



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE UBICADO EN RANCHO
BAJO DMQ.”**

ESTUDIANTE: DANIELA QUIROZ

PROMOCIÓN: 35 AEQ “4”

QUITO – ECUADOR

Constancia de aprobación del Tutor/a

En mi calidad de tutor del proyecto:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE UBICADO EN RANCHO BAJO DMQ, presentado por el Sra. Daniela Jacqueline Quiroz Hidalgo, para optar por el título de Tecnólogo en **ADMINISTRACION DE EMPRESAS**, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 31 días del mes de Julio del 2020

Tutor: Diego Andrade

FIRMA DE LA TUTOR
No. C.C.

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

En mi calidad de autor estas ideas y argumentos investigados son responsabilidad exclusiva del mismo, autorizo al Instituto Tecnológico Superior Honorable Consejo Provincial de Pichincha para la utilización del mismo solo para fines educativos.

EL AUTOR:

Daniela Jacqueline Quiroz Hidalgo
CI: 1719795393

DEDICATORIA

Todo este esfuerzo lo dedico con mucho amor a mi hijo, a mi esposa, a mis queridos padres, hermanos; los cuales me han apoyado en este arduo camino hacia el cumplimiento de mis objetivos, y quienes comparten mi anhelo de superación profesional, contribuyendo con su ayuda a que culmine con mi meta.

Daniela Quiroz

RESUMEN

Nuestro proyecto está enfocado en crear una empresa especializada en la elaboración y comercialización de chocolate con variedad de rellenos: trozos de frutas, frutos secos, gomitas saborizadas, malvavisco, etc. Además, se podrá realizar figuras personalizadas que signifiquen atracción al consumidor, fomentando la imagen de confianza en el consumidor y que nuestros productos no se perciban como caros, elaborando con chocolate de calidad.

La producción del chocolate se realizará en Rancho Bajo del DMQ. Como también se dará a conocer por su página oficial en Facebook, Instagram. Y se realizarán entregas a domicilio. El producto está enfocado para ser comercializado en fiestas, reuniones sociales, detalle de cumpleaños y todo tipo de evento.

ÍNDICE

Constancia de aprobación del Tutor/a	I
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	II
DEDICATORIA	III
RESUMEN	IV
Planteamiento del problema	1
Objetivos	1
Objetivo General	1
Objetivos específicos	1
Justificación	2
CAPÍTULO I	3
FUNDAMENTACIÓN TEORICA	3
1.1 Marco Teórico	3
1.2. Marco conceptual	6
Fundamentación teórica	6
CAPÍTULO II	10
ESTUDIO DE MERCADO	10
2.1. Metodología utilizada	10
Diseño de la encuesta	11
2.2. Resultado de la investigación	14

2.3. Análisis de la demanda	27
2.4. Análisis de la oferta.....	28
2.5. Análisis de precio	29
CAPÍTULO III.....	30
ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL.....	30
3.1. Localización del proyecto.....	30
3.2. Proceso de producción.....	31
Empacado	32
3.3. Constitución del negocio.....	33
3.4. Filosofía empresarial	37
Misión.....	37
Visión.....	37
Valores	37
Imagen corporativa.....	38
3.5. Estrategia Comercial	39
3.6. Análisis de viabilidad ambiental.....	40
CAPITULO IV	41
4.1. Inversión – Capital de trabajo.....	41
Inversión	41
4.2. Proyección de costos, gastos e inversión	42

Costo del Material	42
Activo fijo	42
Presupuesto insumos	42
Activos fijos	42
Capital de trabajo	43
Presupuesto personal	43
Proyección de gastos del proyecto	44
4.2.1. Estudios financieros proyectados	44
4.3. Evaluación Financiera (VAN, TIR)	45
VAN	45
TIR	45
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES	47
Bibliografía	48

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figure 1 Género	14
Figure 2 Edad.....	15
Figure 3Te gusta el chocolate	16
Figure 4Prefiere el chocolate negro o blanco	17
Figure 5 Le gusta el chocolate relleno	18
Figure 6 Relleno chocolate	19
Figure 7 Frecuencia consumo	20
Figure 8 Frecuencia de compra.....	21
Figure 9 Donde compra	22
Figure 10 chocolate personalizado	23
Figure 11 Para qué ocasión lo compra.....	24
Figure 12 Presentación.....	25
Figure 13 Bases de datos	26
Figure 14Análisis de la demanda.....	27
Figure 15Descripción del producto.....	29
Figure 16 localización.....	30
Figure 17Derretir el chocolate	31
Figure 18 Vertir el chocolate en el molde.....	31
Figure 19 Relleno.....	31
Figure 20 Congelar el chocolate	32
Figure 21 Tipos de empaçado	32
Figure 22 Permisos de funcionamiento	33
Figure 23 Logo.....	38

Figure 24 Inversión inicial	41
Figure 25 Costo Material	42
Figure 26 Insumos	42
Figure 28 Gastos de Producción	43
Figure 27 Gastos Administrativos	43
Figure 29 Gasto Constitución	43
Figure 30 Presupuestos Sueldos	43
Figure 31 Proyección de Gastos	44
Figure 32 Proyección financiera	44
Figure 33 Van	45
Figure 34 TIR.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

Table 1 Género.....	14
Table 2 Edad.....	15
Table 3Te gusta el chocolate.....	16
Table 4Prefiere el chocolate negro blanco.....	17
Tabla 5Le gusta el chocolate relleno.....	18
Table 6 Relleno chocolate.....	19
Table 7 Frecuencia consumo.....	20
Table 8 Frecuencia de compra.....	21
Table 9 Donde compra.....	22
Table 10 chocolate personalizado.....	23
Table 11 Para qué ocasión lo compra.....	24
Table 12 Presentación.....	25
Table 13 Bases de datos.....	26
Table 14 Productos competidores.....	28

Planteamiento del problema

¿La escasez de productos con figuras personalizadas con chocolate de primera para eventos sociales y día festivos en el Distrito Metropolitano de Quito, genera la necesidad de crear un producto innovador; los chocolates con varios rellenos con figuras personalizadas para cada evento?

Objetivos

Objetivo General

Determinar la viabilidad para la creación una empresa comercializadora de chocolate con figuras personalizadas en el Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos específicos

- Establecer el marco teórico conceptual que va a servir para base del trabajo.
- Indagar fuentes primarias y secundarias para sustentar teóricamente la investigación.
- Realizar un estudio de mercado utilizando técnicas de recolección de información para ubicar el mercado objetivo.
- Diseñar la estructura organizacional interna de la microempresa, para un adecuado funcionamiento.
- Analizar a través de un estudio económico-financiero la viabilidad del negocio y disminuir riesgos de inversión.

