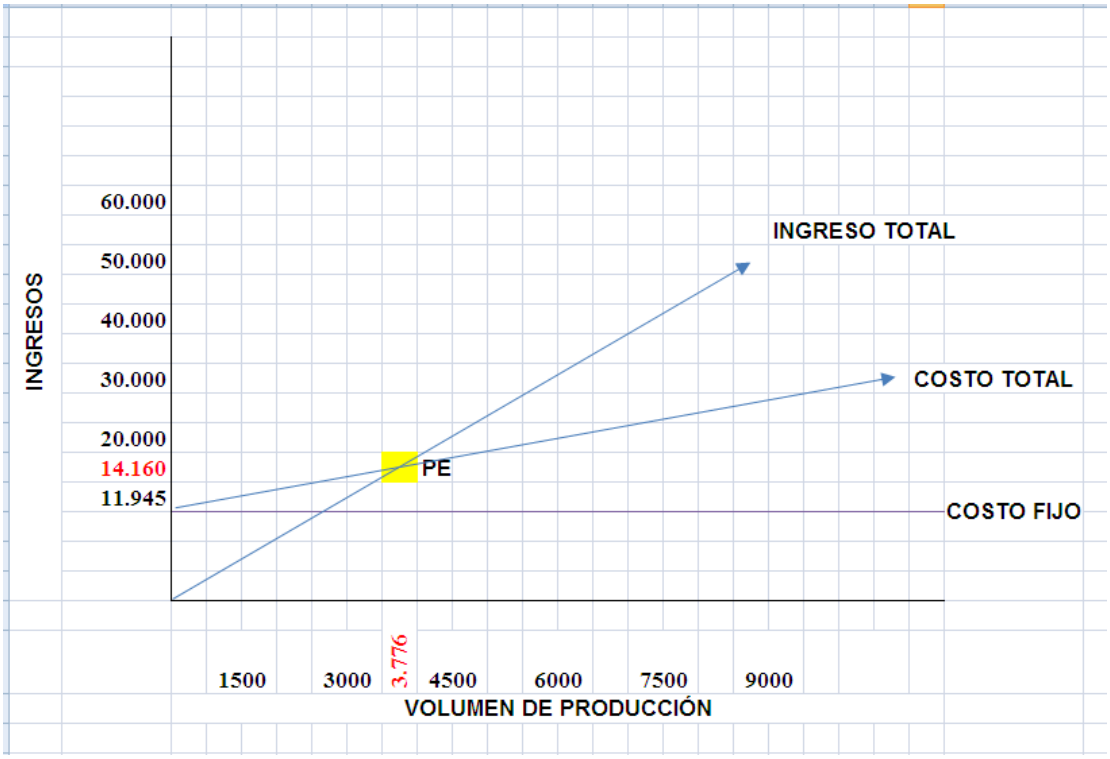


Grafico 31- *Punto de Equilibrio*
Fuente: *Investigación propia*
Elaborado por: *Cynthia Catagña*

Según el cálculo del punto de equilibrio se deberá producir 3776 unidades de tabletas de chocolate y se deberá tener en ventas 14.160,63 para no tener pérdidas ni ganancias.

5.08 Índices Financieros

Son muy importantes ya que reflejaran datos que serán muy utilices para la empresa.

5.08.01 Índice de Liquidez

"Refleja la capacidad de la empresa para cumplir sus compromisos a corto plazo." (ALIDE, 1979, pág. 2)

INDICE DE LIQUIDEZ

$$\textbf{R.L.=}\ \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costo de ventas}}$$

$$\textbf{R. L. =}\ \frac{45.732,67}{33.431,60}$$

R. L. = 1,37

Se puede determinar que la empresa Delicatessen en el fututo si podrá contraer obligaciones a corto plazo ya que por un dólar de endeudamiento tiene 1.37 dólares para pagar sus deudas.

5.08.02 Índice de Endeudamiento

"Mide el grado y la forma en que participan los acreedores en el financiamiento de una empresa." (Miranda, Gestión de proyectos identificación formualación, evaluación financiera-económica-social-ambiental, 2005, págs. 1-2)

INDICE DE ENDEUDAMIENTO

$$\textbf{ENDEUDAMIENTO =}\ \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}\ \textbf{x}\ 100\%$$

$$\textbf{ENDEUDAMIENTO =}\ \frac{4056,18}{20438,67}\ \textbf{x}\ 100\%$$

ENDEUDAMIENTO = 19,85

La empresa Delicatessen tiene una capacidad de pago muy alta por lo que si se le recomienda e endeudarse.

