UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE CREMA DE CACAO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, DE LA PROVINCIA DE ORELLANA PARA EL AÑO 2016"

Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial

AUTORA:

María Esperanza Vera De La Cruz

DIRECTOR

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación intitulado **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE CREMA DE CACAO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, DE LA PROVINCIA DE ORELLANA PARA EL AÑO 2016"**, elaborado por la postulante **María Esperanza Vera De La Cruz** previo a la obtención del Título de **INGENIERA COMERCIAL**, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, noviembre de 2017

Atentamente,

Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, María Esperanza Vera De La Cruz; declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo de expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional –Biblioteca Virtual.

Autora: María Esperanza Vera De La Cruz

Firma: _____

Cédula: 1311860694

Fecha: Loja, noviembre de 2017.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, María Esperanza Vera De La Cruz, declaro ser autora de la Tesis titulada: **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE CREMA DE CACAO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, DE LA PROVINCIA DE ORELLANA PARA EL AÑO 2016"** Como requisito para optar al Grado de: INGENIERA COMERCIAL: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 14 días del mes de Noviembre del dos mil diecisiete, firma la autora

FIRMA:
AUTORA: María Esperanza Vera De La Cruz
CÉDULA: 1311860694
DIRECCIÓN: Joya de los Sachas, Barrio Santa Rita, Calles: Av. los Fundadores y Av. La Academia
CORREO ELECTRÓNICO: mariaesper1989@yahoo.es
TELÉFONO: 062898-682 – 0988020472

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

- Ing. Edwin Hernández Quezada Mg. Sc. (Presidente)
- Ing. Víctor Anguisaca Guerrero MAE. (Vocal)
- Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc. (Vocal)

DEDICATORIA

Con cariño, dedico este proyecto a mi padre Dios por hacer realidad este anhelo, a mi familia, mis padres, mi esposo y mi querido hijo.

María Esperanza Vera De La Cruz

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a Dios y a la Universidad Nacional de Loja, al Plan de Contingencia, por darme la oportunidad de formarme como profesional y a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas, quienes compartieron sus conocimientos de manera oportuna.

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Carlos Rodríguez Armijos, Mgs. Director de Tesis, quien supo guiar la presente para culminar con éxito el trabajo de tesis.

María Esperanza Vera De La Cruz

a. TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE CREMA DE CACAO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, DE LA PROVINCIA DE ORELLANA PARA EL AÑO 2016”

b. RESUMEN

El Objetivo General en la presente es el determinar la viabilidad comercial de la propuesta de implementar una microempresa de Crema de Cacao para el cantón Joya de los Sachas de la provincia de Orellana. la misma que permitió la aplicación de distintos Métodos y Técnicas que la investigación permite realizar, como el Método Científico, Método Deductivo-Inductivo, Método Analítico - Sintético.

En el estudio de mercado realizado en la ciudad de Joya de los Sachas, con una muestra de 372 encuestas; tabuladas las encuestas se han analizado y se han inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la Demanda Potencial de 10.914 familias, una Demanda Real de 4.802, Demanda Efectiva de 94.122 libras de crema de cacao, La Oferta de 41.334 libras de crema cacao y la Demanda Insatisfecha de 52.788 libras de crema de cacao, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este producto.

La demanda insatisfecha refleja el mercado potencial que existe en la ciudad de Joya de los Sachas para este producto, con los siguientes resultados: Para el primer año de vida útil del proyecto la demanda

insatisfecha es de: 52.788 libras de crema de cacao, de los cuales la empresa estará en la Capacidad Instalada de ofrecer 41.600 libras de crema de cacao, pero atenderá 33.280 libras de cacao lo que representa la Capacidad Utilizada del proyecto, se utilizará máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.

Se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de procesos, las características de operatividad y gestión, requerimientos técnicos como equipos, instalaciones, muebles y enseres. Así mismo se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada, y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos como son el nivel legislativo, nivel asesor, nivel auxiliar y nivel operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron de pauta para implementar una buena organización.

Para la implementación de la empresa la inversión necesaria haciende a 40.849,37 dólares, con un capital propio de 20.849,37 dólares y un Crédito bancario de 20.000 dólares.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de 72.101,80 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente.

Para el presente proyecto la TIR es 51,93 %, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 2 años 10 meses y 9 días, para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos incrementados en un 20,24 % y disminuidos los ingresos en un 14,49 %, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Abstract

The General Objective in the present is to determine the commercial viability of the proposal to implement a Cocoa Cream micro-enterprise for the canton of Joya de los Sachas in the province of Orellana. the same that allowed the application of different Methods and Techniques that research allows to perform, such as the Scientific Method, Deductive-Inductive Method, Analytical - Synthetic Method.

In the market study conducted in the city of Joya de los Sachas, with a sample of 372 surveys; tabulated surveys have been analyzed and the results have been inferred to then perform the market analysis, determining the Potential Demand of 10,914 families, a Real Demand of 4,802, Effective Demand of 94,122 pounds of cocoa cream, The Offer of 41,334 pounds of cocoa cream and the unsatisfied demand of 52,788 pounds of cocoa cream, which allowed to determine that the project can and should be executed, by the results obtained in the analysis of the demand, supply and levels of commercialization of this product.

The unsatisfied demand reflects the potential market that exists in the city of Joya de los Sachas for this product, with the following results: For the first year of the project's useful life, the unsatisfied demand is: 52,788 pounds of cocoa cream, from the which the company will be in the Installed Capacity to offer 41,600 pounds of cocoa cream, but will cater for

33,280 pounds of cocoa which represents the Utilized Capacity of the project, will use appropriate machines and equipment, which will guarantee to obtain a quality product already moderate prices.

The project's engineering is developed by determining the process diagrams, operational and management characteristics, technical requirements such as equipment, facilities, furniture and equipment. Likewise, an administrative study was carried out determining as a Limited Liability Company, and with the functional organic structure at the hierarchical levels such as the legislative level, advisory level, auxiliary level and operational level, as well as the function manuals, organizational charts; that served as a guideline to implement a good organization.

For the implementation of the company, the necessary investment amounts to 40,849.37 dollars, with its own capital of 20,849.37 dollars and a bank loan of 20,000 dollars.

The financial evaluation presents the following results: According to the NPV of this project gives us a positive value of $ 72,101.80, which indicates that the project or investment is convenient.

For the present project, the TIR is 51.93%, this value being satisfactory for carrying out the project, the time that would be required to recover the original investment would be 2 years 10 months and 9 days, for the

present project, the sensitivity values are less than one, therefore the changes in costs increased by 20.24% and revenues decreased by 14.49%, that is, the project is not sensitive to these changes.

c. INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Joya de los Sachas, existe escasa creación de empresas debido a la falta de una adecuada investigación de estudios de inversión los mismos que garantizan a través de estrategias y planes un eficiente comportamiento del mercado y aseguren un adecuado desarrollo y rentabilidad empresarial, a la pobre visión empresarial, a la falta de fuentes de financiamiento a bajos intereses, al temor a invertir y fracasar, a la falta de aprovechamiento de los recursos.

En la provincia de Orellana si existe la materia prima necesaria la misma que se produce todo el año, la cual no es aprovechada en su totalidad, por la falta de explotación de la fruta, falta de visión empresarial, o de gente emprendedora, lamentablemente no existe una microempresa dedicada exclusivamente al procesamiento y comercialización de crema de cacao que es un alimento rico y saludable para los consumidores; además, la población no conoce las características saludables que les ofrece el cacao ya que este es un alimento rico en vitamina C, es una increíble fuente de fibras e incluso serotonina, al aprovechar este alimento se estará creando fuentes de trabajo, lo que determina mayores ingresos tanto para los trabajadores como para los empresarios emprendedores, determinado un mejor desarrollo social.

Tomando en consideración lo expuesto anteriormente, es imprescindible la creación de una empresa productora de crema de cacao y su comercialización en el cantón Joya de los Sachas, elaborados con materiales que brinden un producto de calidad y al mismo tiempo consumir primero lo nuestro.

Se plantea el Título de la investigación. Seguidamente se realiza un resumen de toda la tesis, con sus datos específicos, además se realiza el resumen traducido al inglés, se realiza la introducción de acuerdo a la estructura de la realización de la tesis.

Se propone un marco referencial, en el que se determina lo concerniente a las lavadoras, sus características y el consumo; además, se determina el marco conceptual de todos los conceptos relacionados con los proyectos de inversión. Posteriormente se realiza la aplicación de los Materiales y Métodos, que se aplicaron en la presente tesis, de ella se desprenden los Métodos y Técnicas que la investigación científica permite aplicar.

En los resultados se analiza el comportamiento del mercado tanto para los demandantes como los oferentes de mermelada, luego en la Discusión se realiza los cinco estudios como son, el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio administrativo, el estudio financiero y la evaluación económica.

Finalmente se plantean las conclusiones del trabajo, las recomendaciones en base a las conclusiones planteadas y la bibliografía y anexos de la presente investigación

d. REVISIÓN DE LITERATURA

Marco Referencial

Cacao

“El cacao fue utilizado en el -en sentido amplio- México prehispánico como moneda de cambio (en los intercambios comerciales entre los nativos). Es por ello que la palabra *Cacahuatl* tiene su origen en el verbo comprar, que se dice en el náhuatl o mexicano Cohua, nitla- (se admite también la forma Coa, nitla-).” (Mathes, 2010, pág. 17)

Nutrición y beneficios de salud

Mathes (2010), manifiesta que los granos de cacao contienen:

- 54% manteca de cacao
- 11.5% proteínas
- 9% celulosa
- 7.5% almidón y pentosanos
- 6% taninos
- 5% agua
- 2.6% oligoelementos y sales
- 2% ácidos orgánicos y esencias

- 1.2% teobromina
- 1% azúcares
- 0.2% cafeína

El cacao contiene además muchas sustancias importantes (se estima unas 300) como la anandamida, arginina, dopamina (neurotransmisor), epicatequina (antioxidante), histamina, magnesio, serotonina (neurotransmisor), triptófano (esencial para suscitar la liberación del neurotransmisor serotonina), feniletilamina (FEA), polifenoles (antioxidantes), tiramina, salsolinol y flavonoides. (Mathes, 2010, pág. 18)

Marco Conceptual

Proyectos de Inversión

Cohen (2010), considera que

> Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo y definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada.

> En la valoración económica pueden existir elementos perceptibles por una comunidad como perjuicio o beneficio, pero que al momento de su ponderación en unidades monetarias, sea imposible o altamente difícil materializarlo. En la economía contemporánea se hacen intentos, por llegar a aproximarse a métodos de medición que aborden los elementos cualitativos, pero siempre supeditados a una apreciación subjetiva de la realidad. (Cohen, 2010, pág. 25)

> No contemplar lo subjetivo o intangible presente en determinados impactos de una inversión puede alejar de la practica la mejor recomendación para decidir, por lo que es conveniente intentar alguna metódica que insértelo cualitativo en lo cuantitativo. (Cohen, 2010, pág. 25)

Estudio del Mercado

Definición

Ettiger (2011), manifiesta que “Un mercado es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo y que podrán estar dispuestos a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor.” (pág. 30),

“El tamaño del mercado depende del número de personas que muestren una necesidad, tengan recursos que interesen a la otra parte y estén deseando intercambiar estos recursos por los que ellos desean. En esta parte del estudio es necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: Precio, calidad, canales de comercialización publicidad, plaza, promoción, etc. Todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en el mercado”. (Ettiger, 2011, pág. 30)

“El mercado es considerado como al lugar en que convergen las fuerzas de la oferta y demanda para llevar a efecto operaciones de traspaso de dominio de bienes o servicios cuyo valor está determinado por el precio”, según (Ettiger, 2011, pág. 30).

Ettiger (2011), considera que “en ambos casos teniendo como agente regular al precio; al mismo que se lo concibe como la cantidad de unidades monetarias a pagar por un bien o servicio.” (pág. 30),

“Una vez realizado el análisis de oferta y demanda, se podrán hacer estimaciones del precio esperado de los productos a lo largo de la vida útil del proyecto. En cuanto a los insumos y materias primas es necesario conocer los diferentes demandantes, no solo a nivel de otros productores del bien o servicio que genere el proyecto, sino también de todos aquellos que hagan uso de ellos.” (Ettiger, 2011, pág. 31)

Ettiger (2011), manifiesta que “es necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, obliga a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuánto, a quién, cómo y dónde se venderá el producto o servicio.” (pág. 31),

Además Ettiger (2011), manifiesta que “Es importante establecer la disponibilidad presente y futura de los distintos insumos y materias primas, tanto en el mercado local y regional; y buscar posibles alternativas de sustitución”. (pág. 31),

“En el caso de la empresa de producción de alfajores, el objetivo aquí es estimar las ventas. Lo primero es definir la producción de alfajores: ¿Qué es?, ¿Para qué sirve?, después se debe ver cuál es la demanda de alfajores, a quién lo compra y cuánto se compra.” (Ettiger, 2011, pág. 31)

“Una vez determinada la demanda, se debe estudiar la OFERTA, es decir, la competencia de venta de alfajores, cuántas empresas que comercializan o venden alfajores de maicena existen, si se importa de otros lugares, se debe hacer una estimación de cuanto de oferta. De la oferta y la demanda se definirá cuánto será lo que se oferte y a qué precio, éste será el presupuesto de ventas.” (Ettiger, 2011, pág. 32)

Ettiger (2011), considera que “Conocer la demanda de alfajores de maicena es uno de los requisitos más importantes de mercadeo, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los alfajores de maicena y a qué precio. En el análisis de la demanda se deben estudiar aspectos tales como:

Los tipos de consumidores a los que se quiere vender los alfajores de maicena segmentados geográficamente, demográficamente y psicográficamente”. (pág. 32),

Objetivos del estudio de mercado

Acosta (2010), manifiesta que:

> Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. El

> estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada. (pág. 37),

Por otra parte Acosta (2010), manifiesta que cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

Elementos del estudio de mercado

Información base (IB).- Adolfo (2010)**,** dice que

> La constituyen los resultados provenientes de fuentes primarias y que han sido recogidos mediante diferentes instrumentos de investigación (encuestas, entrevistas, guías de observación, etc. y

con diferentes técnicas (muestreo, constatación física, observación, etc.). Para la recolección de esta información es importante destacar que: para las entrevistas, la observación y la constatación física se hace necesario elaborar una guía que oriente sobre los aspectos claves que se desea conocer y cuyo aporte es fundamental para el proyecto. (pág. 51)**,**

Además Acosta (2010) manifiesta que de igual manera, Para el tamaño de la muestra se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionará mejor información que un tamaño pequeño de ella, la validez de la misma está en función de la responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los investigadores; por otro lado el aplicar un mayor número de encuestas siempre requerirá la utilización de mayor tiempo y recursos. (pág. 51)**,**

Para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar una de las siguientes formulas:

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

$$n = \frac{N}{1 + N\ e^{2}}$$

Donde:

n = *Tamaño de la muestra*

N = *Población total*

e = *Error experimental*

P = *Probabilidad de éxito*

Q = *Probabilidad de fracaso*

Mercado demandante.

Malhotra (2011), dice que “En esta parte debe enfocarse claramente quienes serán los consumidores o usuarios del producto, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado en función de: sexo, edad, ingresos, residencia, educación, etc.” (pág. 99).

Análisis de la demanda.

“Este estudio permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto. En un proyecto puede suceder que la demanda este cubierta en función de la cantidad, no así en cuanto a la calidad o el precio, por lo tanto seguirá existiendo la necesidad y por consiguiente la oportunidad para un nuevo proyecto.” (Reyes, 2011, pág. 81)

“Se concibe a la demanda como la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado.

> El análisis de la demanda busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado." (Reyes, 2011, pág. 81)

A la demanda se la debe considerar desde varios puntos de vista como son:

Demanda Potencial. Sapag (2011), manifiesta que "Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado."

Demanda Real. Sapag (2011), considera que "Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado."

Demanda Efectiva.- Sapag (2011), dice que es "La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo."