Justificación

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de chocolate con figuras personalizadas con relleno de gomitas, trozos de fruta, malvaviscos, fruto secos etc. Esta empresa justifica la necesidad de ser creada, ya que la mayoría de eventos y empresas no contiene chocolates con figuras, por lo que nosotros queremos ofrecer la variedad de rellenos, el cual sea agradable al paladar del consumidor. Para conseguir nuestro principal objetivo, fomentaremos la imagen de confianza para el consumidor, y que nuestros productos no sean caros, pero sí de gran calidad.

Con la realización de este proyecto queremos aportar al desarrollo del barrio Rancho Bajo ubicado al norte de Quito, donde vamos a generar fuentes de empleo y a fortalecer las cadenas productivas presentes en esta comunidad, a nuestros empleados les ofreceremos un ambiente de trabajo apropiado con sueldos justos y capacitación permanente.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

1.1 Marco Teórico

La agricultura en el Ecuador tiene una importancia económica y geográfica; al ser una fuente de empleo para más del 30% de la Población Económicamente Activa (P.E.A.), distribuida en todo el Ecuador, sin embargo los niveles de ingreso de ésta población se ha visto cada vez más reducidos, debido a la competencia y sobre todo a las diferentes técnicas que actualmente los agricultores tienen que aplicar para optimizar de la mejor manera los recursos que poseen, sin embargo el costo del mismo es realmente significativo por lo que la mayoría opta por acceder a créditos bancarios propuestos por el gobierno actual, solución que la toman para mejorar el producto que ofrecen al mercado.

Ecuador es uno de los puntos más importantes para realizar negocios internacionales, varias empresas han reconocido lo valioso que es nuestro cacao, en este caso tenemos Nestlé que exporta 8 000 toneladas al año.

Ecuador ha sido reconocido internacionalmente como el mejor cacao por su valiosa característica en textura, aroma su color y además ha sido utilizadas para la preparación de chocolates finos.

En este de un emprendimiento se ha determinado que utilizar el chocolate ecuatoriano, va a dar un plus adicional a nuestra empresa como además de agregar un valor adicional, el cual resulte ser el factor determinante para que nuestro producto se sitúe en el mercado en una posición importante, la cual nos permitirá competir con las grandes empresas chocolateras del país.

Estudio de factibilidad: según (GESTIOPOLIS) Estudio de factibilidad es el Análisis que se le realiza a las empresas para determinar si el negocio es rentable o no, aquí podemos armar nuestras estrategias de negocio y sea viable.

El estudio de factibilidad se divide en las siguientes etapas:

- Estudio Administrativo
- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Legal
- Estudio Ambiental
- Estudio Financiero

Estudio Administrativo. - consiste en determinar la planificación estratégica, estructura organizacional, definir el talento humano y procesos administrativos que necesita una empresa para su establecimiento.

Estudio de Mercado. - es un proceso sistemático que permite conocer las necesidades y gustos de los clientes, analizar la competencia, lanzar o mejorar un producto o servicio y ubicar en una plaza adecuada la empresa.

Estudio Técnico. - Consiste en hacer un análisis y determinar los aspectos necesarios para producir eficientemente un bien o un servicio, los elementos que se analiza en un estudio de mercado son: tamaño, localización óptima del proyecto, tecnología, maquinaria, materia prima y procesos.

Estudio Legal. - Son normas o leyes bajo las cuales se regulan actividades para ejecución del proyecto.

Estudio Ambiental o Impacto social. - las condiciones socio ambientales del Barrio Rancho Bajo hacen necesario este proyecto debido a que se brinda un servicio de seguridad y entretenimiento dentro del sector, dando un aporte al desarrollo local.

Estudio Financiero. - permite realizar una evaluación económica de los recursos que se necesitan para llevar a cabo un proyecto, el objetivo del estudio financiero es analizar la capacidad que tiene una empresa para ser sustentable, viable, y rentable en el tiempo.

Para desarrollar la investigación vamos a utilizar diversos tipos de investigación científica.

- Bibliográfica. – se debe obtener la información sustentada de libros, internet o revistas que nos contribuyan en nuestro proyecto. .
- Exploratoria. – se debe explorar la investigación con variedad de unidades de observación.
- Descriptiva. – Se debe realizar un análisis para describir los resultados de nuestro proyecto.

1.2. Marco conceptual

Fundamentación teórica.

La administración. – Según el artículo Cuida Tu futuro (SOLIDARIO , 2008). La administración nos ayuda a supervisar, ejecutar, organizar y planificar las actividades de la empresa.

Principales funciones:

- Planificar: Nos ayuda a determinar cómo debe ir alineado las estrategias para llegar a las metas propuestas.
- Organizar: Debemos saber colocar nuestros recursos y optimizarlos de la mejor manera en nuestra empresa.
- Dirigir y controlar: Se debe dar apoyo y a la vez programar las actividades para cumplir con las metas.
- Evaluar y corregir: Se debe realizar evaluaciones de desempeño para saber las debilidades de nuestro negocio y de nuestro personal para saber corregirlo.

Nuestra administración debe ser efectiva y por este motivo debemos tener claro cuales con nuestros recursos, saber cómo distribuirlos y crear las mejores estrategias que no lleven a que nuestra empresa sea rentable. Nuestras líneas de supervisión deben otorgar seguridad y confianza brindar apoyo, utilizar esta forma es efectiva ya que los recursos producen más con este apoyo.

Microempresa. – Según, (SOLIDARIO , 2008). Microempresa es creada para vender productos o servicios que buscan satisfacer las necesidades del consumidor.

Actividades de la microempresa:

- Productiva: La materia prima se convierte en productos.
- De servicios: Se aplica conocimientos y busca satisfacer las necesidades del consumidor.
- De comercio: En este caso se compra y se vende los productos.

Finanzas: En el caso de la creación de una empresa las finanzas se relacionan con el capital que se va a invertir en el negocio.

Producción: La materia prima se la transforma en productos.

Equipo de trabajo: Se debe tratar con respeto a nuestros empleados ya que ellos son el reflejo de nuestra empresa.

Comercialización: Para lograr con la comercialización de nuestro producto debemos conocer cuál son las necesidades de nuestros clientes, para nuestra empresa es importante porque, si se cubre la necesidad del cliente podemos comprar y seguir vendido o de lo contrario se cierra la empresa.

Emprendimiento. Según (CONCEPTOS) Para realizar un proyecto de emprendimiento debe existir una persona que enfrente el desafío y tenga la determinación para abrir la nueva empresa.

Las características que debe tener el emprendedor son: Innovadora, creativa, perseverante, la capacidad de asumir riesgos etc.

Marketing. – Según, (CYBERCLICK) El marketing nos ayuda a estudiar el mercado en la que nuestros clientes se encuentran, nos ayudan a analizar donde se puede hacer la publicidad de nuestro producto con la finalidad de atraer a nuestros clientes y que puedan comprar y satisfacer su necesidad.