5.08.03 R.O.A (Retorno sobre los activos)

"El rendimiento de los activos y la rentabilidad de las inversiones son dos medidas básicas y tradicionales. Estas medidas ayudan a dar a los inversionistas las herramientas para comparar entre las empresas, los proyectos y las divisiones de la producción. " (Juma´h, 2015, pág. 131)

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

$$\textbf{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

$$\textbf{R.O.A} = \frac{302,57}{9.245,16}$$

$$\textbf{R.O.A} = 0,03$$

Mediante la fórmula del R.O.A la rentabilidad de la empresa sería de 0.03.

5.08.04 R.O.E (Rendimiento sobre el patrimonio)

"Esta razón la obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista." (Aching & Aching, pág. 28)

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO

$$\textbf{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\textbf{R.O.E} = \frac{302,57}{16.382,49}$$

R.O.E = 0,02

La empresa va a generar una rentabilidad de 0.02% a favor de los accionistas.

CAPITULO VI

6. Análisis de Impactos

"El análisis de Impacto debe enfocarse en el contexto de los productos o servicios proporcionados por la organización." (Gaspar Martinez, 2004, p. 56)

6.01 Impacto Ambiental

En la ejecución de este proyecto el impacto ambiental serán mínimos, ya que la empresa será absolutamente responsable con el ambiente.

Para minimizar el impacto la microempresa utilizará:

- Fundas reciclables
- Tendrá extractor de olores
- Todos los materiales que ya no se utilicen serán colocados en los basureros correspondientes, (amarillo verde, azul).

- Todo el material reciclable se entregara a centros que recojan dichos materiales.

6.02 Impacto Económico

El análisis del impacto económico sirve para verificar si la inversión tendrá como resultado negativo o positivo, en donde se utilizará los diferentes indicadores financieros para determinar si el proyecto será viable o no.

Este proyecto se encuentra enfatizado en el Plan Nacional del Buen Vivir ya que el gobierno actual se encuentra apoyando a la creación de microempresas, y a su vez generara fuentes de empleo en el sector.

6.03 Impacto Productivo

En el impacto productivo, la microempresa tendrá un resultado positivo, ya que aportara al Cambio de la Matriz Productiva, en donde se utilizara recursos nacionales que cumplan con los estándares de calidad y así evitar las importaciones, los cuales se transformaran en productos terminados de buena calidad.

6.01.04 Impacto Social

El impacto social que genere la microempresa será positivo, ya que generara fuentes de empleo en el sector de la Mitad del Mundo, contratando a un personal capacitado que pueda ejercer correctamente las funciones del cargo que se requiere.

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones

- Para la implementación de esta microempresa se han realizado estudios donde muestran que este proyecto si es viable ya que los habitantes de la Mitad de Mundo donde se ubicará este proyecto mostraron una aceptación de 64.98% por lo que es muy bueno, aparte de que el gobierno está apoyando a los emprendedores por lo que es un factor positivo para la implementación de la microempresa, a la vez que se piensa brindar fuentes de empleo y así ayudar a la comunidad.
- El tiempo que se demorará en recuperar la inversión será de 4 años y 1 mes, lo que se considera un buen tiempo, por lo que al terminar los 5 años los estudios arrojaron que si se tendrá rentabilidad.
- Para la producción de las tabletas de chocolate con chocho se ha realizado un estudio profundo para seleccionar los mejores proveedores que cumplan con

varios requisitos, uno de los más importantes es el de ser ecuatorianos para poder así ayudar a la transformación de la matriz productiva, y así ofrecer a la demanda un producto de buena calidad y sobre todo que cumpla con la misión de la microempresa.

- Los estudios realizados en este proyecto dieron resultados positivos, por lo que es rentable la implementación de este proyecto ya que si tendrá rentabilidad en el futuro.
- La microempresa aportara de manera positiva en el sector económico, ya que ofrecerá fuentes de empleo y así se reducirá el desempleo en el sector determinado.

7.02 Recomendaciones

- Realizar una buena inversión en la materia prima para elaborar productos de primera calidad, realizando convenios con los diferentes distribuidores de la materia prima.
- Innovar constantemente empaque del producto para tener la atracción de los clientes.
- Mantener buenas relaciones personales, tanto interno como externo, realizando diversos programas para tener una buena integración.
- Aplicar buenas estrategias de marketing-mix para atraer a más clientes y para que la empresa siga creciendo en el mercado.
- Es importante capacitar a los trabajadores tanto a la atención a clientes como el manejo de la maquinaria.