Consumo Per cápita

Es una locución de origen latino de uso actual que significa literalmente ‘por cada cabeza’ (está formada por la preposición per y el acusativo plural de caput, capitis ‘cabeza’), esto es, ‘por persona’ o ‘por individuo’. Al estar castellanizada la expresión, se escribe en redonda, sin cursivas ni comillas y según las normas de acentuación del español. (Adolfo, 2010)

Estudio de la oferta.

Terry (2010), manifiesta que “La oferta es considerada como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado”.

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental el conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc.; su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc. (Terry, 2010, pág. 101)

Para determinar las cantidades o volúmenes de la oferta existente o para proyectarla se puede utilizar los mismos métodos utilizados para el estudio de la demanda.

Clases de oferta: Las más utilizadas y que juegan papel fundamental en el mercado son:

- De libre mercado, en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.
- Oligopólica, en la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.
- Monopólica, en la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto.

Demanda Insatisfecha. Sapag (2011), manifiesta que “Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.”

Plan de comercialización.

Ettiger (2011), manifiesta que “La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.” (pág. 51)

Es importante conocer que para la comercialización se utilizan los canales de distribución los cuales están concebidos como el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en función del cual se puede incrementar su valor. (Ettiger, 2011, pág. 51)

Existen varios canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas de cada uno de ellos son las siguientes: (Ettiger, 2011, pág. 51)

Producto.- Acosta (2011)**,** manifiesta que "Cualquier elemento tangible o intangible que puede ofrecerse a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo." (Pág. 9)

Precio.- Blanco (2010), sobre el Precio considera que "El precio de un bien es su relación de cambio por dinero, esto es, el número de unidades monetarias que se necesitan obtener a cambio una unidad del bien". (Pág. 21)

Plaza.- Blanco (2010), sobre la Plaza considera que "Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto". (Pág. 21)

Es importante porque permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. Así mismo porque es parte esencial en el funcionamiento de una empresa. Se puede estar produciendo el mejor artículo en su género y al mejor precio, pero si no se cuenta con los medios adecuados para que llegue al cliente en forma eficaz, esa empresa irá a la quiebra. (Blanco, 2010, Pág.22)

Promoción.- Blanco (2010), sobre la Promoción considera que "Tiene que ver con el sistema de difusión y consecución de la aceptación del producto por parte de los consumidores." (Pág. 23).

Estudio técnico.

Definición

Acosta (2010), manifiesta que "Tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos". (pág. 76)

Tamaño y localización

Tamaño

Acosta (2010), considera que "Es la relación de la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de

funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.” (pág. 77)

Para determinar el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de mano de obra, etc.

El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto. (Acosta, 2010, pág. 62)

Capacidad instalada.

Acosta (2010), dice que

> Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo. (pág. 65),

Capacidad utilizada

Acosta (2010), considera que “Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado.” (pág. 65),

Localización

Adolfo (2010), dice que

> Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado. (pág. 39),

Microlocalización

Adolfo (2010), considera que “En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.” (pág. 39),

Macrolocalización

Adolfo (2010), manifiesta que “Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos”. (pág. 80)

Factores de localización

Constituyen todos los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto. (Adolfo, 2010, pág. 82)

Ingeniería del proyecto

Tiene como función acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a

todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario. (Adolfo, 2010, pág. 82)

Componente Tecnológico.

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura. La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no deberá ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso, ya que; se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva. (Adolfo, 2010, pág. 83)

Infraestructura Física.

Adolfo (2010), dice que

> Se relaciona con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las

actividades en la fase operativa. Debe contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión. (pág. 84)

Distribución en planta.

Adolfo (2010), considera que “La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.” (2010, pág. 84)

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos:

- Control, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.
- Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.
- Distancia, el flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.
- Seguridad, toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.

- Espacio, el espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.
- Flexibilidad, la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo requieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.
- Globalidad, la distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente.” (Adolfo, 2010, pág. 90)

Proceso de producción.

Describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno. Posteriormente debe incluirse el flujograma del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando .las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc. (Rosemberg, 2010, pág. 11)

Diseño del producto

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él

para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencias de los demandantes, entre ellos se tiene: (Rosemberg, 2010, pág. 11)

- Presentación,
- Unidad de medida,
- Tiempo de vida, etc.

Flujograma de Proceso

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujogramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y su secuencia lógica. (Rosemberg, 2010, pág. 12)

El flujograma hace más fácil el análisis de un proceso para la identificación de:

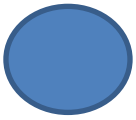
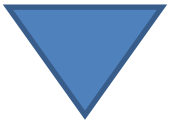
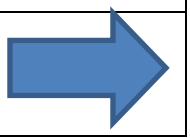
Las entradas de proveedores; las salidas de sus clientes y de los puntos críticos del proceso.

Símbolos:

“El flujograma utiliza un conjunto de símbolos para representar las etapas del proceso, las personas o los sectores involucrados, la secuencia de las operaciones y la circulación de los datos y los documentos.” (Rosemberg, 2010, pág. 13)

Los símbolos más comunes utilizados son los siguientes:

Gráfico N° 2 Simbología flujograma

DETALLE	SIMBOLIGÍA
OPERACIÓN	
INSPECCIÓN	
ALMACENAMIENTO	
DEMORA	
TRANSPORTE	

Fuente: (Rosemberg, 2010)
Elaboración: La Autora

Se usa para:

- ✓ Entender un proceso e identificar las oportunidades de mejora de la situación actual.

- ✓ Diseñar un nuevo proceso, incorporando las mejoras (situación deseada).
- ✓ Facilitar la comunicación entre las personas involucradas en el mismo proceso.
- ✓ Divulgar, en forma clara y concisa, informaciones sobre procesos.

Estructura organizativa empresarial.

Estructura Organizativa

Base Legal

Brighman (2010), sostiene que:

> Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos:
>
> - Acta constitutiva. Es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
> - La razón social o denominación. Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.
> - Domicilio. Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar clara- mente la dirección

domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

- Objeto de la sociedad. Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- Capital social. Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.
- Tiempo de duración de la sociedad. Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

- Administradores. Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma (Brighman, 2010, pág. 33)

Estructura Empresarial

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena

organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad. (Reyes, 2011, pág. 77)

Niveles Jerárquicos de Autoridad

Reyes (2011), considera que “Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:” (pág. 97)

Nivel Legislativo-Directivo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia. (Reyes, 2011, pág. 78).

Nivel Ejecutivo

Reyes (2011), manifiesta que “Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombra- do por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.” (pág. 98)

Nivel asesor

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo. (Reyes, 2011, pág. 79)

Nivel de Apoyo

Reyes (2011), dice que “Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa” (pág. 98)

Nivel Operativo

Reyes (2011), manifiesta que “Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.” (pág. 98)

Organigramas

El organigrama es un modelo gráfico que representa, entre otras cosas, la forma en que se han agrupado las tareas, actividades o funciones en una organización. Muestra las áreas o departamentos de una organización. El organigrama da una visión global de la organización, permite comparar ésta con otras y aclara rápidamente las incongruencias, como las fallas de control, duplicación de funciones, etc. (Reyes, 2011, pág. 79)

Parámetros a respetar en el diseño de organigramas: claridad, simplicidad y simetría (los niveles de igual jerarquía se ubican a la misma altura), teniendo siempre en cuenta que estos modelos deben cumplir con la finalidad de facilitar la comunicación entre las personas. (Reyes, 2011, pág. 79)

Organigrama Estructural

Es un tipo de organigrama que representa en si la estructura jerárquica de los niveles de la empresa, así el nivel directivo, ejecutivo, asesor,

operativo, los cuales tienen una secuencia de trabajo y autoridad descendente. (Reyes, 2011, Pág. 29)

Organigrama Funcional

Representa una organización administrativa elaborada según las funciones que tiene cada integrante, es así que cada nivel jerárquico tendría que cumplir objetivos diferentes, pero a la vez todos trabajan por metas comunes, este tipo de organigrama se lo usa principalmente para representarlo en áreas de producción, en donde se distingue al personal por sus funciones, experiencia, y profesionalización. (Ettinger, 2011, Pág. 92)

Organigrama Posicional

Al igual que el organigrama funcional sistematiza funciones, pero con la característica de que al exponerlo consta los nombres y apellidos de las personas que ocupan los cargos de la empresa, según su orden jerárquico y aunque no es muy recomendable también el sueldo mensual o anual que se percibe, este tipo de organigrama interesa más a los directivos de la empresa ya que de él podrían obtener información para futuras reingenierías de procesos administrativos y productivos. (Ettinger, 2011, Pág. 92)

Es necesario aclarar que este tipo de organigrama no es muy utilizado por los empresarios de la empresa privada por la razón de que causa incomodidades en el aspecto de que en la jerarquización da unidad de

mando a una u otra persona provocando celo profesional entre el personal de la empresa. (Ettinger, 2011, Pág. 92)

Manuales

Manual de Funciones

Franklin (2012), considera que “Es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.” (pág. 101)

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica. (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales. Tareas secundarias. Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo a información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo (Franklin, 2012, pág. 47)

Estudio financiero

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de producción la obtenemos mediante el estudio de mercado realizado, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad. (Pasaca, 2010, pág. 32)

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

- Activos Fijos
- Activos Intangibles y,
- Capital de Trabajo

Activos Fijos.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en

administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. (Reyes, 2011, pág. 62)

Depreciaciones

En el ámbito de la contabilidad y economía, el término depreciación se refiere a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. También se le puede llamar a estos tres tipos de depreciación; depreciación física, funcional y también obsolescencia. (Cohen, 2010)

Reinversiones

Cuando los activos fijos cumplen su ciclo de vida llamado depreciaciones, de debe reinvertir en esos activos, por tal motivo las reinversiones es el volver a invertir en un activo fijo que cumplió su ciclo de vida. (Cohen, 2010)

Amortización

Es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes. En las amortizaciones de una deuda, cada pago o cuota que

se entrega sirve para pagar los intereses y reducir el importe de la deuda. (Malhotra, 2011)

Activos intangibles o diferidos.

Reyes (2011), dice que “Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente”. (pág. 124)

Presupuesto

Es un pronóstico del futuro período de planificación, se basa en realizar estimaciones y no podrá superar la capacidad de quien llevará a cabo dichas estimaciones. Mediante el presupuesto estimaremos todos los ingresos o egresos que serán necesarios estimar, realizar o recibir para operar dentro del proceso productivo. (Urbina, 2011, Pág. 83)

Activo corriente o capital de trabajo.

Se considera el capital, en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario de un tiempo máximo de un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el

proceso. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo. (Reyes, 2011, pág. 125)

Inversiones

Reyes (2011), manifiesta que

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria. (pág. 128),

Ingresos Totales

Sapag (2011), dice que “Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de los bombones de chocolate en cajas de diez unidades.” (pág. 66)

Estado de pérdidas y ganancias

Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período. (Sapag, 2011, pág. 80)

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas." (Sapag, 2011, pág. 81)

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro." (Sapag, 2011, pág. 81)

Ingresos:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

Egresos:

Sapag (2011), dice que "Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros." (pág. 68)

Punto de equilibrio.

Sapag (2011), manifiesta que "El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias." (pág. 69)

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades." (Sapag, 2011, pág. 82)

Para realizar este cálculo es menester clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que se detallan en el cuadro que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" los años de vida útil del proyecto. (Sapag, 2011, pág. 82)

Costos Fijos y Variables.

Costos Fijos.- Sapag (2011), dice que "Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen." (pág. 83)

Costos Variables.- Sapag (2011), considera que "Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción." (pág. 88)

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

Flujo de Caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico organizacional, así como en el cálculo de los beneficios a que se hizo referencia en el capítulo anterior. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas. (Baca Urbina, 2011, Pág. 102)

Valor Actual Neto.- Sapag (2011), manifiesta que “Trata sobre los montos actuales en el que se procede a determinar si el valor actual del flujo esperado puede justificar los desembolsos originales.” (pág. 88)

$$\textbf{VAN} = \sum FNA - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

Tasa Interna de Retorno.- Sapag (2011), considera que “Es un indicador que muestra la capacidad de ganancias de un proyecto y la factibilidad de

ejecutarlo o no. Cuando la TIR es superior al costo de oportunidad del capital se lo pude ejecutar.” (pág. 89)

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right)$$

Período de Recuperación de Capital- Sapag (2011), dice que “Permite conocer el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión inicial mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto.” (pág. 91)

$$\textbf{PRC} = \textbf{AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\textbf{INVERSIÓN-SUMA DE PRIMEROS FLUJOS}}{\textbf{SUMA AÑOS QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

Relación Beneficio Costo.- Sapag (2011), manifiesta que “Es el resultado obtenido de la comparación de los valores actuales de los ingresos con el valor actual de los egresos.” (pág. 91).

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

Análisis de Sensibilidad.- Sapag (2011), dice que “En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, para medir si le afectan o

no, las situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.” (pág. 92)

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro”. (Sapag, 2011, pág. 93)

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right)$$

e. Materiales y Métodos

Materiales

Equipo de computación

Textos

Suministros de oficina

Impresiones

Copias

Internet

Empastados

Imprevistos

Métodos

Para el desarrollo de la presente tesis se utilizaron algunos métodos, cuya información permitió organizar, ejecutar y establecer la factibilidad para la creación de una microempresa productora de Crema de Cacao en la ciudad Joya de los Sachas.

Método Científico.- Método principal puesto que se desprenderán los diferentes métodos y técnicas que permitieron descubrir datos y confirmarlos mediante las conclusiones veraces.

Método Deductivo-Inductivo.- Es aquel que aborda desde lo general para lograr extraer conocimientos particulares del tema investigado.

Puesto que se investigó primeramente temas generales relacionados con la elaboración de proyectos, llegando a obtener resultados particulares de cada caso como el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc.

Método Inductivo-Deductivo.- El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegó a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto.

Método Analítico-Sintético.- Proceso mediante el cual se descompone un todo en sus partes, diferenciando lo esencial de lo secundario dentro de un todo complejo y luego la composición o integración de todos los elementos surgiendo así algo nuevo y distinto.

Método que fue aplicado en la Evaluación del proyecto donde se estudió separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unirlas y obtener la determinación de la aceptación de la microempresa de Crema de Cacao, en el mercado del Oriente ecuatoriano.

Técnicas

De igual manera se utilizaron técnicas que permitieron recopilar información como son:

La técnica de la observación directa que permitió determinar la situación actual del sistema empresarial en la ciudad Joya de los Sachas.

Encuesta

Estas fueron aplicadas a los clientes que tendrá la microempresa, permitiendo así determinar la demanda del producto.

Las encuestas fueron aplicadas a la población del cantón Joya de los Sachas ya que ellas son las que consumen este tipo de producto.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los consumidores en el mercado local, se utilizó 37.591 habitantes información suministrada por el INEC, Censo de 2010, a esta población se le divide para 4 integrantes por familia determinando 9.398 habitantes, proyectado para 2016 con una tasa de crecimiento del 3,77% (Anexo N° 5) se obtiene:

Fórmula: $Pf = Pa\ (1+ i)^n$

EN DONDE: Pf = población futura

Pa = población actual

i = Taza de crecimiento

$= 9.398\ (1+0.0377)^6$

= 11.735 población del cantón Joya de los Sachas

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra utilizamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2\ p.\ q.\ N}{E^2\ (N-1) + Z^2\ p.\ q.}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución normal)

p = 0,5 probabilidad que el evento ocurra

q = 0,5 probabilidad que el evento no ocurra

N = Población total

e^2 = margen de error

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{(1{,}96)2\ (0{,}5)(0{,}5)\ 11.735}{(0{,}05)2(11.735-1) + (1{,}96)2(0{,}5)(0{,}5)}$$

$$n = \frac{(3{,}8416)\ (0{,}25)(11.735)}{(28{,}98) + (0{,}9604)}$$

n= 372 total de encuestas aplicar a las familias del cantón Joya de los Sachas.