Las 4 Ps son las estrategias de marketing.

- Producto o servicio: el producto se lo realiza trasvés de la necesidad de nuestro consumidor
- Punto de venta o distribución (Plaza): El punto de venta debe ser estratégico donde haya afluencia de clientes y fácil acceso.
- Precio: El precio debe estar acorde al mercado
- Promoción: Aplicando la promoción nos ayuda a aumentar nuestras ventas.

Chocolate. – Según (DEFINICIONABC). Es un producto procesado del cacao el cual es de agradable sabor que dependiendo la calidad de pureza el valor en el mercado puede ser alto.

Azúcar. – Según (ECURED). Es un producto procesado de la caña el cual se utiliza para poder endulzar cualquier tipo de alimento o bebida.

Moldes. – Según (ECURED). Es un recipiente que sirve para dar la forma deseada a cualquier contenido.

Cuchara de madera. – Según (GUIA DE LA COCINA). Utensilio de cocina de madera cuyo propósito es para mezclar y poder degustar cualquier tipo de alimento.

Frutos secos. – Según (DEFINICIÓN FRUTOS SECOS). Son frutas que carecen de jugo en su interior y se rodean de una cascara dura carente de líquido.

Gomita. – Según (EDUCALINGO). Son dulces de caramelo masticable elaborados a base gelatina y saborizantes los cuales pueden venir en varias formas y colores.

Chocolate blanco. - Es un producto procesado del cacao para su fabricación se utilizar manteca de cacao, mezclado con azúcar y leche en polvo.

Chocolate con leche. – Es un producto procesado del cacao que para su fabricación se utiliza manteca de cacao, azúcar y leche en polvo.

Fermentación. – Es un proceso que elimina la baba del cacao, la cual que nos da los aromas y sabor del chocolate. (VIVA EL CACAO)

TIR.- Es un indicador que nos ayudar a validar la rentabilidad de la empresa con la tasa interna de retorno (TIR) La tasa interna de retorno (TIR).

VAN .- es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Metodología utilizada

El diseño aplicado responde a la investigación aplicada, porque a más de hacer una revisión bibliográfica, también se aplicará técnicas e instrumentos que están alineados a la investigación científica que se clasifican en; Exploratoria, Descriptiva, Bibliográfica.

Tipos de investigación

- Exploratoria. - Se exploraron las condiciones necesarias y suficientes para la realización de la investigación con las diferentes unidades de observación
- Descriptiva. – Es el análisis de los datos para describir los diferentes resultados en sus respectivos análisis e interpretaciones, basadas en el marco teórico.
- Bibliográfica. – Para fines investigativos podemos apoyarnos en fuentes confiables como revistas, internet, y libros.

2.1.1. Diseño de la investigación

Diseño de la encuesta

Género

- Masculino
- Femenino

Edad

- menor a 25 años
- entre 25 a 40 años
- mayor a 40 años

Le gusta el chocolate

- Si
- No

¿Prefiere el chocolate blanco o negro?

- Si
- No

Le gusta el chocolate relleno:

- Si
- No

¿Qué tipo de relleno es de su preferencia para el chocolate?

- Malvaviscos
- frutos secos
- gomitas
- trozos de frutas

¿Cuántas veces a la semana consume chocolate?

- Dos o tres veces a la semana
- Todos los días
- Una vez por semana
- Ocasionalmente

¿Cuántas veces en el año compra chocolates rellenos?

- Una vez por semana
- Una al mes
- Una por trimestre
- Una por semestre
- Una al año

¿En dónde acostumbra comprar chocolates rellenos?

- Centros comerciales
- Delicatesen
- Panaderías
- Supermercado
- Tienda
- Otros

¿Le gustaría recibir un chocolate personalizado?

- Si
- No

Cuando usted compra chocolate relleno lo compra para:

- Consumo personal
- Regalo

Qué presentación es su preferencia para chocolates rellenos

- Figuras Geométricas
- Animales
- Corazones
- Otros

¿Le gustaría que le incluyéramos en la nuestra base de clientes para ofrecerle chocolates personalizados?

- Si
- No

2.2. Resultado de la investigación

Género

Table 1 Género

GENERO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Hombre	103	54.50 %
Mujer	86	45.50 %
Total general	189	100.00 %

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Género

189 respuestas

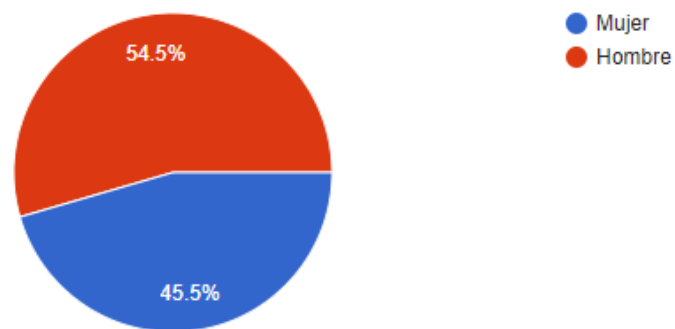


Figure 1 Género

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Edad

Table 2 Edad

EDAD	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
entre 25 a 40 años	150	79.4%
mayor a 40 años	25	13.2%
menor a 25 años	14	7.4%
Total general	189	100%

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Edad

189 respuestas

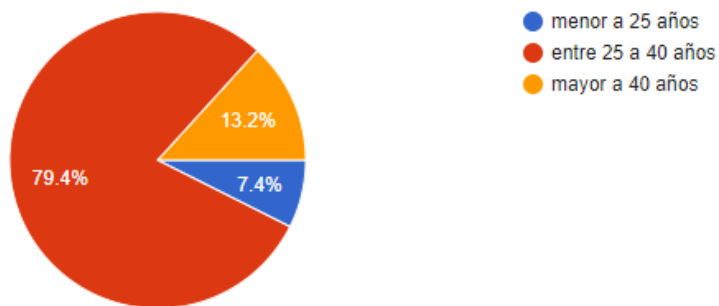


Figure 2 Edad

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

1. ¿Le gusta el chocolate?

Table 3 Te gusta el chocolate

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
No	7	3.7%
SI	182	96.3%
Total general	189	100%

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Le gusta el chocolate ?

189 respuestas

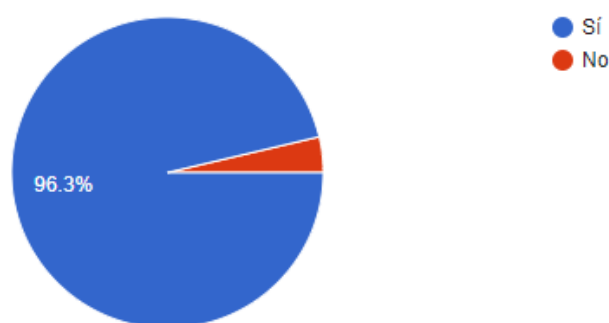


Figure 3 Te gusta el chocolate

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿te gusta el chocolate?