ANEXOS

PUBLICIDAD

Página en Facebook

Chochos
Chocolate

hocolate

MAQUINARIA

Rellenadora y raspadora neumática single shape

Empacadora automática con balanza inteligente electrónica

Cocineta eléctrica portátil de dos hornillas potentes

Samsung - máquina registradora er-380m / er-380f / er-380rk

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Computadora

Impresoras canon mg2510 con sistema de tinta continua

MUEBLES

Vitrina

Escritorio

Sillas

BIBLIOGRAFÍA

Abascal, E., & Iidefonso Grande, E. (2005). *Análisis de encuestas.* Madrid: ESIC Editorial.

Aching, C., & Aching, J. *RATIOS FINANCIEROS Y MATEMÁTICOS DE LA MERCADOTECNIA.*

Aguirre, J. A. (1981). *Introducción a la Evaluación Economica Y Financiera de Inversiones.* Costa Rica: Guillermo Marín.

Alarcon, E. (2011). *Planificación de la investigación agropecuaria.* Mexico.

Alcarria, J. (2008/2009). *Contabilidad Financiera I.* Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume.

ALIDE. (1979). *Curso Internacional sobre preparacion y evaluacion de proyectos de credito rural.* Colombia: Ministerio de Agricultura.

AMBIENTE, M. D. (s.f.). *PREFECTURA DEL GUAYAS*. Recuperado el 09 de Julio de 20156, de PREFECTURA DEL GUAYAS: http://www.guayas.gob.ec/medioambiente/licencia-ambiental

Arjona Torres, M. (1999). *Dirección Estratégica un Enfoque Práctico.* Madrid.

Arnoletto, E. J., & Díaz, A. C. (s.f.). *eumed.net*. Recuperado el 13 de Julio de 2016, de eumet.net: http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/550/La%20gestion%20operativa.htm

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos.* Mexico: Mc Graw Hill.

Baldeón, M. (01 de agosto de 2013). Científicos revelan propiedades médicas del chocho.

Ballou, R. H. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministros.* México: Pearson Educación.

Banco Central del Ecuador. (2015). *Estadísticas Macroeconómicas.* Quito.

Barcia Ruiz, W. (12 de 07 de 2012). *Educándonos en el Ámbito Económico*. Recuperado el 01 de 07 de 2016, de Educándonos en el Ámbito Económico: http://ambitoeconomico.blogspot.com/2012/07/la-inflacion-en-el-ecuador.html

BCE. (s.f.). *Banco Central del Ecuador.* Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Banco Central del Ecuador: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Bernal Niño, M. (2004). *Contabilidad, Sistema y Gerencia.* Caracas: CEC S.A.

Bigné, E., Font, X., & Simó, l. (2000). *Marketing de destinos turisticos: análisis y estrategias de desarrollo.* Madrid: ESID editorial.

Brock, H., & Earl, C. (1987). *Contabilidad: principios y aplicaciones.* Barcelona: Reverté S.A.

Casado Díaz, A. B., & Sellers Rubio, R. (2006). *Dirección de marketing: Teoría y Práctica.* San Vicente: Editorial ECU.

Casado Díaz, A. B., Parreño, J., & Ruiz Díaz, E. (2008). *Dirección comercial: instrumentos de marketing.* Editorial Club Universitario.

Castro, D., & Aja, J. L. (2006). *Organización y control de obras.* Gráficas calima S.A.

Checa, E. J., & Portillo, J. A. (2015). *Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios o microempresas.* ic editorial.

COMISIÓN TÉCNICA DE CONSUMO, NUTRICIÓN Y SALUD ALIMENTARIA.,(CT). (2013). *LEY ORGÁNICA DE CONSUMO,NUTRICIÓN Y SALUD ALIMENTARIA.* QUITO.

Convenio, S.-I. (1988). *Taller Para la Preparacion de Proyectos de Inversion.* Mexico.

Cooper, B., Floody, B., & Mc Neill, G. (2002). *Cómo iniciar y administrar un restaurante.* Colombia: Norma S.S.

Costaguta, M. B. Chocolate. En M. B. Costaguta, *Chocolate* (pág. 8). Albatros.

Coyuntura, E. (05 de Diciembre de 2011). *Coyuntura Económica*. Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Coyuntura Económica: http://coyunturaeconomica.com/tasas-de-interes/tasas-de-interes

Cuatrecasas Arbós, L. (2012). *El Producto, análisis de valor.* Madrid: Diaz de Santos.

Cuatrecasas, L. (2012). *La producción Procesos. Relación entre productos y procesos.* Madrid: Diaz de Santos.

Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos del Marketing: teoría y experiencia.* Buenos Aires: Ptinted in Argentina.

eco-finanzas. (s.f.). *eco-finanzas*. Recuperado el 21 de Octubre de 2016, de eco-finanzas: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GASTOS_DE_VENTA.htm

ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, D. Y. (Marzo de 2016). *Indicadores de pobreza 2016*. Recuperado el 03 de Julio de 2016, de Indicadores de pobreza 2016: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Marzo_2016/Presentacion_pobreza_0316.pdf

Especialidad, A. G. (2006). *Cuerpo de Gestión Administrativa* . España: MAD S.L.

Esquivel, G., & Muñoz, M. (2007). *Macroeconomía: versión para Lationoamérica* (Vol. Sétima). México, México: Pearson educacion.

Everett E., A. J., & Ebert, R. J. *Administración de la producción y las operaciones: conceptos, modelos y funcionamiento.* México.

Fernandez Esponoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera.* Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Fernández Martín, M. T. (2014). *Descubrimos la empresa en edades tempranas.* Marpadal Interactive Media, S.L.

Fernández Nogales, Á. (2004). *Investigación y técnicas de mercado.* Madrid: ESIC Editorial.

Gabriel Baca Urbina. (2001). *Evaluación de Proyectos* . México : McGraw Hill.

GABRIEL BACA URBINA., (. (2001). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS.* México, D.F.: McGraw-Hill .

Gutierrez, A. (Agosto de 2010). *Ecuador Actual.* Recuperado el 05 de Julio de 2016, de Ecuador Actual: http://wwwpoliticasdeecuador.blogspot.com/2010/08/aspectos-politicos-de-ecuador.html

Guzmán Vásquez, D., & Romero Cifuentes, T. (2005). *Contabilidad Finanicera.* Bogotá: Javegraf.

Hamilton, M., & Pezo Paredes, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados.* Colombia: Convenio Andres Bello.

Hernández, B. (2000). *Bolsa y Estadística Bursátil.* Madrid: Díaz de Santos.

Hernandez, F. y. (2001). *Metodología de la Investigación.* México: Mc Graw Hill.

Iborra, M., Dolz, C., Carmen, F., & Angels, D. (2014). *Fundamentos de Dirección de Empresas.* España.

IEPI. (29 de Septiembre de 2014). *Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*. Recuperado el 09 de Julio de 2016, de Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual: http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/

IESS. (s.f.). *Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social: https://www.iess.gob.ec/en/web/guest/inst-quienes-somos

INEC. (2013). *Análisis y Proyección de la Población Económicamente Activa (PEA).* Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Análisis y Proyección de la Población Económicamente Activa (PEA):

file:///C:/Documents%20and%20Settings/Windows%20XP/Mis%20documentos/Downloads/Analisis+y+Proyeccion+de+la+Poblacion+Economicamente+Activa+(PEA)+del+Ecuador.pdf

INIAP. (2013). *Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias*. Obtenido de http://www.agricultura.gob.ec/iniap-investigo-propiedades-nutritivas-del-chocho-alternativa-para-una-mejor-alimentacion/

INIAP, D. N. (2013). *INIAP investigó propiedades nutritivas del chocho, alternativa para una mejor alimentación*. Obtenido de http://www.agricultura.gob.ec/iniap-investigo-propiedades-nutritivas-del-chocho-alternativa-para-una-mejor-alimentacion/

Instituto Nacional de Estadística y Censos, (. (Diciembre de 2013). *ANUARIO DE ESTADÍSTICAS VITALES NACIMIENTOS Y DEFUNCIONES 2013*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Nacimientos_Defunciones/Publicaciones/Anuario_Nacimientos_y_Defunciones_2013.pdf

Jiménez, F., & Espinoza, C. L. (2007). *Costos Industriales.* Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Johnson, G., Sholes, K., & Wittinttong, R. (2006). *Dirección Estratégica.* Mexico: Person Educación.

Johnston, T. D., & Madrigal, L. G. (1977). *Metodología para el estudio del punto de equilibrio aplicada a una fábrica de chips y harina de yuca en San Carlos de Alajuela, Costa Rica.* Costa Rica: Biblioteca del IICA-CIDIA.

José de Gregorio., (. (2007). *Macroeconomía Teoría y Políticas.* Santiago de Chile: Pearson .

Juma´h, A. (2015). *Introducción a la Contabilidad para la Toma de Decisiones .* Área de Innovación y Desarrollo. S.L.

Koontz, & otros, y. (2008). *Administración una perspectiva global.* Mexico: Mac Graw Hill.

Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing.* México: Pearson Educacion.

Laura Fischer y Jorge Espejo., (. J. (2004). *Mercadotecnia.* Mc Graw Hill.