Para determinar la muestra a los establecimientos que comercializan artículos de primera necesidad en el cantón Joya de Los Sachas, siendo estos 957 establecimientos legalmente registrados en el Servicio de Rentas Internas en el año 2015, así pues:

$$n = \frac{(1{,}96)2\,(0{,}5)(0{,}5)\,957}{(0{,}05)2(957-1)+(1{,}96)2(0{,}5(0{,}5)}$$

$$n = \frac{(3{,}8416)\,(0{,}25)(957)}{(2{,}39)+(0{,}9604)}$$

n= 274 encuestas a aplicar a los oferentes

f. RESULTADOS

Resultados de encuesta para determinar la demanda

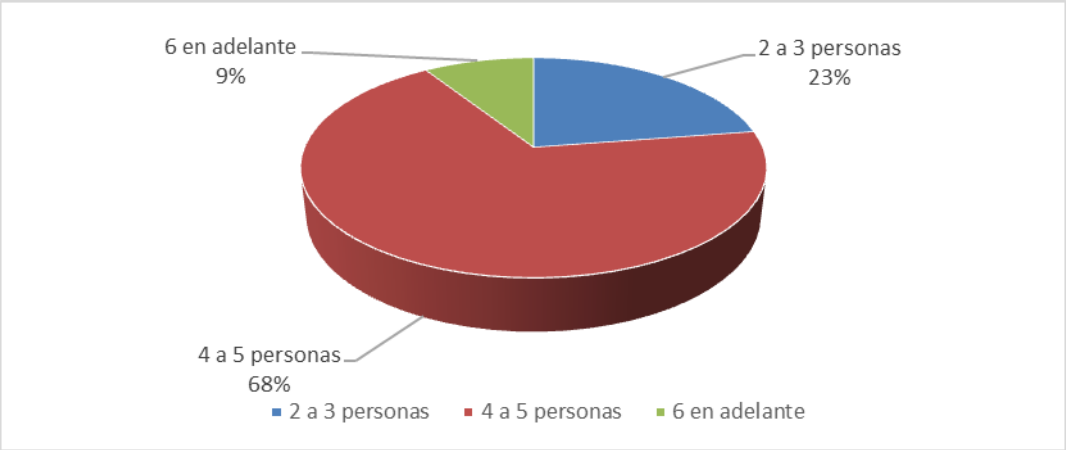
Pregunta N° 1. ¿Cuántas personas conforman su familia?:

Cuadro N° 1: Miembros que conforman su familia

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
2 a 3 personas	84	23
4 a 5 personas	254	68
6 en adelante	34	9
TOTAL	**372**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2: Miembros que conforman su familia



Fuente: Cuadro N° 1
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

El 68% de los encuestados tienen un promedio entre 4 a 5 personas, el 23% entre 2 a 3 personas; mientras, que el 9% más de 6 integrantes por familia, esto determina que el promedio por familia es de 4 a 5 integrantes.

Pregunta N° 2. ¿Cuáles son los ingresos promedio en dólares de su hogar?

Cuadro N° 2: Ingresos promedio mensual

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
$ 1 a $ 366 Dólares	54	15
$ 367 a $ 500 Dólares	71	19
$ 501 a $ 1000 Dólares	175	47
$ 1001 a $ 1500 Dólares	30	8
$ 1501 a $ 2000 Dólares	23	6
Más de $ 2000 Dólares	19	5
TOTAL	**372**	100

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3: Ingresos promedio mensual

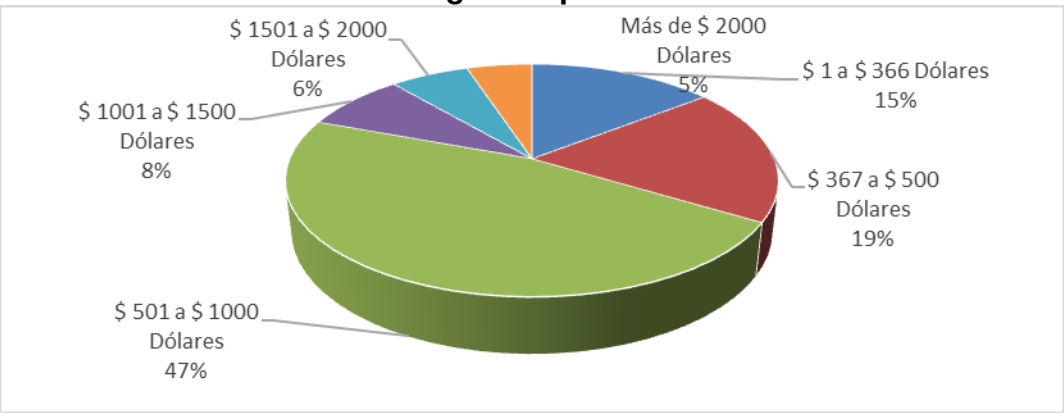


Gráfico N° 3: Ingresos promedio mensual
Fuente: Cuadro N° 2
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación: En cuanto se refiere a los ingresos promedio de los encuestados, el 47% de ellos perciben un ingreso mensual de $ 501 a 1000 dólares; el 19% representa aquellas personas que perciben una entrada que fluctúa de $367 a 500 dólares; el 15% corresponde a las personas que ganan de $1 a 366 dólares; el 8% representa aquellas personas que perciben una entrada que fluctúa de $1001 a 1500 dólares; el 6% son personas que perciben un ingreso de $1500 a 2000 dólares; y, el 5% que representa a las personas que tienen ingresos mayores a $2000 dólares.

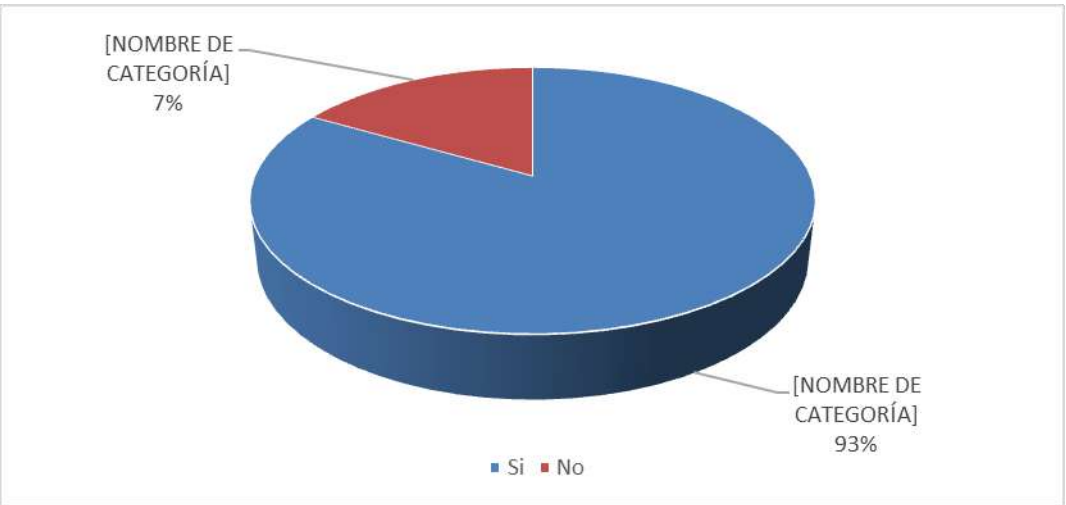
Pregunta N° 3. ¿En su familia se consume productos derivados de cacao?

Cuadro N° 3: Consumo derivados del cacao

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	345	93
No	27	7
TOTAL	**372**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4: Consumo derivados del cacao



Fuente: Cuadro N° 3
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De acuerdo a lo preguntado el 93% de las familias consumen productos derivados del cacao, en cambio el 7% aseguran que no han consumido derivados del cacao, esto determina que las personas que no consumen es por salud y otros por gustos y preferencias.

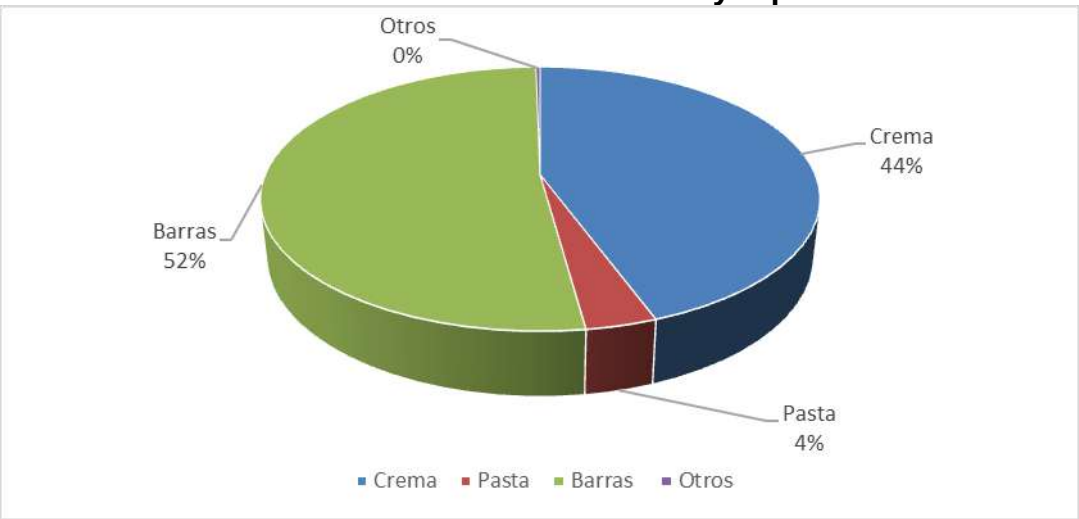
Pregunta N° 4. ¿Del siguiente listado de derivados del cacao cuál es el que consume con más frecuencia en su hogar?

Cuadro N° 4: Derivados de cacao de mayor preferencia

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Crema	153	44
Pasta	12	3
Barras	179	52
Otros	1	0
TOTAL	**345**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 5: Derivados de cacao de mayor preferencia



Fuente: Cuadro N° 4
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De acuerdo a lo preguntado el 52% de las familias consumen barras de cacao, el 44% crema de cacao; en cambio el 4% consumen pastas de cacao, esto determina que la mayoría de personas consumen barras de cacao que son los chocolates.

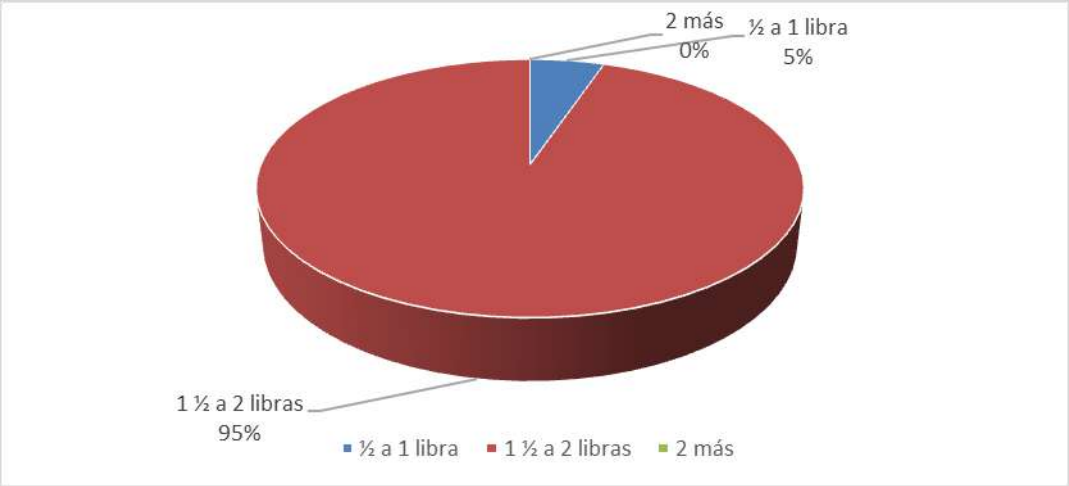
Pregunta N° 5. ¿Cuantas libras consume usted de Crema de Cacao al mes?

Cuadro N° 5: Cantidad en libras de consumo de crema de cacao

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
½ a 1 libra	8	5
1 ½ a 2 libras	145	95
2 más	0	0
TOTAL	**153**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 6: Cantidad en libras de consumo de crema de cacao



Fuente: Cuadro N° 5
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

En lo referente a la cantidad de libras de consumo de crema de cacao, el 95% consumen de 1½ libra a 2 libras mensualmente y el 5% entre ½ libras a 1 libra mensualmente, esto determina que hay un promedio entre 1½ libra a 2 libra mensualmente.

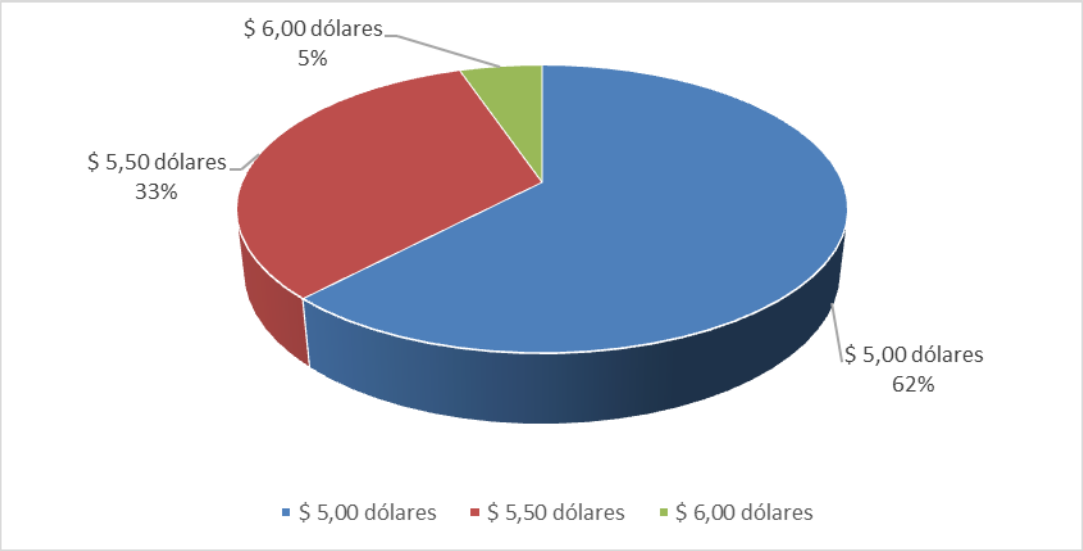
Pregunta N° 6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por libra de Crema de Cacao?

Cuadro N° 6: Precio por la libra de crema de cacao

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
$ 5,00 dólares	95	62
$ 5,50 dólares	50	33
$ 6,00 dólares	8	5
Más de $ 6,00 dólares	0	0
TOTAL	**153**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 7: Precio por la libra de crema de cacao



Fuente: Cuadro N° 6
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Ante esta pregunta se obtuvo los siguientes resultados: el 62% pagan $5,00 dólares por libra de crema de cacao, el 33% pagan $5,50 dólares; y, el 5% pagan $6,00 dólares por la libra de crema de cacao.