El 96.3% contestó que, si le gusta el chocolate, esta respuesta es primordial ya que vemos que el proyecta es rentable, mientras que el 3.7 % nos dio a conocer que no le gusta el chocolate.

2. ¿Prefiere el chocolate negro o blanco?

Table 4 Prefiere el chocolate negro blanco

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
ambos	60	31.7%
blanco	56	29.6%
negro	73	38.6%
Total general	189	100%

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

¿Prefiere el chocolate blanco o negro ?

189 respuestas

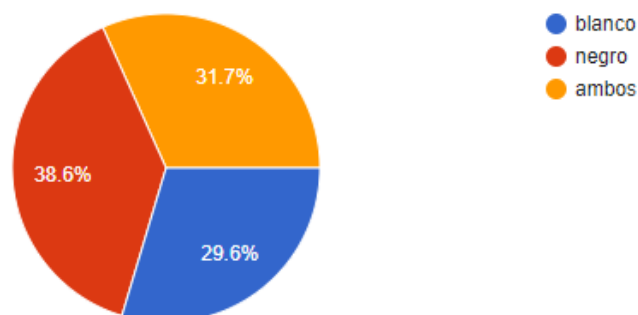


Figure 4 Prefiere el chocolate negro o blanco

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿prefiere el chocolate negro o blanco? El 29.6% contestó que, si le gusta el chocolate blanco, mientras que el 38.6% contestó que le gusta el chocolate negro y un margen de 31,7 % nos indica que le gustan ambos, esta respuesta es primordial ya que vemos los gustos de nuestros clientes.

3. ¿Le gusta el chocolate relleno?

Tabla 5 Le gusta el chocolate relleno

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
No	46	24.3 %
SI	143	75.7 %
Total general	189	100 %

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Le gusta el chocolate relleno

189 respuestas

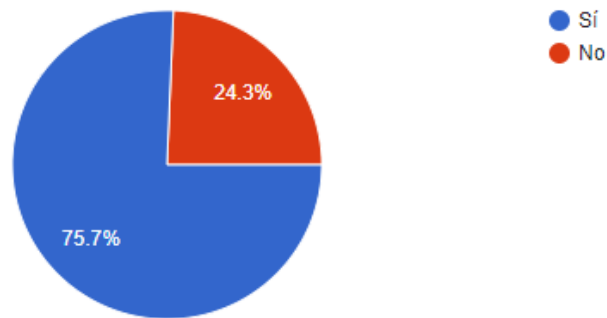


Figure 5 Le gusta el chocolate relleno

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿te gusta el chocolate relleno? El 75.7% contestó que, si le gusta el chocolate relleno, esta respuesta es primordial ya que vemos los gustos de los clientes , mientras que el 24.3 % nos dio a conocer que no le gusta el chocolate relleno.

4. ¿Qué tipo de chocolate relleno es de tu preferencia?

Table 6 Relleno chocolate

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Frutos secos	61	32.3%
Gomitas	35	18.5%
Malvavisco	10	5.3%
otros	50	26.5%
Trozos de frutas	20	10.6%
Vacio	13	6.9%
Total general	189	100%

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Que tipo de relleno es de su preferencia para el chocolate ?

176 respuestas

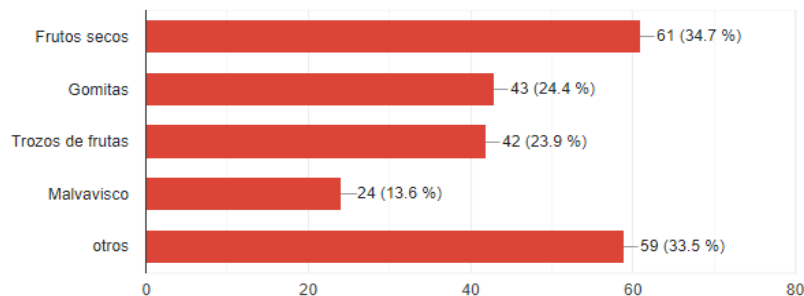


Figure 6 Relleno chocolate

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿Qué tipo de relleno es de su preferencia para el chocolate? El 34.7% contestó que, si le gusta el chocolate con relleno de frutos secos, el 24.4% le gusta el chocolate con relleno de gomitas, el 23.9% le gusta el chocolate con relleno de trozos de frutas, el 13.6 % le gustan los chocolates con malvaviscos, esta encuesta nos dio a conocer que nuestros rellenos van a ser solicitados por nuestros clientes.

5. ¿Cuántas veces a la semana consume chocolate?

Table 7 Frecuencia consumo

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Dos o tres veces a la semana	37	19.6%
Ocasionalmente	59	31.2%
Todos los días	10	5.3%
Una vez por semana	47	24.9%
No responde	36	19%
Total general	189	100%

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Cuántas veces a la semana consume chocolate?

189 respuestas

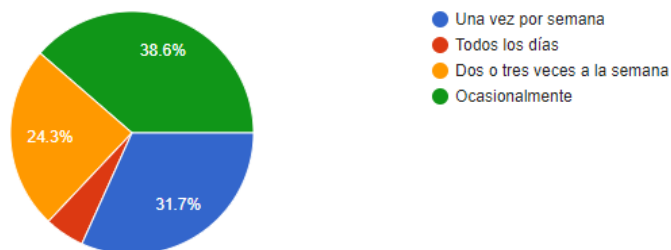


Figure 7 Frecuencia consumo

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿Cuántas veces a la semana consume chocolate? El 38.6% nos dio a conocer que lo consumen ocasionalmente ya que nuestros productos están enfocados en festividades.

6. ¿Cuántas veces en el año compra chocolate relleno?

Table 8 Frecuencia de compra

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Una al año	34	18.0
Una al mes	44	23.3
Una por semestre	16	8.5
Una por trimestre	26	13.8
Una vez por semana	33	17.5
No responde	36	19.0
Total general	189	100

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Cuántas veces en el año compra chocolates rellenos
189 respuestas

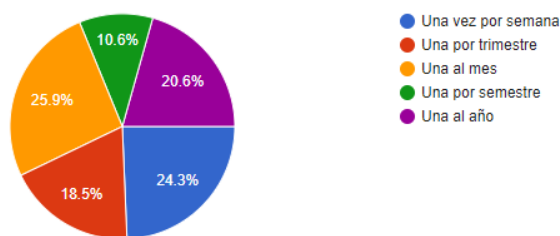


Figure 8 Frecuencia de compra

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿Cuántas veces en el año compra chocolate relleno? El 25.9% nos indica que consume el chocolate relleno una vez por mes, esto nos indica la frecuencia que cliente puede comprar nuestro producto.