Lawrence J. Gitman y Chad J. Zutter. (2012). *Principios de Administración Financiera.* México: Pearson.

Leiva Bonilla, J. C. (2007). *Los emprendedores y la creación de empresas.* Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Macchia, J. L. (2005). *Cómputos, Costos y Presupuestos.* Argentina: Rosana Cabrera.

Marketing, P. C. (1994). *El PLan de negocios.* España: Diaz de Santos.

Martinez Pedros, D., & Mila Gutiérrez, A. (2012). *Metas estratégicas.* Madrid: Diaz de Santos.

Meza, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos.* Bogotá: ecoe ediciones.

Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos identificación formualación, evaluación financiera-económica-social-ambiental.* Bogotá: Guadalupe Ltda.

Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera.* Bogotá: Guadalupe ltda.

Mujica, S.-E. J. (2006). Botánica Económica de los Andes Centrales. En S.-E. J. Mujica. La Paz.

NASSIR SAPAG CHAIN., (. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN Formulación y Evaluación.* Santiago de Chile: Pearson.

Orteño, J., & Valverde, M. Á. *Archivo y Comunicación- Formación Profesional Básica.*

Ortiz González, J. (17 de Noviembre de 2014). *Finanzas y Proyectos.* Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Finanzas y Proyectos: http://finanzasyproyectos.net/tasa-de-interes-pasiva-y-activa/

Palacios, H. (2006). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera.* Perú: Fondo Editorial.

Pol, A. (2005). *Secretos de Marcas, Logotipos y avisos publicitarios.* Ayacucho: editorial Dunken.

PROYECTO DE DESARROLLO AGRICOLA EN TRES AREAS PRIORITARIAS BAJO RIEGO. (1988). Santo Domingo R.D.

Quintanilla Pardo, I., Berebguer, G., Gómez Borja, M. Á., & Mollá Descals, A. (2014). *Comportamiento del consumidor.* Barcelona: Eureca Media S.L.

QUITO, B. (s.f.). *BOMBEROS QUITO*. Recuperado el 2016 de Julio de 2016, de BOMBEROS QUITO: http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6

Rivas, J. A., & Grande, E. (2013). *Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategia de marketing.* Madrid: ESIC Editorial.

Sanchez, L. G. (03 de Mayo de 2016). *Alternópolis.* Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Alternópolis: http://alternopolis.com/factor-social-determinante-para-impulso-de-la-lectura-orbile/

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo., (. (2012). *Revolución Productiva a través del conocimiento y el talento humano.* Quito: Ediecuatorial.

Servicios de Rentas Internas. (01 de 01 de 2014). Obtenido de http://www.sri.gob.ec/zh_TW/67

Social, I. I. (2006). *Guía para la presentación de proyectos.* México: Made in México.

Spencer, M. (1993). *Economía comtemporánea.* México: REVERTE S.A.

SRI. (s.f.). *SRI*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de SRI: http://www.sri.gob.ec/web/guest/67

Superintendencia de Bancos, D. S. (s.f.). *Superintendencia de Bancos.* Obtenido de Superintendencia de Bancos: http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2

Tanaka, G. (2005). *Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones.* Perú: Fondo Editorial 2005.

Trinidad, M. A. (2005). *Precios Unitarios.* Cuandacán, Tabasco: ISBN.

Varo, J. (1994). *Gestión estrategica de la calidad en los servicios sanitarios.* España.

Vasquez, V. H. (2009). *Organización aplicada.* Quito: Gráficas Vasquez.

Vélez Pareja, I. (2003). *Decisiones empresariales bajo riesgo e incertidumbre.* Bogotá: norma.

Welsch, H. &. (2004). *El Proceso Administrativo.* Mexico: Prentice Hall.

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CYNTHIA.docx (D23383107)
Submitted: 2016-11-16 17:35:00
Submitted By: chinastefa27@hotmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

URKUS-PROYECTO-1-7.docx (D19695205)
FERNANDA AREVALO PROYECTO VELAS LED.pdf (D23253621)
PROPUESTA.docx (D12652189)
http://www.soberaniaalimentaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/Propuesta-Ley-Consumo-Final.pdf
http://www.proz.com/kudoz/spanish_to_english/law_general/5554826-permiso_de_funcionamiento_de_bomberos.html
https://es.scribd.com/doc/39692423/Analisis-y-Proyeccion-de-La-Poblacion-Economicamente-Activa-PEA-Del-Ecuador
http://www.agricultura.gob.ec/iniap-investigo-propiedades-nutritivas-del-chocho-alternativa-para-una-mejor-alimentacion/

Instances where selected sources appear:

12