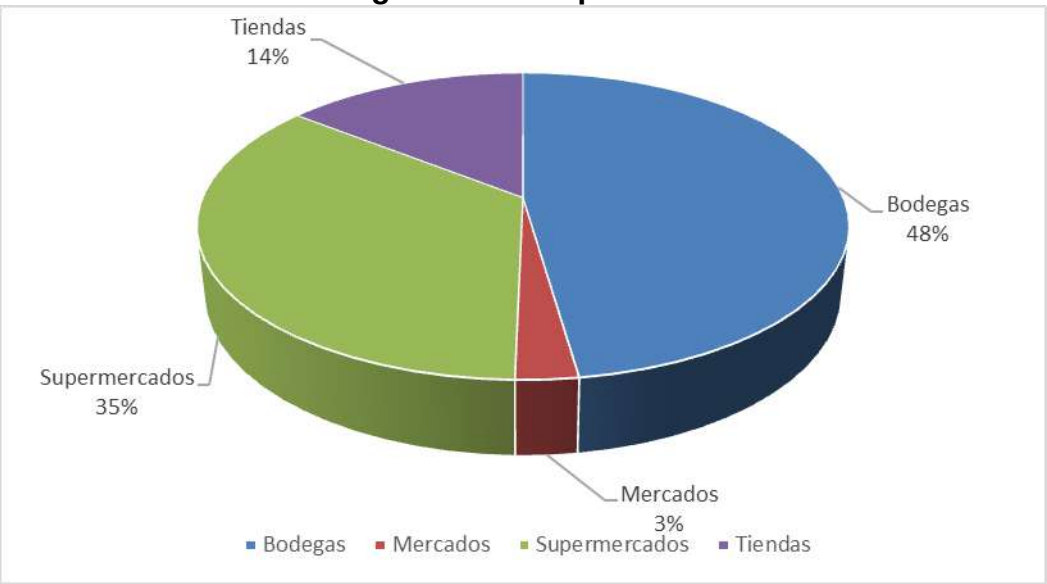
Pregunta N° 7. ¿En qué lugar regularmente adquiere crema de cacao para el consumo familiar?

Cuadro N° 7: Lugares de compra de crema de cacao

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Bodegas	73	48
Mercados	4	3
Supermercados	54	35
Tiendas	22	14
TOTAL	**153**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8: Lugares de compra de crema de cacao



Fuente: Cuadro N° 7
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Cómo se puede determinar en la presente el 48% ha crema de cacao en las bodegas, el 35% en los supermercados, el 14% en las rendas de su barrio; y, el 3% en los locales que existen en los mercados de la localidad.

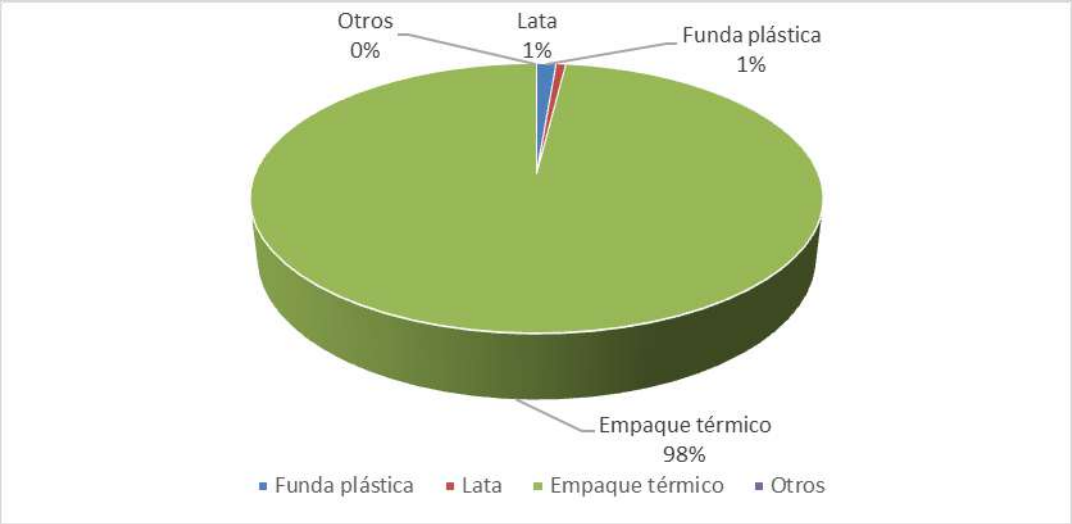
Pregunta N° 8. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de nuestro producto?

Cuadro N° 8: Presentación del producto

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Funda plástica	2	1
Lata	1	1
Empaque térmico	150	98
Otros	0	0
TOTAL	**153**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 9: Presentación del producto



Fuente: Cuadro N° 8
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Cómo se puede determinar en la presente el 98% de los encuestados prefieren que le producto sea envasado en empaque térmico esto por la facilidad de poder guardar, el 1% entre el envase de lata y de plástico.

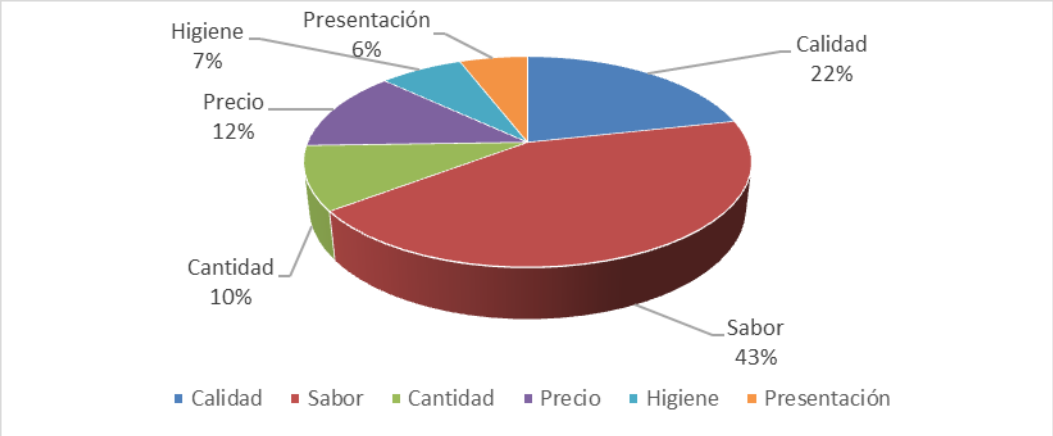
Pregunta N° 9. ¿Qué consideraría usted al momento de adquirir Crema de Cacao?

Cuadro N° 9: Características para la compra

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Calidad	33	22
Sabor	66	43
Cantidad	15	10
Precio	19	12
Higiene	11	7
Presentación	9	6
TOTAL	**153**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 10: Características para la compra



Fuente: Cuadro N° 9
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Del total de encuestados el 43% manifiestan que antes de comprar el producto toman en cuenta el sabor, el 22% la calidad, el 12% el precio, el 10% la cantidad, el 7% la higiene y el 6% la presentación.

Lo que determina que en la ciudad Joya de los Sachas, la mayoría de población antes de adquirir el producto toma en cuenta la calidad y el sabor del producto.

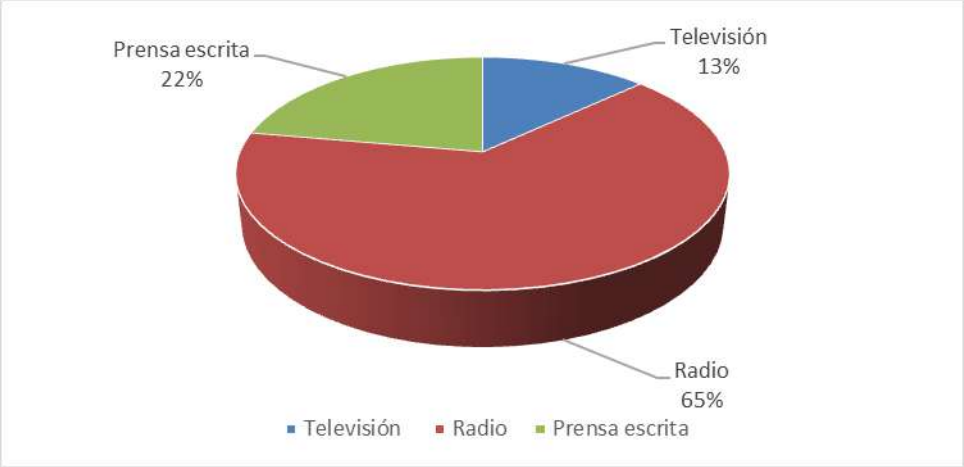
Pregunta N° 10. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?

Cuadro N° 10: Medios de comunicación de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	HORARIO	PORCENTAJE %
TELEVISIÓN			
Coca Visión	9	7h00 a 12h00	
Orellana TV	11	7h00 a 12h00	
Subtotal	**20**		**13**
RADIO			
Radio Tucán	12	7h00 a 12h00	
Radio Stereo La Joya	27	7h00 a 12h00	
Radio Canela	16	13h00 a 18h00	
Orellana	31	19h00 más	
Radio La Jungla	13	13h00 a 18h00	
Subtotal	**99**		**65**
Prensa escrita			
Independiente	19		
La Prensa	9		
Sol de Tena	6		
Subtotal	**34**		**22**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11: Características para la compra



Fuente: Cuadro N° 10
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los encuestados manifiestan que la nueva empresa podría hacer publicidad en la radio con un 65%, en la prensa escrita con un 22% y en la televisión con un 13%, esto determina que el medio de mayor preferencia es la radio.

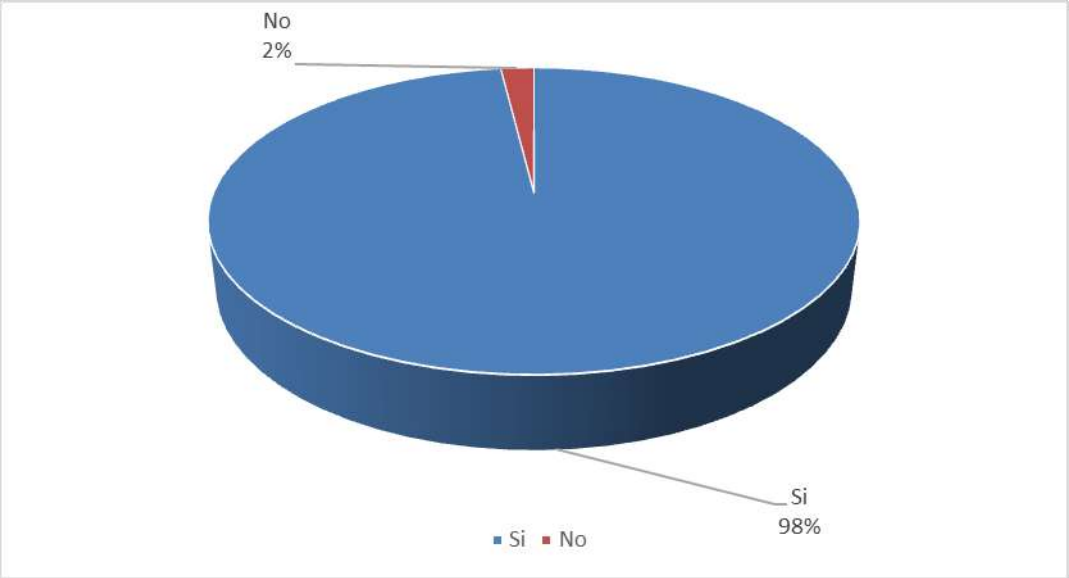
Pregunta N° 11. ¿Si en Cantón Joya de Los Sachas se implementara una empresa de producción y comercialización de Crema de Cacao estaría dispuesto hacer nuestro consumidor?

Cuadro N° 11: Cliente en la nueva empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	150	98
No	3	2
TOTAL	**153**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 12: Características para la compra



Fuente: Cuadro N° 11
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Se puede observar que el 98% de los encuestados si se implementara una empresa productora de crema de cacao en el cantón Joya de los Sachas comprarían el producto; mientras, que el 2% no adquiriría ya que les gusta comprar el producto de su preferencia.

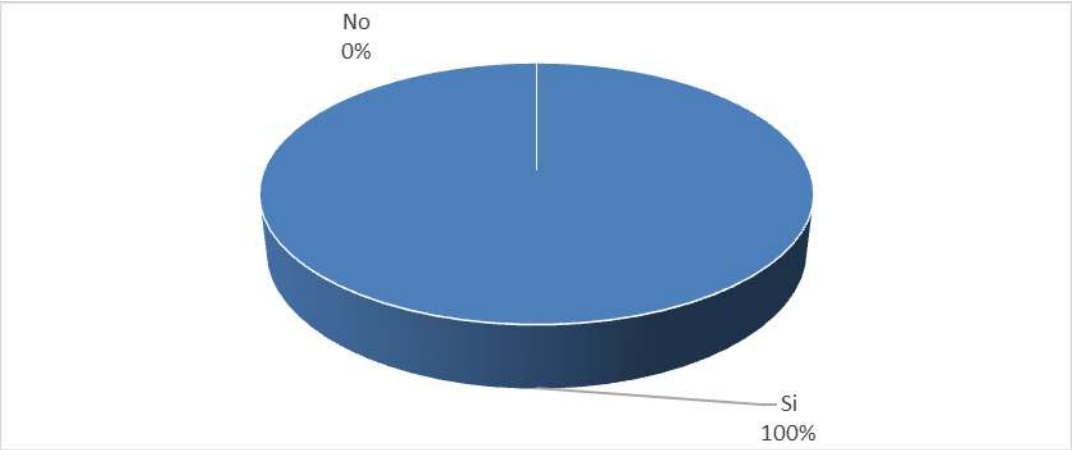
Pregunta N° 12. ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

Cuadro N° 12: Promociones por parte de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	150	100
No	0	0
TOTAL	**150**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 13: Promociones por parte de la empresa



Fuente: Cuadro N° 12
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Se puede observar que el 100% de los encuestados les gustaría que la nueva empresa ofrezca promociones por la compra del producto.

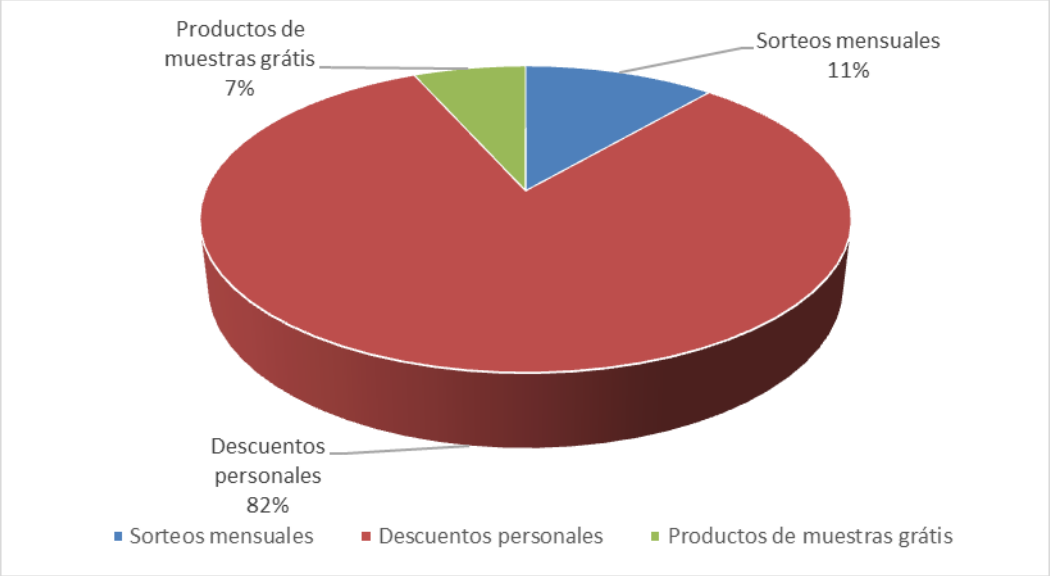
Pregunta N° 13. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

Cuadro N° 13: Tipo de promociones por parte de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Sorteos mensuales	17	11
Descuentos personales	123	82
Productos de muestras gratis	10	7
TOTAL	**150**	**100**

Fuente: Encuestas familias cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 14: Tipo de promociones por parte de la empresa



Fuente: Cuadro N° 13
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

En cuanto se refiere a las promociones que les gustaría recibir por el producto, el 82% les gustaría los descuentos, el 11% sorteos mensuales; y, el 7% rifas, esto determina que las personas prefieren descuentos por la compra de crema de cacao.