7. ¿En donde acostumbre comprar chocolate relleno?

Table 9 Donde compra

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Centros comerciales	28	14.8
Delicatesen	4	2.1
Otros	10	5.3
Panaderias	3	1.6
Supermercado	74	39.2
Tienda	34	18.0
No responde	36	19.0
Total general	189	100.0

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

¿En donde acostumbra comprar chocolates rellenos?

189 respuestas

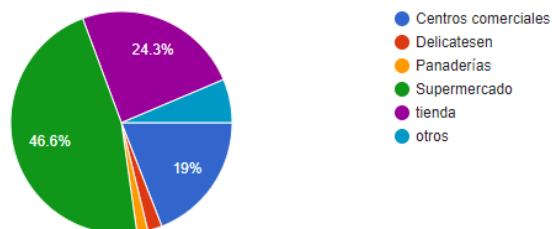


Figure 9 Donde compra

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿En dónde acostumbra comprar el chocolate relleno? El 46.6 % contestó que lo compra en los supermercados, esto nos indica la frecuencia en donde los compra para poder realizar nuestro estudio de mercado.

8. ¿Le gustaría recibir chocolate personalizado?

Table 10 chocolate personalizado

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
No	16	8.5
No responde	36	19.0
SI	137	72.5
Total general	189	100.0

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

¿Le gustaría recibir un chocolate personalizado?
189 respuestas

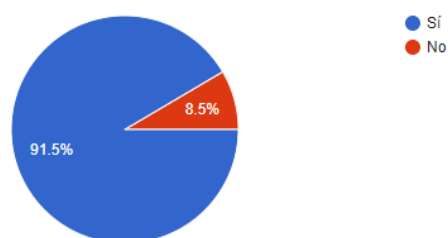


Figure 10 chocolate personalizado

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿Le gustaría recibir un chocolate personalizado? El 91.5% contestó que, si le gusta el chocolate le gustaría recibir un chocolate personalizado, esto nos quiere decir que a la mayoría de nuestro futuros clientes les gustaría comprar nuestro producto.

9. ¿Cuándo usted compra chocolate relleno lo compra para?

Table 11 Para qué ocasión lo compra

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Consumo personal	105	55.6 %
Regalo	48	25.4 %
No responde	36	19 %
Total general	189	100 %

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Cuando usted compra chocolate relleno lo compra para:

189 respuestas

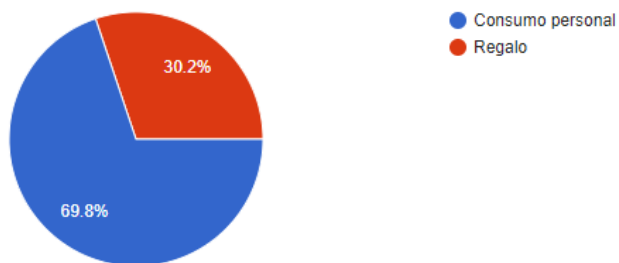


Figure 11 Para qué ocasión lo compra

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿Cuándo usted compra chocolate relleno lo compra para? El 69.8 % contestó que lo compran para consumo personal esto nos indica que debemos enfocarnos en realizar productos para consumo personal.

10. ¿Qué presentación es de su preferencia en los chocolates?

Table 12 Presentación

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Animales	9	4.8 %
Corazones	27	14.3 %
Figuras Geometricas	48	25.4 %
otros	69	36.5 %
No responde	36	19 %
Total general	189	100 %

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Qué presentación es su preferencia para chocolates rellenos

189 respuestas

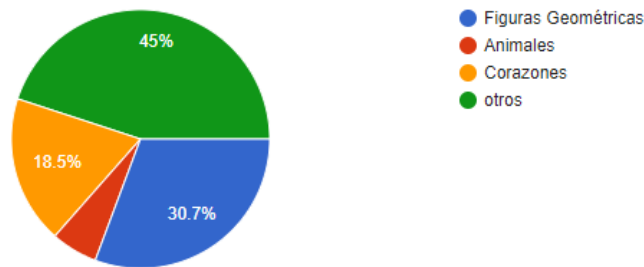


Figure 12 Presentación

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

Análisis: Según los resultados obtenidos con respecto a la pregunta, ¿Qué presentación es su preferencia para los chocolates rellenos? El 45% contestó otros, esto quiere decir que debemos incrementar las figuras para el chocolate.

11. ¿Le gustaría que le incluyéramos en nuestras bases de datos para ofrecerle chocolates personalizados?

Table 13 Bases de datos

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
No	49	25.9 %
No responde	36	19 %
SI	104	55 %
Total general	189	100 %

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

¿Le gustaría que le incluyéramos en la nuestra base de clientes para ofrecerle chocolates personalizados?

189 respuestas

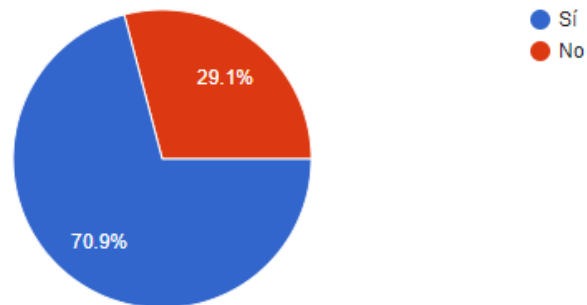


Figure 13 Bases de datos

Fuente: Google Drive encuesta

Autor: Daniela Quiroz

2.3. Análisis de la demanda

En Ecuador es de costumbre consumir, obsequiar chocolate artesanal, por eso Ízaro les ofrece un chocolate que contiene efectos saludables en nuestro organismo como también psicológicamente nos reconforta.

Ízaro ofrece chocolate con variedad de rellenos, frutos secos, malvaviscos, trozos de fruta y gomitas; Además de ofrecer chocolate personalizados con forma de animales, corazones y figuras geométricas.

Disponemos de chocolate negro y blanco, además de su fino aroma, nuestro chocolate es totalmente ecuatoriano y los entregamos con nuestras cajas personalizadas de acuerdo a cada ocasión.

El análisis de demanda ha sido obtenido a través de las encuestas realizadas en el sector, se tomó una muestra de 189 personas seleccionadas en función de las edades, la cual describiría fielmente a la población, esta encuesta está dirigida para hombres y mujeres que tengan entre 25 a 40 años de edad, que representan del 79.4 % y se trabajará en función con las personas que le gustan el chocolate relleno que son el 75.7 % de la población de Rancho Bajo DMQ, se estima llegar a 10 000 habitantes de rancho bajo que tengan entre 25 a 40 años edad.

Tabla 5 Le gusta el chocolate relleno

PREGUNTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
No	46	24.3 %
SI	143	75.7 %
Total general	189	100 %

Figure 14 Análisis de la demanda

2.4. Análisis de la oferta

Nuestras competencias serían Confiteca, Nestlé, la Universal, Cyril, etc. estos serían nuestros mayores competidores ya que comercializan productos elaborados en base de cacao y los distribuyen a nivel nacional.

Table 14 Productos competidores

Competidor	Productos
Nestle	Nesquik , crunch, Galak, kitkat, Tango, Ecuateur, etc.
Confiteca	Chocotin,Sedan,American bonbones, chocolates con leche etc.
La universal	Manicho,Huevitos, Bombones, Cocoa, Choco choc
Ciryl	Bombones, made in love, Trufas,Figuras, tabletas

Fuente: Google

Autor: Daniela Quiroz

2.5. Análisis de precio

Para establecer los precios para los chocolates se han considerado factores como los resultados obtenidos en las encuestas, el precio de la competencia, los costos unitarios y el margen de ganancia. La forma de pago se podrá realizar mediante transferencia del valor del producto o pago en efectivo cuando se vaya a realizar la entrega.


Productos	Presentación	Valor	Descripción
Chocolates personalizados		\$6.00	Figuras de chocolate con relleno, 100 g de chocolate
tabletas		\$5	Chocolate con relleno, 100 g de chocolate
Bombones		\$5.50	Chocolate con relleno, 100 g de chocolate
Huevos de pascua		\$ 5,30	Huevo de pascua con lleno, 100g de chocolate

Figure 15 Descripción del producto

Autor: Daniela Quiroz

2.5.1. Estrategia de comercialización

- Se realizará promociones en las que se oferten unidades gratis de acuerdo al volumen de compras.
- Se realizará publicidad en diferentes medios de comunicación como Facebook, Instagram, WhatsApp.
- Se incrementará nuevos diseños en cuanto a la imagen del producto.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL

3.1. Localización del proyecto

Nuestra empresa Ízaro estará ubicada en un lugar estratégico de Rancho Bajo del DMQ, específicamente frente a la parada de buses del corredor Noroccidental El Manantial. Este sitio ha sido elegido por la facilidad de parqueo y amplitud de sus avenidas lo cual permiten el ingreso y salida sin dificultad de nuestras instalaciones a los clientes que requieran adquirir nuestro producto.



Figure 16 localización

3.2. Proceso de producción

Para producir una caja de chocolates de 6 unidades, se utilizará 100g de chocolate que se colocará en baño maría para fundir el chocolate, una vez derretido se cocina a fuego lento y esperamos que repose un tiempo estimado de 8 minutos.



Figure 17 Derretir el chocolate

Después de obtener el resultado vamos a vertir en el molde llenándolo hasta la mitad para poder colocar el relleno que puede ser, frutos secos, malvaviscos, gomitas, trozos de frutas u otros.



Figure 18 Vertir el chocolate en el molde



Figure 19 Relleno

Después de colocar nuestro relleno vamos a verter el chocolate hasta llenar el molde, vamos a colocar nuestro molde con nuestra combinación al refrigerador por un tiempo estimado de 3 horas. Lo sacamos y empezamos a empacarlo para su posterior venta.



Figure 20 Congelar el chocolate

Empacado



Productos	Presentación	Valor	Descripción	Empaques
Chocolates personalizados		\$6.00	Figuras de chocolate con relleno, 100 g de chocolate	
tabletas		\$5	Chocolate con relleno, 100 g de chocolate	
Bombones		\$5.50	Chocolate con relleno, 100 g de chocolate	
Huevos de pascua		\$ 5,30	Huevo de pascua con lleno, 100g de chocolate	

Figure 21 Tipos de empackado

3.3. Constitución del negocio



Figure 22 Permisos de funcionamiento

Requisitos para la apertura de la empresa.

SRI

RUC Es otorgado por el SRI

- Copia de cédula a color vigente y Original
- Copia de la papeleta de votación y Original
- Planilla de servicios básicos donde se vaya abrir el negocio.
- Estados de cuenta se tarjetas o servicios que se encuentren al día de la empresa que va abrir el RUC.
- Contrato de arrendamiento o documento de la compra y venta del inmueble donde vaya hacer el negocio.
- Escritura inscrita en el registro de la propiedad, en caso de que sea comprado el inmueble.

Según el SRI (www.sri.gov.ec)

Municipio de Quito

Permiso de funcionamiento otorgado por Municipio

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Original o copia del Ruc
- Original o copia de la cédula de representante legal
- Original o copia de la papeleta de votación del representante legal
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos.
- Original o copia de la escritura de la constitución
- Certificado artesanal
- En caso de no ser su local debe presentar una carta notariada de autorización del dueño.
- Fotos del establecimiento

Según (PUBLICIDAD NUEVA) (www.sri.gov.ec)

Cuerpo de Bomberos

Permisos del cuerpo de bomberos

- Inspección
- Original o copia de cédula del representante legal.
- Original o copia del RUC
- Original o copia de la patente
- Copia del permiso del año anterior

(Para artesanos)

- Certificado de inspección
- Certificado artesanal
- Certificado del municipio
- Original o copia de cédula del representante legal
- Original o copia del RUC

Junta Nacional de defensa del Artesano

Para inscribirse como artesano requisitos:

- Formulario del artesano
- Una declaración juramentada
- Original o copia de cédula del representante legal
- Original o copia de papeleta de votación
- Una foto tamaño carné
- Sacar el tipo de sangre de la cruz roja
- Respaldo de pertenecer al gremio.

Según la (Junta Nacional de Defensa del Artesano Quito)

Ministerio de Salud

Permiso de Funcionamiento

- Formulario permiso de funcionamiento
- Certificado de inspección
- Original o copia del título profesional del representante legal
- Catálogos de productos
- Certificado de categoría otorgada por el ministerio de industrias y comercio.
- Croquis del local
- Mapa del local
- Certificado de manejo de alimentos
- Original o copia de la cédula del representante legal
- Original o copia de la papeleta de votación del representante legal
- Original o copia del RUC
- Original o copia del cuerpo de bomberos

3.4. Filosofía empresarial

Misión

Ser una empresa que brinde un servicio y producto de calidad en el barrio Rancho Bajo, garantizando la satisfacción de los clientes; con los mejores ingredientes, con precios competitivos, con personal altamente capacitado; contribuyendo con el medio ambiente tratando los desechos de una forma responsable.

Visión

En el 2025 llegar a ser la empresa de mayor reconocimiento en la producción y comercialización de chocolate personalizado con relleno en el DMQ.

Valores

Nuestros valores reflejan cómo somos y en qué creemos.

- Trabajo en equipo: Fomentamos la participación de todos para lograr un objetivo común.
- Mejora continua: Ser capaz de adaptarnos al mercado y estar en constante formación.
- Calidad: Búsqueda de la excelencia.
- Integridad: Ser transparentes.
- Puntualidad: Se establecerá un horario para la atención del cliente.