Resultados de la encuesta para determinar la oferta

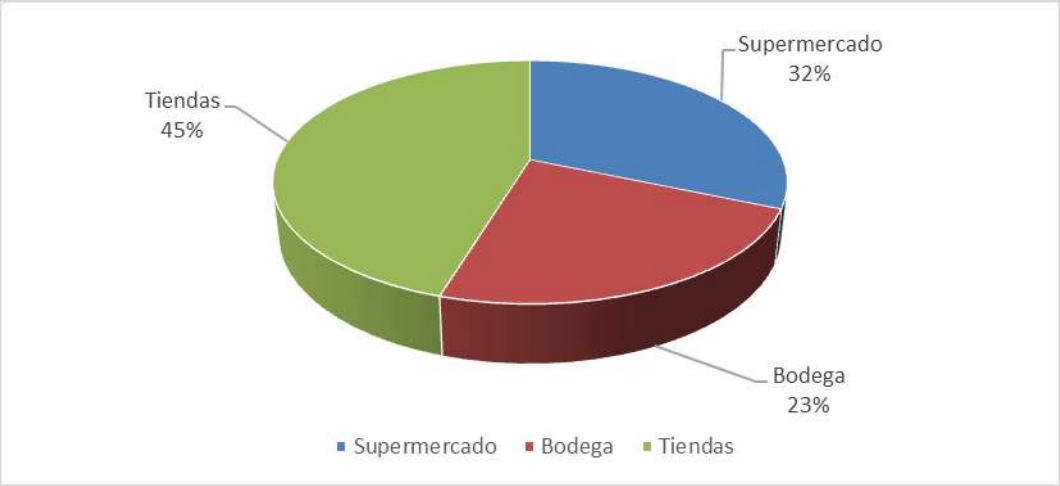
Pregunta N° 1. ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?

Cuadro N° 14: Tipo de establecimiento

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Supermercado	86	31
Bodega	64	23
Tiendas	124	45
TOTAL	**274**	**100**

Fuente: Encuestas oferentes del cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 15: Tipo de establecimiento



Fuente: Cuadro N° 14
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Cuando se encuestó a los oferentes el 45% corresponde a tiendas, el 32% a supermercados; y, el 23% a bodegas de la localidad, esto determina que la mayoría de encuestados corresponde a las tiendas.

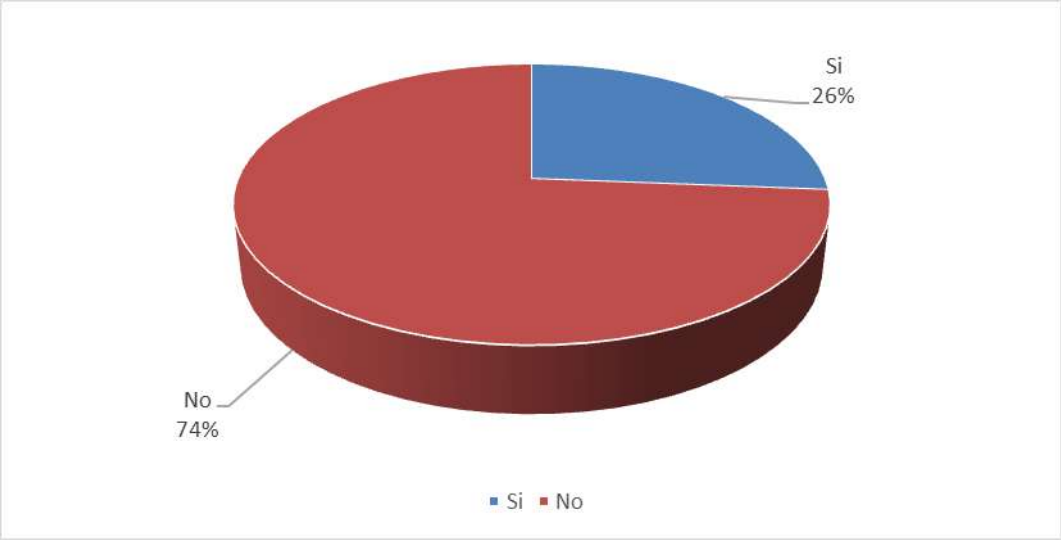
Pregunta N° 2. ¿Vende en su negocio derivados de cacao?

Cuadro N° 15: Venta de derivados de cacao

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	72	26
No	202	74
TOTAL	**274**	**100**

Fuente: Encuestas oferentes del cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 16: Venta de derivados de cacao



Fuente: Cuadro N° 15
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Como se puede determinar en el cantón Joya de los Sachas de 274 establecimientos encuestados el 26% venden derivados de cacao como la crema de cacao; mientras que el 74% no venden crema de cacao, esto determina que no existe mucha oferta de crema de cacao en el cantón.

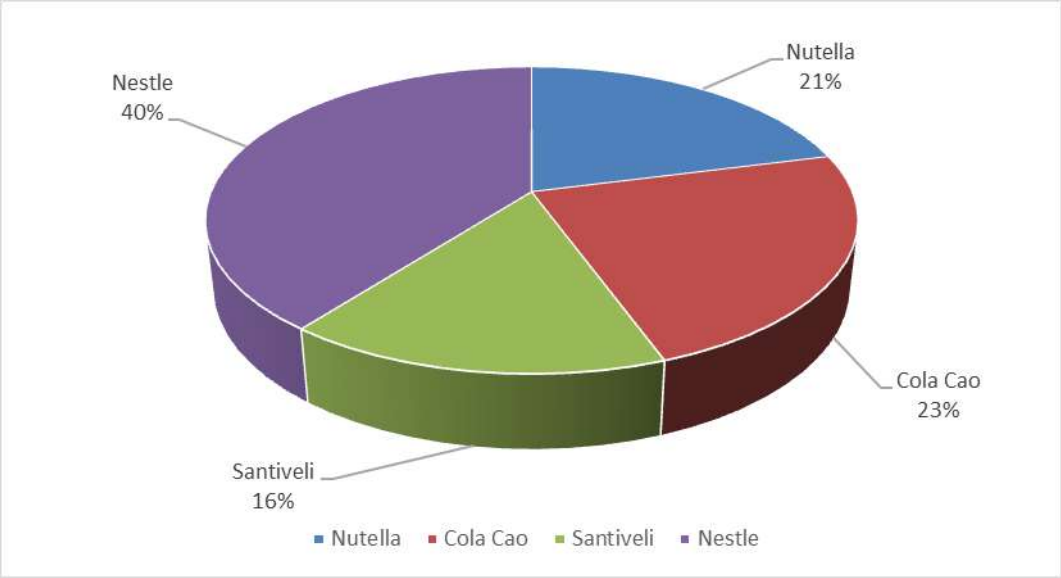
Pregunta N° 3. ¿Indique las marcas de crema de cacao que usted vende?

Cuadro N° 16: Marcas de crema de cacao

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Nutella	34	47
Cola Cao	38	53
Santiveli	26	36
Nestle	64	89

Fuente: Encuestas oferentes del cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 17: Marcas de crema de cacao



Fuente: Cuadro N° 16
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

En lo concerniente a las marcas de cremas de cacao que venden, el 40% venden de la marca Nestle, el 23% Cola Cao, el 21% Tutella; y, el 16% de la marca Santiveli, esto determina que la marca más vendida es la Nestle.

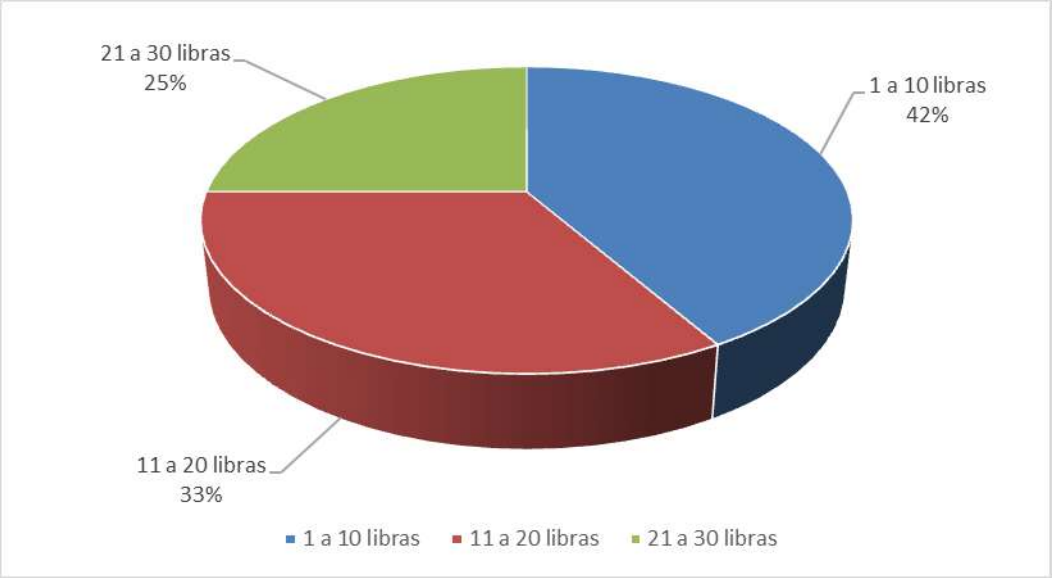
Pregunta N° 4. ¿Qué cantidad (en libras) de crema de cacao vende mensualmente?

Cuadro N° 17: Cantidad de venta en libras mensualmente

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1 a 10 libras	30	42
11 a 20 libras	24	33
21 a 30 libras	18	25
TOTAL	**72**	**100**

Fuente: Encuestas oferentes del cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 18: Cantidad de venta en libras mensualmente



Fuente: Cuadro N° 17
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

En cuanto se refiere a la cantidad que venden en su local, el 42% venden un promedio entre 1 a 10 libras mensuales, el 33% entre 11 a 20 libras; y, el 25% entre 21 a 30 libras de crema de cacao mensuales.

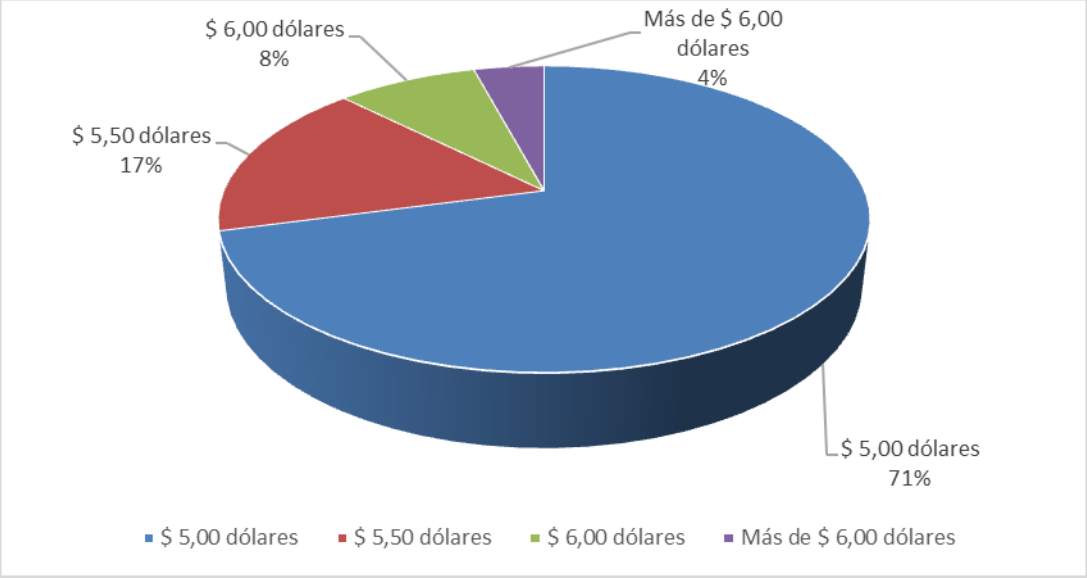
Pregunta N° 5. ¿Cuál es el precio de venta de una libra de crema de cacao?

Cuadro N° 18: Precio de la libra de crema de cacao

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
$ 5,00 dólares	51	71
$ 5,50 dólares	12	17
$ 6,00 dólares	6	8
Más de $ 6,00 dólares	3	4
TOTAL	**72**	**100**

Fuente: Encuestas oferentes del cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 19: Precio de la libra de crema de cacao



Fuente: Cuadro N° 18
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Ante esta pregunta se obtuvo los siguientes resultados: el 71% vende la libra de crema de cacao en $5,00 dólares, el 17% venden en $5,50 dólares, el 8% en $6,00; y, el 4% lo venden a la libra de crema de cacao en más de $6,00 dólares.

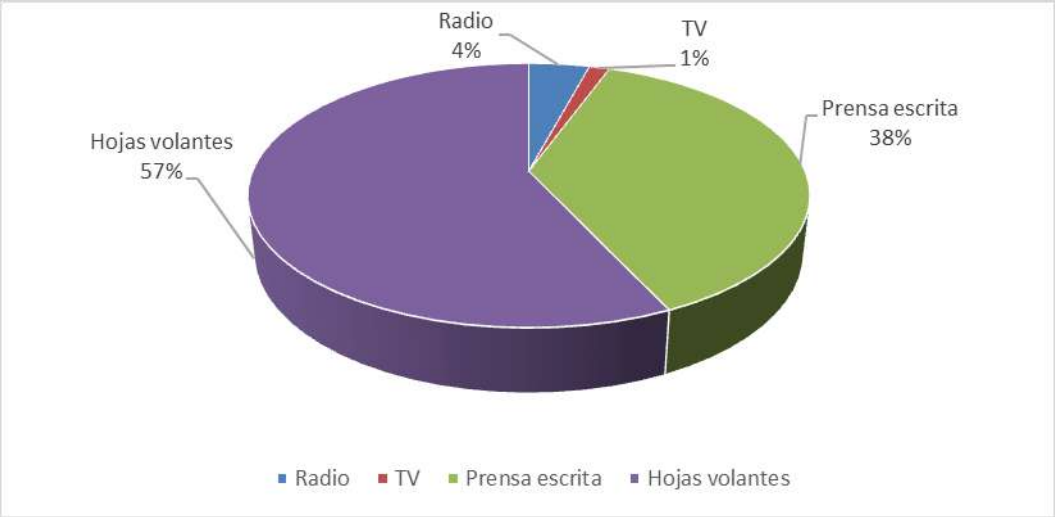
Pregunta N° 6. ¿Cuál de los siguientes medios de publicidad utiliza para realiza la promoción de sus productos?

Cuadro N° 19: Medios de comunicación utilizados

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Radio	3	4
TV	1	1
Prensa escrita	27	38
Hojas volantes	41	57
TOTAL	**72**	**100**

Fuente: Encuestas oferentes del cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 20: Medios de comunicación utilizados



Fuente: Cuadro N° 19
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

En lo referente a los medios de comunicación que utilizan, el 57% lo realizan por medio de hojas volantes, el 38% en la prensa escrita, el 4% en la radio; mientras, que únicamente el 1% en la televisión, esto determina que la preferencia es el realizarlo por medio de hojas volantes y la prensa escrita.

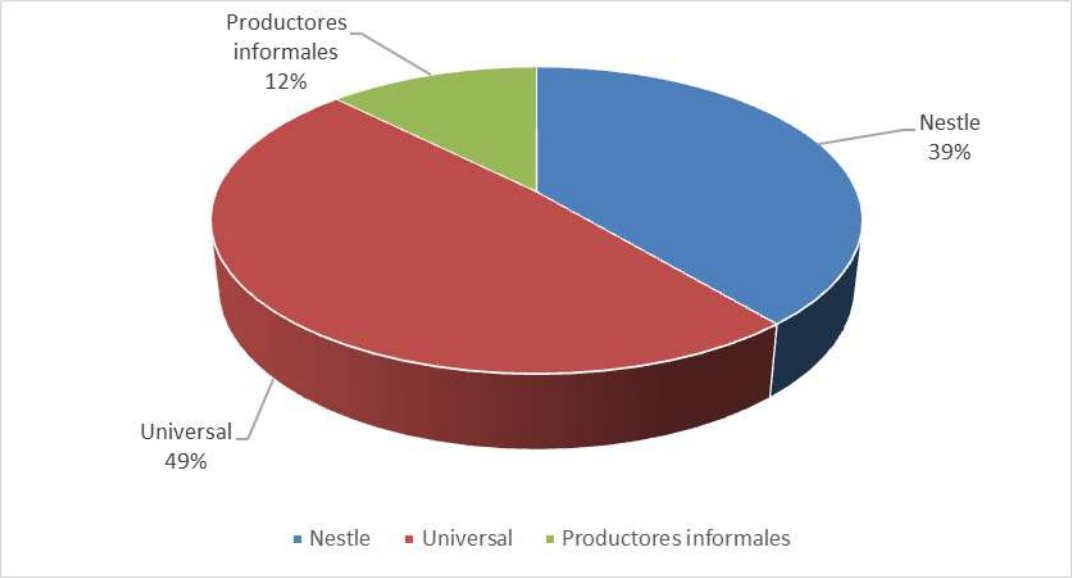
Pregunta N° 7. ¿Quién le provee a su negocio de crema de cacao?