Imagen corporativa

Logo



Figure 23 Logo

Autor: Daniela Quiroz

Fuente: Logo maker

Slogan

“ChocolARTE para el alma”

3.5. Estrategia Comercial

Nuestro proyecto está enfocado en crear una empresa especializada en la elaboración y comercialización de chocolate con variedad de rellenos: trozos de frutas, frutos secos, gomitas saborizadas, malvavisco, etc. Además, se podrá realizar figuras personalizadas que signifiquen atracción al consumidor, fomentando la imagen de confianza en el consumidor y que nuestros productos no se perciban como caros, elaborando con chocolate de calidad.

La producción del chocolate se realizará en Rancho Bajo del DMQ. Como también se dará a conocer por su página oficial en Facebook, Instagram. Y se realizarán entregas a domicilio. El producto está enfocado para ser comercializado en fiestas, reuniones sociales, detalle de cumpleaños y todo tipo de evento.



3.6. Análisis de viabilidad ambiental

El proyecto se enfoca en cumplir los parámetros necesarios para el desarrollo sostenible ambiental, el cual radica en obtener el chocolate de proveedores que muestren el compromiso en cuidar el medio ambiente y desarrollar su negocio a favor de lucha en contra del comercio del cacao extraído directamente de las selvas tropicales; es decir, nuestros proveedores garantizan que poseen sus propias plantaciones de cacao y que de ahí se obtiene el producto para su proceso y posterior comercialización.

Además de ello el proyecto se enfoca en comercializar nuestros productos en empaques biodegradables los cuales aportaran a la no contaminación ambiental pre y post venta.

(CHOCOLATE ECOLOGICO)

CAPITULO IV

4.1. Inversión – Capital de trabajo

Después de una revisión en el presente proyecto se determina la viabilidad económica, mediante el estudio financiero, que permitirá conocer el capital de trabajo, los valores de inversión.

Inversión

Activos fijos

La empresa Ízaro requiere de \$ 18,575.00 dólares de inversión de capital propio o ajeno y los recursos que se requiere son los siguientes.

ACTIVO	VALOR ORIGINAL
Maquina de fondue	\$ 105.00
Utencillos de cocina	\$ 50.00
Moldes	\$ 150.00
Enfriador	\$ 400.00
Batidora	\$ 125.00
Cocina Industrial	\$ 250.00
Conexión a internet	\$ 45.00
Celulares	\$ 300.00
2 Equipos de computo	\$ 1,000.00
Muebles	\$ 3,000.00
Mesas y sillas	\$ 100.00
Rótulo	\$ 50.00
Constitución y permisos	\$ 3,000.00
TOTALES	\$ 8,575.00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10,000.00
TOTAL INVERSION	\$ 18,575.00

Figure 24 Inversión inicial

4.2. Proyección de costos, gastos e inversión

Costo del Material

Activo fijo

Los costos pueden variar dependiendo la calidad del material

Costo del Material	
Materiales	valor
Molde corazón	\$ 2.40
Molde animales	\$ 2.40
Molde figuras geometricas	\$ 2.40
Molde huevo de pascua	\$ 5.40
Molde Bombones	\$ 2.40
Espátula plasticas	\$ 15.00
Set de utensillos	\$ 30.00
Ollas	\$ 70.00
Vajilla	\$ 20.00
TOTAL Utensillos+Moldes	\$ 150.00

Figure 25 Costo Material

Presupuesto insumos

Activos fijos

Los materiales son de suma importancia debido a que son para la elaboración de los chocolates

Presupuesto Insumos	
Maquina de fondue	\$ 105.00
Enfriador	\$ 400.00
Batidora	\$ 125.00
Cocina Industrial	\$ 250.00
Celulares	\$ 300.00
2 Equipos de computo	\$ 1,000.00
Muebles	\$ 3,000.00
Mesas y sillas	\$ 100.00
Rótulo	\$ 50.00
TOTAL	\$ 5,330.00

Figure 26 Insumos

Gastos

Corresponden a los gastos de producción y administrativo de la empresa Ízaro.

Gastos de Producción Anuales	
Gastos	Valor
Mantenimiento equipos	\$ 500.00
Pago por internet	\$ 540.00
Gastos del personal	\$ 500.00
Servicios Básicos	\$ 400.00
otros	\$ 500.00
Total	\$2,440.00

Figure 28 Gastos de Producción

Gastos Administrativos	
Gastos	Valor
Papelería y suministros de oficina	\$ 960.00
Servicios Básicos administrativos	\$ 360.00
Gatos del personal	\$ 480.00
Contabilidad	\$1,200.00
total	\$3,000.00

Figure 27 Gastos Administrativos

Gasto Constitución

GASTO CONSTITUCIÓN	
Licencia de Municipio	\$20
Cuerpo de bomberos	\$39
Ministerio de Salud	\$30
Permiso de funcionamiento	\$60
TOTAL	\$149

Figure 29 Gasto Constitución

Capital de trabajo

Es un activo corriente y debemos considerar los sueldos, inventario, insumos, servicios.etc

Presupuesto personal

La empresa Ízaro necesita personal para poder cubrir la demanda de pedido y como es una empresa nueva se va a detallar el personal que se va a contratar a continuación:

CARGO	N° DE PERSONAS	SUELDO MES	SUELDO ANUAL	SUELDO ANUAL CON BENEFICIOS
Administrador	1	1000	12000	15600
Cocina	1	450	5400	7020
			Total anual en USD	22620

Figure 30 Presupuestos Sueldos

Proyección de gastos del proyecto

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos de producción por unidad	\$0.47	0.47	0.47	0.47	0.47
Unidades producidas	5,200	7,280	9,360	11,440	13,000
Gastos de producción en USD	\$2,440.00	\$3,416.00	\$4,392.00	\$5,368.00	\$6,100.00
TOTAL GASTOS DE PRODUCCION	\$2,440.00	\$3,416.00	\$4,392.00	\$5,368.00	\$6,100.00

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos administrativos por año	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
TOTAL ADMINISTRACION	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Publicidad anual	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Otros	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
TOTAL VENTAS	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,200.00
TOTAL	\$7,640.00	\$8,616.00	\$9,592.00	\$10,568.00	\$11,300.00

Figure 31 Proyección de Gastos

4.2.1. Estudios financieros proyectados

Se realizó el estudio financiero con una proyección de 5 años viendo la rentabilidad Ízaro en los primeros 5 años.