Cuadro N° 20: Proveedores de crema de cacao

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Nestle	28	39
Universal	35	49
Productores informales	9	13
TOTAL	**72**	**100**

Fuente: Encuestas oferentes del cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 21: Proveedores de crema de cacao



Fuente: Cuadro N° 20
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Los encuestados manifiestan el 49% que el proveedor que les oferta el producto es la Universal, el 39% Nestle, el 12% productores informales que producen crema de cacao.

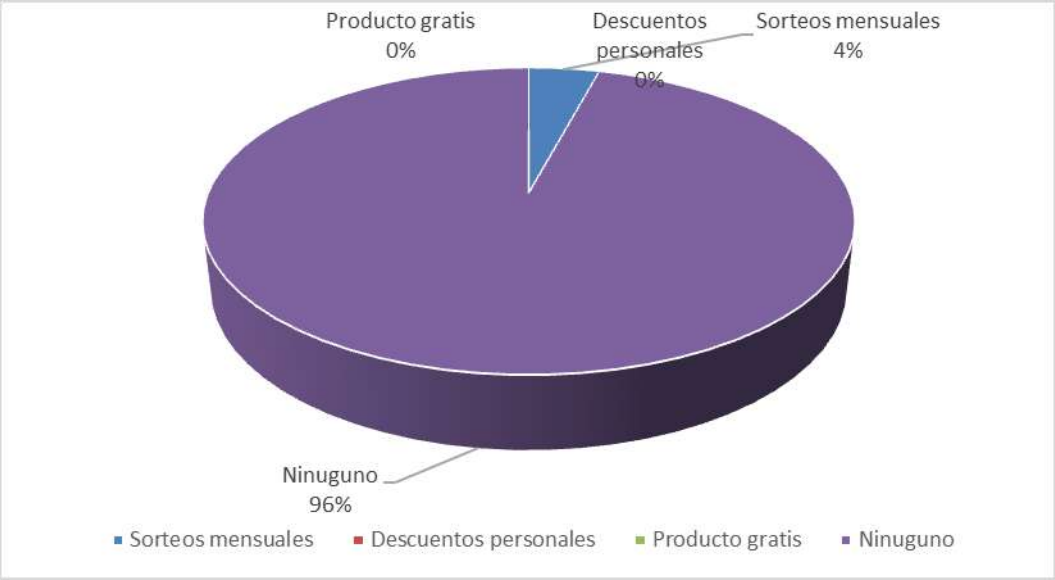
Pregunta N° 8 .¿Ofrece algún tipo de promoción a sus clientes, indique cuál?

Cuadro N° 21: Tipos de promociones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Sorteos mensuales	3	4
Descuentos personales	0	0
Producto gratis	0	0
Ninguno	69	96
TOTAL	**72**	**100**

Fuente: Encuestas oferentes del cantón Joya de Los Sachas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 22: Proveedores de crema de cacao



Fuente: Cuadro N° 21
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

En cuanto se refiere a las promociones que realizan por la venta del producto, el 96% no realizan ningún tipo de promociones; mientras, que únicamente el 4% realizan sorteos mensuales, pero estos sorteos no son solo por la compra de crema de cacao sino son por la compra en su local.

g. DISCUSIÓN

Estudio de Mercado

Estudio de la Demanda

La demanda del producto a fabricarse está sujeta a los ingredientes y precio del mismo, ingresos, gustos y preferencias del consumidor, así como también a la competencia de productos similares o también de productos sustitutos.

La demanda actual da una pauta de la cantidad de consumidores que se tendrá en años futuros.

Demanda Potencial

Para la determinación de los posibles demandantes se ha considerado la población por familias del cantón Joya de los Sachas que es de 11.735, de los cuales el 93% consumen productos derivados del cacao, siendo esto 10.914 habitantes se ha procedido a realizar la proyección de los mismos para los 10 años de vida útil del proyecto, utilizando la siguiente formula:

Formula de Proyección:

$$Pd = Dt\ (1+r)^t$$

Cuadro Nº 22. Demanda Potencial

Población familias 2016	Demanda Potencial 93%
11.735	10.914

Fuente: Cuadro Nº 3 INEC
Elaborado por: La Autora

Calculo de la Proyección

P_{2017}= (10.914) $(1+0.0377)^1$

= 11.325

Cuadro Nº 23. Proyección Demanda Potencial

AÑO	Población familias 2016	Demanda Potencial 93%
0	11.735	10.914
1	12.177	11.325
2	12.636	11.752
3	13.113	12.195
4	13.607	12.655
5	14.120	13.132
6	14.653	13.627
7	15.205	14.141
8	15.778	14.674
9	16.373	15.228
10	16.990	15.802

Fuente: Cuadro N° 3 y 22 INEC (TC 3,37%)
Elaborado por: La Autora

Demanda Real

Para calcular la demanda real se toma en consideración la demanda potencial de la población para el año 2016 que consumen productos derivados del cacao que es 10.914 al mismo se lo multiplica por el 44% (Cuadro Nº 4) que constituye la población que compran y consumen

Crema de Cacao, a esta demanda real se la proyecta para los diez años de vida útil del proyecto con la tasa de crecimiento poblacional del 3,37%.

Cuadro N° 24. Demanda Real

Año	Demanda Potencial	Compran Crema de Cacao 41%	Demanda Real
0	10.914	44%	4.802
1	11.325		4.983
2	11.752		5.171
3	12.195		5.366
4	12.655		5.568
5	13.132		5.778
6	13.627		5.996
7	14.141		6.222
8	14.674		6.457
9	15.228		6.700
10	15.802		6.953

Fuente: Cuadros Nº 4 y 23
Elaborado por: La Autora

Demanda Efectiva

Para calcular la demanda efectiva se tomó en consideración la demanda real para el año 2016 que es de 4.8024 al mismo se lo multiplica por el 98% (cuadro Nº 11) de los consumidores que si desearían que se creara una empresa productora y comercializadora de Crema de Cacao en el cantón Joya de los Sachas, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula.

Fórmula:

De = Qp.M%

Para el año 2017

De= Qp. M%

De= 4.802 x 98 %

De= 4.706

Cuadro Nº 25. Demanda Efectiva

Año	Demanda Potencia	Demanda Real	Nueva empresa 98,00%	Demanda Efectiva
0	10.914	4.802	98%	4.706
1	11.325	4.983		4.884
2	11.752	5.171		5.068
3	12.195	5.366		5.259
4	12.655	5.568		5.457
5	13.132	5.778		5.663
6	13.627	5.996		5.876
7	14.141	6.222		6.098
8	14.674	6.457		6.328
9	15.228	6.700		6.566
10	15.802	6.953		6.814

Fuente: Cuadros Nº 11 y 25
Elaborado por: La Autora

Se determina una demanda efectiva para el año 2016 de 4.649 familias.

Consumo Per cápita

Calculamos el consumo Per cápita (indicador que se utiliza para estimar la cantidad promedio de consumo anual del producto).

La Media Aritmética

Fórmula

$$X = \frac{\sum fx}{N}$$

En donde:

X = Media aritmética
∑fx = Sumatoria de la Frecuencia* porciones
N = Población Total
M% = Porcentaje de la demanda Muestral

De = Demanda Efectiva

Qp = Población Proyectada

Consumo Per cápita

$$X = \frac{259,75}{153} = 1,70 \times 12 \text{ meses} = 20 \text{ libras de Crema de Cacao al año}$$

Cuadro Nº 26. Consumo Real Per Cápita

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	XM	ΣXM
½ a 1 libra	8	0,75	6
1 ½ a 2 libras	145	1,75	253,75
TOTAL	**153**		**259,75**

Fuente: Cuadro Nº 5
Elaborado por: La Autora

Demanda Efectiva Futura

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en un mercado.

Cuadro N° 27. Demanda Efectiva

Año	Demanda Efectiva	Consumo Por familia	Demanda Efectiva
0	4.706	20	94.122
1	4.884		97.671
2	5.068		101.353
3	5.259		105.174
4	5.457		109.139
5	5.663		113.254
6	5.876		117.523
7	6.098		121.954
8	6.328		126.551
9	6.566		131.322
10	6.814		136.273

Fuente: Cuadro Nº 27 y 26
Elaborado por: La Autora

Para el año 2016 la demanda esperada o efectiva es de 94.122 libras de Crema de Cacao.

Análisis de la oferta

Cuando se habla de la oferta esta debe ser considerada como la cantidad de productos que se ofrece al mercado consumidor.

Para determinar la oferta de Crema de Cacao se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los comercializadores y demás establecimientos existentes en el cantón Joya de los sachas, en una muestra significativa tales como Tiendas, Supermercados y Micro Mercados, lugares que son de mayor concentración de acopio de estos productos para su venta.

Oferta Actual

Para poder determinar la oferta actual se ha recolectado información sobre la cantidad que vende diariamente cada establecimiento, datos que al formularlo con una tabla de distribución de frecuencias por intervalos de clase, permitió conocer la media promedio de venta de cada comercio. Para lo cual se utilizó los datos de cuadro Nº 16. Para obtener la oferta total se multiplica la oferta anual promedio, por el número de establecimientos que tienen el cantón Joya de los Sachas en el sector urbano, distinguiéndolo por el tipo de comercio, según datos extraídos del Servicio de Rentas Internas.

Cuadro N° 28. Venta Promedio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	XM	ΣXM
1 a 10 libras	30	5,5	165
11 a 20 libras	24	15,5	372
21 a 30 libras	18	25,5	459
TOTAL	**72**		**996**

Fuente: Cuadro Nº 17
Elaborado por: La Autora

Promedio = 996 x 12 meses = 11.952

$$\textbf{Promedio} = \frac{\sum \text{TOTAL Xm}}{\text{Nº de establecimientos que venden}}$$

$$\textbf{Promedio} = \frac{11.952}{72 \text{ establecimientos}}$$

Promedio = 166 libras de crema de cacao anuales por establecimiento.

A este promedio se lo multiplica por los establecimientos que venden crema de cacao que es del 26% de los 957 establecimientos, lo que determina 249 establecimientos que venden crema de cacao, dándonos como resultado 41.334 libras de crema de cacao anualmente como oferta total, a la cual se la proyecta a los diez años de vida útil del proyecto, con la tasa de crecimiento del 3,15% que es la tasa que tiene el SRI (Ver Anexo 4) para establecimientos en la provincia de Orellana sobre el crecimiento de este tipo de establecimientos.

Oferta = 166 x 249 = 41.334 libras de crema de cacao

Cuadro Nº 29. Proyección de la oferta

AÑOS	OFERTA TOTAL
0	41.334
1	42.636
2	43.979
3	45.364
4	46.793
5	48.267
6	49.788
7	51.356
8	52.974
9	54.642
10	56.364

Fuente: SRI (TC 3,15%) y Cuadro 28
Elaboración: La Autora

Análisis de la oferta y la demanda

El análisis de la oferta y la demanda nos permite determinar la demanda insatisfecha para el producto.

Se denomina demanda insatisfecha al análisis entre la demanda efectiva y la oferta, siendo esta la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

Cuadro Nº 30. Demanda Insatisfecha.

AÑO	DEMANDA EFECTIVA TOTAL	OFERTA TOTAL PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	94.122	41.334	52.788
1	97.671	42.636	55.035
2	101.353	43.979	57.374
3	105.174	45.364	59.810
4	109.139	46.793	62.346
5	113.254	48.267	64.986
6	117.523	49.788	67.735
7	121.954	51.356	70.598
8	126.551	52.974	73.578
9	131.322	54.642	76.680
10	136.273	56.364	79.910

Fuente: Cuadros Nº 27 y 29
Elaboración: La Autora

La demanda insatisfecha actual del proyecto es de 52.788 libras de crema de cacao para el año base; para el quinto año de 64.986 y para el año 10

de 79.910, para su posible implementación se tomará estrategias o alternativas convenientes como lo demostraremos más adelante, considerando estos datos para su comercialización en las zonas de influencia del mismo.

Plan de Mercadeo

Para determinar las estrategias de mercado, se determinará la comercialización la cual consiste en determinar las actividades que permitan hacer llegar nuestro producto desde la fábrica a los consumidores del mercado del cantón Joya de los Sachas, y que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, planificación del producto, promoción, investigación, desarrollo, ventas, trasporte y almacenamiento del producto, para ellos definiré algunas variables que es necesario tenerlas presentes, las cuales se describe a continuación:

Producto.- En el presente caso se comercializará un producto de consumo natural y nutritivo dirigido a población del cantón Joya de los Sachas de la provincia de Orellana.

El producto estará en innovaciones constantes, adaptándose a las nuevas necesidades y deseos de los consumidores, se realizará controles de calidad en todo el proceso productivo.

Todo producto engloba elementos de importancia, los cuales ayudan a darle una imagen, garantía e higiene al mismo, en el caso de la crema de cacao se incluirá todos estos elementos ya que permitirá llamar la atención de los clientes e impulsar su compra.

El producto para su comercialización tendrá las siguientes características:

Presentación

Gráfico N° 23: Etiqueta de crema de cacao

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 24: Anverso de etiqueta de crema de cacao

CREMA DE CACAO		
Valores Nutricionales	por 100g	por 40g
Valor energético	375 kcal/100g	150 kcal
	1556 kj/100g	622 kj
Proteínas	25,5 g	10,2 g
Hidratos de carbono	16,3 g	6,5 g
De los cuales: Azúcares	0,7 g	0,28 g
Grasas:	16,0 g	6,4 g
De los cuales: Saturadas	10,2 g	4,1 g
Fibra alimentaria	31,7 g	12,7 g
Sodio (Sal)	0,012 g	0,005 g

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Precio: El precio es la cantidad de dinero o de otros objetos como utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto. Su análisis es muy importante ya que nos permite determinar la rentabilidad del proyecto y definirá en último término el nivel de los ingresos.

En el caso de la definición del precio de venta, se debe tener en cuenta diversas variables que influyen sobre el comportamiento del mercado.

En primer lugar, está la demanda asociada a los diferentes niveles de precios, luego los precios de la competencia para productos sustitutos y por último los costos considerando que el mercado es dinámico y cambiante.

El precio del producto en estudio se lo determinará en base al estudio del costo de producción y ventas, como también a los precios fijados por la competencia en el mercado.

Plaza.- El presente producto será distribuido a intermediarios como: tiendas, bodegas, centros comerciales en el cantón Joya de los Sachas, tomado en cuenta estos lugares porque son los de mayor preferencia por parte de los consumidores finales para adquirir la crema de cacao, además utilizaré la venta directa, la cual es la vía más corta, simple y rápida, es decir, el consumidor acude directamente a la empresa a adquirir el producto.

Gráfico N° 25: Canal de Distribución

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Publicidad: Se aplicará una efectiva publicidad con información a través de Diario Independiente y en los diferentes medios de comunicación disponibles y de mayor sintonía con el mensaje de la empresa para dar a conocer la crema de cacao deberá informar, convencer y recordar, así mismo tendrá los siguientes contenidos:

Gráfico N° 26: Slogan

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Estudio Técnico

En esta etapa del proyecto el objetivo principal es determinar los requerimientos de los recursos básicos necesarios para el proceso de producción, para la industrialización de la crema de cacao y los diversos requerimientos que serían necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

El estudio técnico provee información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a esta área.

Aquí se considera los datos obtenidos por el estudio de mercado para determinar la tecnología adecuada, el espacio físico, los recursos materiales y recursos humanos. Se describe el tamaño que tendrá la planta a implementarse la localización, diseño óptimo de la planta y el proceso productivo para la obtención de crema de cacao.

Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto mide la relación de capacidad productiva durante un periodo considerado.

El tamaño de la planta se determina tomado como referencia los resultados que arrojó el estudio de mercado, principalmente del análisis del balance de la oferta y demanda.

Capacidad instalada

Para producir crema de cacao se utilizará específicamente maquinaria como, la mezcladora cuyas especificaciones técnicas determinan que esta tiene una capacidad de producir 20 libras de crema de cacao por hora que multiplicados por 8 horas diarias determina que se producirá 160 libras de crema de cacao diariamente, multiplicados por 260 días laborables al año se obtiene 41.600 libras de crema de cacao anualmente.

Cuadro Nº 31. Capacidad instalada

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE A CUBRIR
0	52.788	41.600	78,81
1	55.035	41.600	75,59
2	57.374	41.600	72,51
3	59.810	41.600	69,55
4	62.346	41.600	66,72
5	64.986	41.600	64,01
6	67.735	41.600	61,42
7	70.598	41.600	58,93
8	73.578	41.600	56,54
9	76.680	41.600	54,25
10	79.910	41.600	52,06

Fuente: Cuadro Nº 30
Elaboración: La Autora

Capacidad utilizada

Para estimar la capacidad utilizada se toma como información base la demanda insatisfecha y la información de la capacidad instalada. Por no disponer de los recursos financieros necesarios se utilizará al inicio de las operaciones el 80% para el primer año, aumentando un 5% anualmente hasta el cuarto año en el cual se estabilizará al 95% hasta el décimo año. Como se puede observar en ninguno de los años la empresa cubrirá la demanda existente.

Cuadro Nº 32. Capacidad utilizada

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA
1	41.600	80%	33.280
2	41.600	85%	35.360
3	41.600	90%	37.440
4	41.600	95%	39.520
5	41.600	95%	39.520
6	41.600	95%	39.520
7	41.600	95%	39.520
8	41.600	95%	39.520
9	41.600	95%	39.520
10	41.600	95%	39.520

Fuente: Cuadro Nº 31
Elaboración: La Autora

Localización

La toma de decisiones sobre la localización de la empresa es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que la presente empresa pretende alcanzar, de ahí que se debe encontrar una localización adecuada y que preste todas las garantías para la buena marcha de la presente empresa en sus actividades productivas y administrativas.

Para poder determinar la localización más adecuada del proyecto, se han analizado algunos factores que inciden directamente en la decisión de la ubicación de la empresa.

- Disponibilidad de Materia prima y Mano de Obra

- Vías de comunicación
- Disponibilidad de servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono, etc.

Macro localización

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.

La empresa estará ubicada:

- **País:** Ecuador
- **Región:** Oriente
- **Provincia:** Orellana

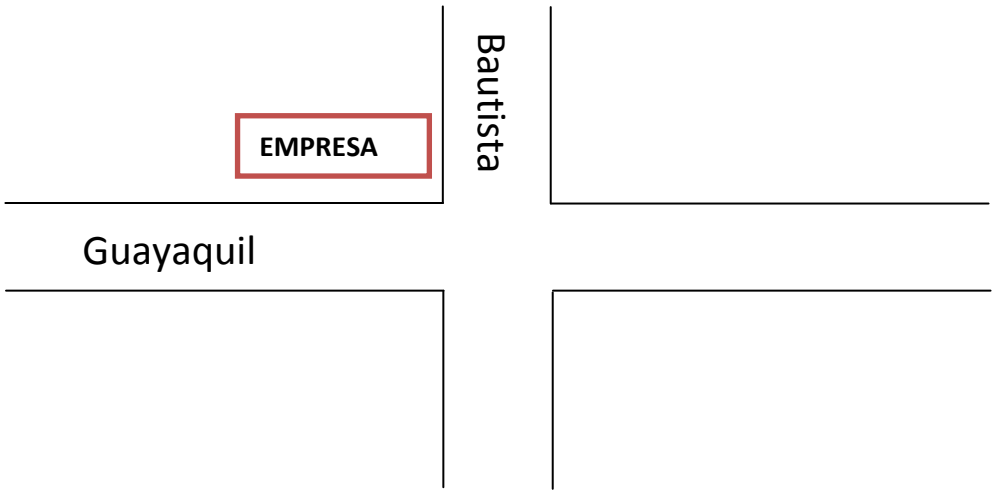
Gráfico N° 27: Macro localización

Fuente: Google maps
Elaboración: La Autora

Micro localización

La planta funcionará en la ciudad de Joya de los Sachas, en las calles Guayaquil y Bautista. Se ha elegido este lugar porque es apropiado para la adquisición de la materia prima y cuenta con todos los servicios básicos como agua, luz, alcantarillado, teléfono, y está cerca a lugares comerciales.

Gráfico N° 28: Micro localización



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Factores de localización.- Son aquellos aspectos que permitirán el normal desempeño de la empresa además de orientar la producción en el espacio, el lugar donde se programará la instalación de la planta productora de crema de cacao, cuenta con los siguientes factores:

- **Insumos.-** Para la disponibilidad de la materia prima, nuestra empresa contará con el apoyo de distribuidores locales.
- **Mano de Obra.-** para la empresa en marcha del proyecto, será necesario, mano de obra calificada, la cual se encuentra disponible en nuestra ciudad y provincia.
- **Servicios Básicos.-** Es necesario que la empresa disponga de todos los servicios básicos que contribuyan al funcionamiento eficiente de la

misma, estos servicios necesarios son: agua potable, luz eléctrica, servicio telefónico y alcantarillado.

- **Vías de comunicación.-** Otro factor que se requiere para la puesta en marcha de toda empresa, constituye la disponibilidad de vías de comunicación adecuada que facilite la trasportación tanto para el abastecimiento de materia prima, así como para la distribución del producto final, características que reúne el sector donde funcionará la empresa.

- **Mercado Potencial.-** Lo constituyen la población económicamente activa del cantón Joya de los Sachas.

Cuadro Nº 33. Matriz Ponderada

FACTORES LOCACIONALES	PESO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN			
		A		B	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Costo de Terreno	35	60	21	70	24,5
Seguridad	30	70	21	80	24
Facilidad de parqueo	20	60	12	80	16
Disponibilidad de servicios básicos	15	100	15	100	15
TOTAL	100		69		79,9

Fuente: (Baca Urbina, 2011)
Elaboración: La Autora

Luego de haber analizado los factores anteriormente señalados y la matriz ponderada de localización, se llegó a determinar que la empresa

estará ubicada en la parte norte de la ciudad de Joya de Los Sachas, en la Av. Guayaquil y Bautista y que cuenta con terreno, disponibilidad de paqueo, seguridad y servicios básicos.

Ingeniería de la planta

El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con instalación y funcionamiento de la planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

Descripción de maquinaria y equipo

Para el proceso de producción de crema de cacao será necesario utilizar los siguientes equipos:

Gráfico N° 29: Mezcladora

MEZCLADORA AUTOMÁTICA BATCH 450/160 NTI/JAH, PERMITE MEZCLAR EN LA INDUSTRIA ALIMENTICIA

20 litros por hora

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 30: Envasadora

ENVASADORA AUTOMÁTICA PREBOST ENVASA 20 ENVASES POR HORA.

MG. 10.000 CC

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 31: Etiquetadora

ETIQUETADORA PLÁSTICA AUTOMÁTICA LLENA DY820 PROPORCIONADO POR GUANGZHOU DAYUAN MACHINERY EQUIPMENT

100 ETIQUETAS POR HORA

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 32: Balanza

BALANZA DIGITAL ELECTRONICA A BATERIA CORRIENTE 30 KILOS MARCA E-ACCURA ACCURA MODELO SA110

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 33: despulpadora

DESPULPADORA ELECTRONICA MARCA ACURSA MODELO DPT150

CAP. 150 X 32 DIARIOS

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Herramientas

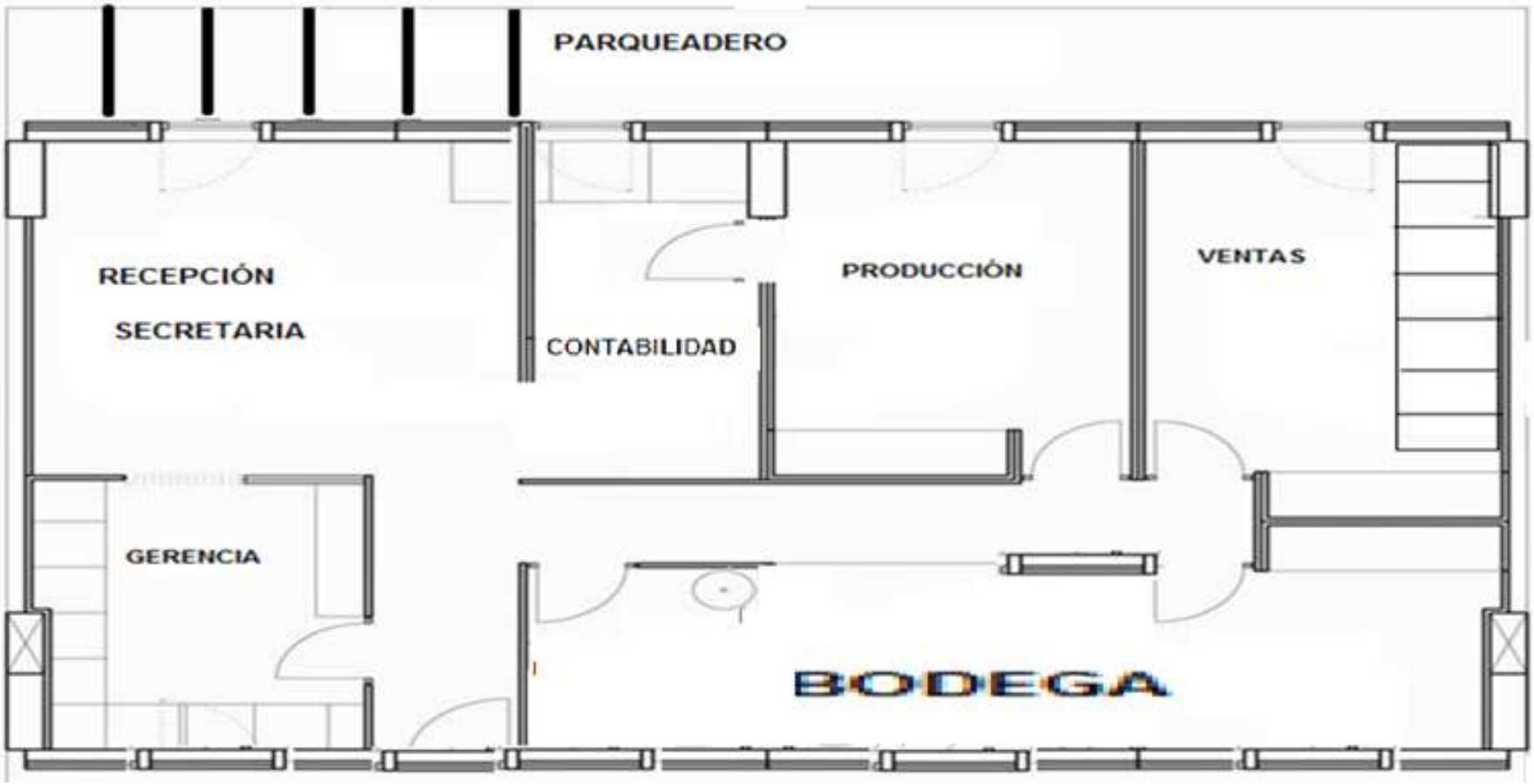
Son las herramientas necesarias para el funcionamiento de la empresa productora de crema de cacao.

- Bandejas Plásticas de 30 X 20
- Machetes Tramontina 14 Inch Bolo Machete with Hardwood Handle
- Espátulas 3 claveles curvas

Distribución de la planta

La distribución del área física así como la maquinaria y equipo debe brindar condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando las condiciones de seguridad industrial para el trabajador. Por tal razón la dimensión de las instalaciones que serán arrendadas en el sector Bautista será de 100 m^2.

Gráfico N° 34: Distribución Física



Fuente: Ing. Pedro Aguilera
Elaboración: La Autora

Proceso productivo

El proceso productivo es la aplicación de las formas y métodos para cambiar y transformar un conjunto de materias primas, mediante la utilización de equipos, herramientas, maquinarias y mano de obra necesarios, en un producto terminado; en el presente caso la Crema de Cacao.

Flujograma de procesos.

Al hablar de proceso productivo nos referimos a las diferentes etapas por las cuales se transforman determinadas materias primas e insumos para obtener un producto terminado, en si la actividad que se desarrolla se la puede hacer representativa de la siguiente manera.

Recepción de materia prima.- Se recibe en sacos de yute de 50 libras, y se descargan. Una vez muestreados para análisis, se transportan hasta la bodega de almacenamiento del cacao. Si la humedad del cacao es mayor a 12%, se somete a un proceso de secado.

Secado.- El cacao se coloca en un secador de gas, el tiempo de secado depende de la humedad inicial del grano, hasta llegar a la humedad deseada de 7 a 12%.

Limpieza.- El cacao pasa a una zaranda vibratoria de mallas de diferente apertura, alimentada por flujo de aire, separando así el cacao pelota, el quebrado, ramas, cascarilla y otro tipo de impurezas, recogidas en un ciclón separador. El cacao cae a una banda transportadora que lo conduce hacia el tostador. El cacao pelota, se almacena en fundas de papel kraft, se separa manualmente e ingresan de nuevo al proceso.

Tostado.- Tiene por objeto reducir la humedad del cacao a un promedio del 2 % y desarrollar el aroma y sabor característico. El tostador se compone de parrillas de precalentamiento, tostación y enfriamiento.

Descascarillado.- Consiste en eliminar la cáscara presente en las habas de cacao. El grano ingresa al quebrantador, que por fuerza centrífuga rompe el grano. El cacao quebrado y la cáscara caen sobre tamices de diferente apertura y a través de flujos de aire separan la cascarilla presente en el nib. El nib libre de cascarilla pasa a la siguiente etapa que es la molienda.

Molienda.- En esta etapa se muele el nib para transformarlo en licor de cacao, una masa viscosa de una finura de 99,2% que es almacenado en un tanque de 10 Toneladas.

Esterilización.- El licor almacenado se somete a un proceso de esterilización, con la finalidad de reducir la carga microbiana, la

temperatura va desde 110ºC hasta 120ºC, por 15 horas aproximadamente.

Prensado.- El licor se dosifica a los vasos de las prensas y es comprimido. En esta etapa se extrae la manteca y un residuo sólido llamado torta de cacao, que se descarga de las prensas por gravedad y es transportado por medio de bandas a las trituradoras.

Triturado.- Esta etapa tiene como finalidad disminuir el tamaño de la torta a través de esfuerzos mecánicos para hacer más fácil el trabajo de los pulverizadores.

Pulverizado.- La torta luego de haber pasado por el último rompedor, pasa al pulverizador de platos y pines que giran en sentido contrario y permiten obtener crema de cacao envasado en fundas de polietileno de baja densidad y funda kraft, con un peso de 1.000 gr., equivalentes a 1 libra.

Recepción.- En la bodega de materia prima se reciben los demás ingredientes (polidextrosa, complejo vitamínico, saborizante, vainillina y lecitina) que son analizados por Control de Calidad.

Pesado.- Las materias primas, pasan a dosimetría donde se pesa cada uno de los ingredientes que luego ser mezclados con el polvo natural.

Mezclado.- Esta etapa consiste en mezclar todos los ingredientes que componen la crema de cacao. El tiempo de mezclado es aproximadamente 30 minutos, con esto se consigue un producto homogéneo. El mezclador de polvos es un cubículo cerrado que consta de un agitador que gira en su interior, consiguiendo así la mezcla que a través de un tornillo sin fin pasa a la máquina de envasado.