CUENTAS	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
VENTAS	\$ 114,840.00	\$ 158,064.00	\$ 209,868.00	\$ 255,952.00	\$ 290,700.00
(-) MATERIA PRIMA	\$ 31,260.00	\$ 43,068.00	\$ 57,216.00	\$ 69,804.00	\$ 79,350.00
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 83,580.00	\$ 114,996.00	\$ 152,652.00	\$ 186,148.00	\$ 211,350.00
GASTOS OPERACIONALES	\$ 30,260.00	\$ 31,236.00	\$ 32,212.00	\$ 33,188.00	\$ 33,920.00
(-) REMUNERACIONES	\$ 22,620.00	\$ 22,620.00	\$ 22,620.00	\$ 22,620.00	\$ 22,620.00
(-) GASTOS DE PRODUCCION	\$ 2,440.00	\$ 3,416.00	\$ 4,392.00	\$ 5,368.00	\$ 6,100.00
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 1,357.99	\$ 1,357.99	\$ 1,357.99	\$ 1,357.99	\$ 1,357.99
(-) INTERES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) DEPRECIACION ANUAL	\$ 757.99	\$ 757.99	\$ 757.99	\$ 757.99	\$ 757.99
(-) AMORTIZACION	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
(=) U.A.I.P	\$ 51,962.01	\$ 82,402.01	\$ 119,082.01	\$ 151,602.01	\$ 176,072.01
(-) IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES 34,55%	\$ 17,952.87	\$ 28,469.89	\$ 41,142.83	\$ 52,378.49	\$ 60,832.88
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 34,009.14	\$ 53,932.12	\$ 77,939.18	\$ 99,223.52	\$ 115,239.13
% de utilidad neta	29.61%	34.12%	37.14%	38.77%	39.64%

Figure 32 Proyección financiera

4.3. Evaluación Financiera (VAN, TIR)

VAN

$$\text{FACTOR DE DESCUENTO} = \frac{1}{(1 + 0,20)^n}$$

AÑOS	FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$ -18,575.00	1	\$ -18,575.00
1	\$ 35,367.13	0.833333333	\$ 29,472.60
2	\$ 55,290.11	0.694444444	\$ 38,395.91
3	\$ 79,297.17	0.578703704	\$ 45,889.56
4	\$ 100,581.51	0.482253086	\$ 48,505.74
5	\$ 128,982.15	0.401877572	\$ 51,835.03
TOTAL	\$ 380,943.05		\$ 195,523.85

Valor actual neto al 20 % \$ 195,523.85

VAN CON EXCEL \$ 195,523.85

Figure 33 Van

TIR

CALCULO DE LA TIR

	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)	Total
FLUJO NETO	\$ -18,575.00	\$ 35,367.13	\$ 55,290.11	\$ 79,297.17	\$ 100,581.51	\$ 128,982.15	\$ 380,943.05

TIR con excel 236.31%

INTERPRETACION DE LA TIR:

El proyecto es viable financieramente puesto que la TIR es superior a la tasa de descuento del VAN

Figure 34 TIR

CONCLUSIONES

De acuerdo con las fuentes investigadas se puede determinar la importancia del emprendimiento en la economía de un sector social, el cual busca satisfacer necesidades, por lo que se puede llegar a la conclusión que existe una necesidad latente dentro del sector de rancho bajo el cual carece este tipo de negocios, lo que representa una oportunidad a “Ízaro”..

De conformidad con el estudio de mercado realizado, se ha podido observar que la oferta de ventas de chocolate dentro del sector de Rancho Bajo es escasa, pues no existen este tipo de negocios, sin embargo, existe una gran demanda de alrededor del 90% por lo tanto, se presenta la oportunidad de establecer en el sector este emprendimiento.

Con la planeación estratégica desarrollada se ha determinado la estructura organizacional que tendría la nueva empresa, así como también los elementos de su direccionamiento estratégico como son la misión, visión, principios, valores y objetivos que deberán regir en el desenvolvimiento del negocio.

En el estudio financiero se pudo evaluar la viabilidad del proyecto de venta de chocolate relleno, con un resultado positivo en el respectivo análisis realizado, el cual arrojó valores importantes para continuar con el desarrollo de dicho emprendimiento en el sector de Rancho Bajo

RECOMENDACIONES

- Se recomienda poner mucho énfasis en el desarrollo de estrategias que generen otros ingresos como la venta de detalles personalizados, utilizando el producto ya desarrollado por Ízaro.
- Se recomienda la creación de fan page en Facebook, Instagram, lugar en el cual se dará a conocer un catálogo con nuestros productos y a facilidad de realizar los pedidos a través de estas plataformas digitales.
- Se recomienda Diseñar una página web con un sistema de sugerencias y recomendaciones con respecto al servicio para el mejoramiento continuo.
- De manera general se puede recomendar la implementación del proyecto ya que como se presentó en las conclusiones muestra resultados favorables

Bibliografía

CHOCOLATE ECOLOGICO. (s.f.). <https://www.terra.org/categorias/articulos/chocolate-justo-y-ecologico>. Obtenido de <https://www.terra.org/categorias/articulos/chocolate-justo-y-ecologico>

CONCEPTOS. (s.f.). <https://concepto.de/emprendimiento/>. Obtenido de <https://concepto.de/emprendimiento/>

Cuerpo de Bomberos de Quito. (s.f.).

CYBERCLICK. (s.f.). www.cyberclick.es/marketing. Obtenido de www.cyberclick.es/marketing

DEFINICIÓN FRUTOS SECOS. (s.f.). <https://definicion.de/frutos-secos/>. Obtenido de <https://definicion.de/frutos-secos/>

DEFINICIONABC. (s.f.). <https://www.definicionabc.com/general/chocolate.php>. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/chocolate.php>

ECURED. (s.f.). <https://www.ecured.cu/Az%C3%BAcar>. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Az%C3%BAcar>

EDUCALINGO. (s.f.). <https://educalingo.com/es/dic-es/gomita>. Obtenido de <https://educalingo.com/es/dic-es/gomita>

GESTIOPOLIS. (s.f.). www.gestiopolis.com. Obtenido de www.gestiopolis.com

GUIA DE LA COCINA. (s.f.). <https://www.guiadelacocina.com/utensilios/c/cuchara-de-madera.html>. Obtenido de <https://www.guiadelacocina.com/utensilios/c/cuchara-de-madera.html>

<https://www.terra.org/categorias/articulos/chocolate-justo-y-ecologico>. (s.f.). Obtenido de <https://www.terra.org/categorias/articulos/chocolate-justo-y-ecologico>

Junta Nacional de Defensa del Artesano Quito. (s.f.).

SOLIDARIO . (2008). <https://cuidatufuturo.com/administracion-funciones>. Obtenido de <https://cuidatufuturo.com/administracion-funciones>

VIVA EL CACAO. (s.f.). <https://vivaelcacao.com/glosario-55-terminos-de-cacao-y-chocolate-para-conocer/>. Obtenido de <https://vivaelcacao.com/glosario-55-terminos-de-cacao-y-chocolate-para-conocer/>

www.sri.gov.ec. (s.f.). www.sri.gov.ec. Obtenido de www.sri.gov.ec