Envasado.- La mezcla homogénea es transportada hacia el silo de la maquina envasadora y es allí envasada en fundas de polipropileno transparente con polietileno con capacidad de 1 libra.

Almacenamiento.- El producto envasado es almacenado en la bodega de producto terminado, las condiciones de almacenamiento deben ser en un lugar limpio, fresco y seco.

Cuadro Nº 34. Diagrama de proceso productivo para la producción de crema de cacao

FASES	PROCESO PRODUCTIVO	INSPECCIÓN	OPERACIÓN	OPERACIÓN DEMORA	DEMORA	TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	TIEMPO	DISTANCIA
1	Recepción de la materia prima		●					20 min	
2	Secado	●						30 min	2 M
3	Limpieza		●					20 min	2 M
4	Tostado		●					25 min	4 M
5	Descascarillado		●					35 min	3 M
6	Molienda		●					20 min	2 M
7	Esterilización	●						20 min	1 M
8	Prensado		●					15 min	2 M
9	Triturado	●						15 min	3 M
10	Pulverizado		●					20 min	2 M
11	Recepción					●		10 min	2 M
12	Pesado	●						30 min	2 M
13	Mezclado							11 min	1 M
14	Envasado		●					18 min	1 M
15	Almacenamiento						●	20 min	6 M
Total								**480 min**	
Total								**8 horas**	**160 libras de crema de cacao**

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Organización de la empresa

Una de las partes fundamentales para implementar un proyecto es la organización, pues para su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

MINUTA DE CONSTITUCION DE LA EMPRESA LA CREMA DE CACAO VERA Cia. Ltda.

SEÑOR NOTARIO:

Sírvase insertar en el protocolo de escrituras públicas a su cargo, una de constitución de compañía, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- MARÍA ESPERANZA VERA DE LA CRUZ, ecuatoriano portador de la cédula 1311860694, MANUEL ALEJANDRO VERA SÁNCHEZ, ecuatoriano portador de la cédula 0702553337 y JUAN ANDRÉS VERA SÁNCHEZ, ecuatoriano portador de la cédula 0702121121 en ejercicio pleno de sus derechos comparecen a la constitución de la Empresa Crema de Cacao Vera Cia. Litda.

SEGUNDA.- DECLARACION DE VOLUNTAD.- Los comparecientes declaran que constituyen una empresa dedicada a la producción y

comercialización de crema de cacao, con responsabilidad limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA

TITULO PRIMERO.- DENOMINACION, DOMICILIO, OBJETO Y DURACION.-

Art. 1.- La empresa de Economía Privada, formada en virtud del presente contrato de sociedad y que se regirá de acuerdo a este estatuto se denomina Crema de Cacao Vera Cia. Litda.

Art. 2.- (DOMICILIO).- La compañía tendrá su domicilio principal en la parroquia Joya de los Sachas, cantón Joya de los Sachas provincia de Orellana, República del Ecuador, pudiendo establecer sucursales, agencias o mandatarios en otras ciudades del país o en el exterior, podrá así mismo trasladarse el domicilio social a otra ciudad del país cumpliendo lo que dispone la ley para este caso.-

Art. 3.- (OBJETO).- El objeto de la compañía es la producción y comercialización de crema de cacao.- Para el cumplimiento de su objeto, la empresa podrá intervenir como socio en la formación de toda clase de

sociedades o empresas, aportar capital a las mismas, o adquirir, tener y poseer acciones, obligaciones o participaciones de otras empresas en general en el país o en el exterior; la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos importaciones, exportaciones y operaciones permitidas por la Leyes Laborales, franquicias y de cualquier otra índole.- Para estos negocios en general, la empresa podrá realizar toda clase de actos, contratos y operaciones permitidas por las Leyes Ecuatorianas, que sean acordes a su objeto.-

Art. 4.- (PLAZO, DURACION).- El plazo de duración de la sociedad será de cincuenta años desde la inscripción del contrato de sociedad en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser modificado por la Junta General de Accionistas siguiendo el procedimiento que señala la Ley.-

TITULO SEGUNDO.- CAPITAL, ACCIONES, OBLIGACIONES Y AUMENTOS.-

Art. 5.- (CAPITAL).- El capital autorizado, suscrito y pagados es de UN MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. $ 1.000,00).- Las acciones serán ordinarias y nominativas de UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (USD. $ 1,00) cada una.-

Art. 6.- (TITULOS DE ACCIONES).- Los títulos de acciones serán ordinarios y nominativos y deberán ser autorizados por las firmas del Presidente y Gerente General de la Empresa.-

Art. 7.- (DERECHOS).- Las acciones dan derecho a voto en la Junta General de Accionistas en proporción a su valor pagado, para tomar parte en las juntas, es necesario que el accionista conste como tal en el libro de acciones y accionistas.-

Art. 8.- (AUMENTO DE CAPITAL).- El capital de la empresa podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Junta General de Accionistas, por los medios y en la forma establecida por la ley de Compañías. Los accionistas tendrán derecho preferente en la suscripción de las nuevas acciones en proporción de las que tuvieren pagadas al momento de efectuar dicho aumento.-

Art. 9.- (RESPONSABILIDAD).- La responsabilidad de los accionistas por las obligaciones sociales se limita al monto de sus acciones. La acción con derecho a voto lo tendrá en relación a su valor pagado, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 10.- (LIBRO DE ACCIONES).- La empresa llevará un libro de acciones y accionistas en el que se registrara las transferencias de las

acciones, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto del derecho sobre las acciones, la propiedad de las acciones se probara con la inscripción en el libro de acciones y accionistas, el derecho de negociar las acciones y transferirlas se sujeta a lo dispuesto por la Ley de Compañías.-

TITULO TERCERO.- EJERCICIO ECONOMICO, BALANCE, DISTRIBUCION DE UTILIDADES Y RESERVAS.-

Art. 11.- (EJERCICIO ECONOMICO).- El ejercicio económico será anual y terminara el treinta y uno de diciembre de cada año, al fin de cada ejercicio y dentro de los tres primeros meses del siguiente año, el Gerente General someterá a consideración de la Junta General de Accionistas , el balance general anual, el estado de pérdidas y ganancias, la fórmula de distribución de beneficios y demás informes necesarios, durante los quince días anteriores a la sesión de junta tal informe y balances podrán ser examinados por los accionistas en las oficinas de la empresa.-

Art. 12.- (UTILIDADES Y RESERVA).- La Junta General de Accionistas resolverá la distribución de utilidades, la que será en proporción al valor pagado de las acciones. De las utilidades liquidas se segregara el 10% para la formación e incremento del fondo de reserva legal el mismo que será depositado en un banco calificado como altamente seguro tanto del país o del exterior, el fondo de reserva no será disminuido por ninguna

causa y de el se puede suponer exclusivamente el 50 % de los intereses que generan por su condición de depósito permanente, la duración del fondo será igual al plazo o duración de la empresa, para el traslado del fondo de un Banco a otro o depósito en varios Bancos se deberá contar con la autorización de la Junta General de Accionistas, el objeto del fondo es el de respaldar las operaciones de la empresa.

TITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, ADMINSITRACIÓN Y REPRESENTACION DE LA COMPAÑIA.-

Art. 13.- (GOBIERNO Y ADMINISTRACION).- La empresa estará gobernada por la Junta General de Accionistas y Administrada por el Directorio, por el Gerente General, cada uno de estos órganos con las atribuciones y deberes que les concede la Ley de Compañías y estos estatutos.-

Art. 14.- (DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS).- La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la empresa, se reunirá ordinariamente una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente las veces que fuere convocada para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta estará formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos.-

Art. 15.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a la Junta General de Accionistas la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la empresa, cuando menos con ocho días de anticipación a la reunión de la Junta y expresando los puntos a tratarse.-

Art. 16.- (REPRESENTACION DE LOS ACCIONISTAS).- Las Juntas Generales de Accionistas, ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la empresa, los accionistas podrán concurrir a la junta personalmente o mediante poder otorgado a un accionista o tercero, ya se trate de poder notarial o de carta poder, para cada junta, el poder a un tercero será necesariamente notariada, no podrán ser representantes de los accionistas los administradores.

Art. 17.- (QUOROM).- Para que se instale válidamente la Junta General de Accionistas, en primera convocatoria se requerirá de la presencia de por lo menos la mitad del capital pagado, si no hubiere este quórum habrá una segunda convocatoria mediando cuando más treinta días de la fecha fijada para la primera reunión y la Junta General de instalar con el número de accionistas presentes o que concurran, cualquiera sea el capital que representen, particular que se expresara en la convocatoria para los casos contemplados en el Art. 240 de la Ley de Compañías, se seguirá al procedimiento señalado.

Art. 18.- (DE LA PRESIDENCIA).- Presidirá la Junta General de Accionistas el Presidente de la Empresa, actuara como secretario el Gerente General, a falta del Presidente actuara quien lo Subrogue y falta del Gerente General, actuara como secretario la persona que designe la junta.-

Art. 19.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL).- La Junta General de Accionistas legalmente convocada y reunida, es el órgano supremo de la empresa y en consecuencia tiene plenos poderes para resolver todos los asuntos relacionados con los negocios sociales así como con el desarrollo de la empresa que no se hallaren atribuidos a otros órganos de la empresa siendo de su competencia los siguiente a) Nombrar al Gerente General; b) Autorizar la contratación de auditorías externas; c) Conocer y aprobar el presupuesto anual y sus reformas; d) Conocer y resolver todos los informes que presente el Directorio como los relativos a balances, reparto de utilidades, formación de reservas, administración; e) Resolver sobre el aumento o distribución de capital, prorroga de plazo, disolución anticipada, cambio de domicilio, de objeto social y demás reformas al estatuto de conformidad con la Ley de Compañías; f) conocer y aprobar los reglamentos internos de la empresa; g) Fijar las remuneraciones que percibirá el Gerente General, fijar las dietas que percibirán los miembros del Directorio; h) Resolver acerca de la disolución y liquidación de la empresa, designar a los liquidadores, señalar la remuneración de los liquidadores y considerar las

cuentas de liquidación; i) Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales de conformidad con la ley; j) Interpretar obligatoriamente el presente estatuto; k) Resolver cualquier asunto que fuere sometido a su consideración y que no fuere atribución de otro órgano de la empresa; l) Los demás que contemple la ley y estatutos.-

Art. 20.- (JUNTA UNIVERSAL).- La empresa podrá celebrar sesiones de Junta General de Accionistas en la modalidad de Junta Universal de conformidad con lo dispuesto en el Art. 238 de la Ley de Compañías, esto es que la Junta pueden constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y de los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así legalmente convocada y válidamente constituida.-

Art. 21.- (DEL DIRECTORIO).- El directorio estará integrado por el Presidente de la empresa y por cuatro vocales principales, los vocales deben ser elegidos pro la Junta General de Accionistas, los vocales durarán en sus funciones cuatro años y pueden ser reelegidos y permanecerán en sus cargos hasta ser legalmente reemplazados, para ser vocales del Directorio no se requiere la calidad de accionista.-

Art. 22.- (PRESIDENCIA DEL DIRECTORIO).- Presidirá las sesiones del Directorio el Presidente de la empresa y actuara como secretario el Gerente General, a falta del Presidente lo remplazará su Subrogante y falta del Gerente General se nominara un secretario Ad-hoc.-

Art. 23.- (CONVOCATORIA).- La convocatoria a sesión de directorio la hará el Presidente de la empresa mediante comunicación escrita a cada uno de los miembros, con cuarenta y ocho horas de anticipación, por lo menos a la fecha de sesión, el quórum se establece con más de la mitad de los miembros que lo integran.-

Art. 24.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL DIRECTORIO).- Son atribuciones y deberes del directorio los siguientes: a) Sesionar ordinariamente cada cuatro meses y extraordinariamente cuando fuere convocado; b) Someter a la consideración de la Junta General de Accionistas el Proyecto de Presupuesto en el mes de Enero de cada año; c) Autorizar la compra y transferencia de inmuebles a favor de la empresa, así como la elaboración de contratos de hipoteca y cualquier otro gravamen que limite el dominio y autonomía o posesión de los bienes inmuebles de propiedad de la empresa; d) Autorizar al Gerente General el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que se requiera tal aprobación, en razón de la cuantía fijada por la Junta General; e) Controlar el movimiento económico de la empresa y dirigir la política de los negocios de la misma; f) Cumplir y hacer cumplir las

resoluciones de la Junta General y las disposiciones legales, del Estatuto y Reglamentos; g) Presentar a conocimiento de la Junta General de Accionistas el proyecto de creación e incrementos de reservas legal, facultativas o especiales; h) Determinar los cargos para cuyo ejercicio se requiera caución y calificar las cauciones; i) Los demás que contemple la ley, los estatutos y las resoluciones de la Junta General de Accionistas.-

Art. 25.- (RESOLUCIONES).- Las resoluciones del Directorio serán tomadas por simple mayoría de votos y los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.-

Art. 26.- (ACTAS).- De cada sesión de Directorio se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el Presidente y el Secretario que actuaron en la reunión.-

Art. 27.- (DEL GERENTE GENERAL).- El Gerente General será elegido por la Junta General de Accionistas, para un periodo de cuatro años, puede ser reelegido indefinidamente y podrá tener o no la calidad de accionista, ejercerá el cargo hasta ser legalmente reemplazado. El Gerente General será el representante legal de la empresa.-

Art. 28.- (ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL).- Son deberes y atribuciones del Gerente General de la empresa: a)

Representar legalmente a la empresa, en forma judicial y extrajudicial; b) Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa; c) Dirigir la gestión económico-financiera de la empresa; d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la empresa; e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la empresa; f) Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el Presidente, hasta por el monto para el que está autorizado; g) Extender el nombramiento del Presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; i) Presentar anualmente informa de labores ante la Junta General de Accionistas; j) Conferir poderes especiales y generales de acuerdo a lo dispuesto en el estatuto y en la ley; k) Nombrar al Gerente Técnico, responsable directo de las plantaciones; l) Nombrar empleados y fijar sus remuneraciones; m) Cuidar que se lleven de acuerdo con la ley los libros de contabilidad, el de acciones y accionistas y las actas de la Junta General de Accionistas; n) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas; ñ) Presentar a la Junta General de Accionistas el Balance, el estado de Pérdidas y Ganancias, la liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; o) Subrogar al Presidente de la Empresa en todo caso de falta o ausencia; p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que

establece la ley, el presente estatuto y reglamentos de la empresa, así como las que señale la Junta General de Accionistas.-

Art. 29.- (DEL GERENTE TÉCNICO).- Será nombrado por el Gerente General, quien fijará su remuneración de acuerdo al nivel profesional y experiencia, será un profesional experto en áreas de producción agro-industrial, dispuesto al trabajo en las plantaciones, oficinas de la empresa y a realizar viajes al exterior por temas específicos relacionados al objeto de la empresa, se reportará directamente al Gerente General y presentará planes de trabajo, proyectos de ampliación, monitoreo de operación y todo lo relacionado al desarrollo del trabajo en el campo.-

Art. 30.- (DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA EMPRESA).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección décimo segunda de esta ley, así como por el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.-

Art. 31.- (DISPOSICIÓN GENERAL).- En todo lo no previsto en este estatuto se estará a las disposiciones de la Ley de Compañías y sus Reglamentos, así como a los reglamentos de la empresa y a lo que resuelva la Junta General de Accionistas.-

Art. 32.- (AUDITORÍA).- Sin perjuicio de la existencia de órganos internos de fiscalización, la Junta General de Accionistas podrá contratar la Asesoría Contable o Auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia.

TÍTULO QUINTO.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El Capital de la compañía ha sido suscrito y pagado por los accionistas en la siguiente Conforme consta del certificado de integración de Capital que se agrega como habilitante, todos los accionistas aportarán por igual la cantidad de 500,00 dólares, con lo que se conseguirá un total de 1.000,00 dólares.

TÍTULO SEXTO.- NOMBRAMIENTO DE DIRECTORES Y REPRESENTANTES

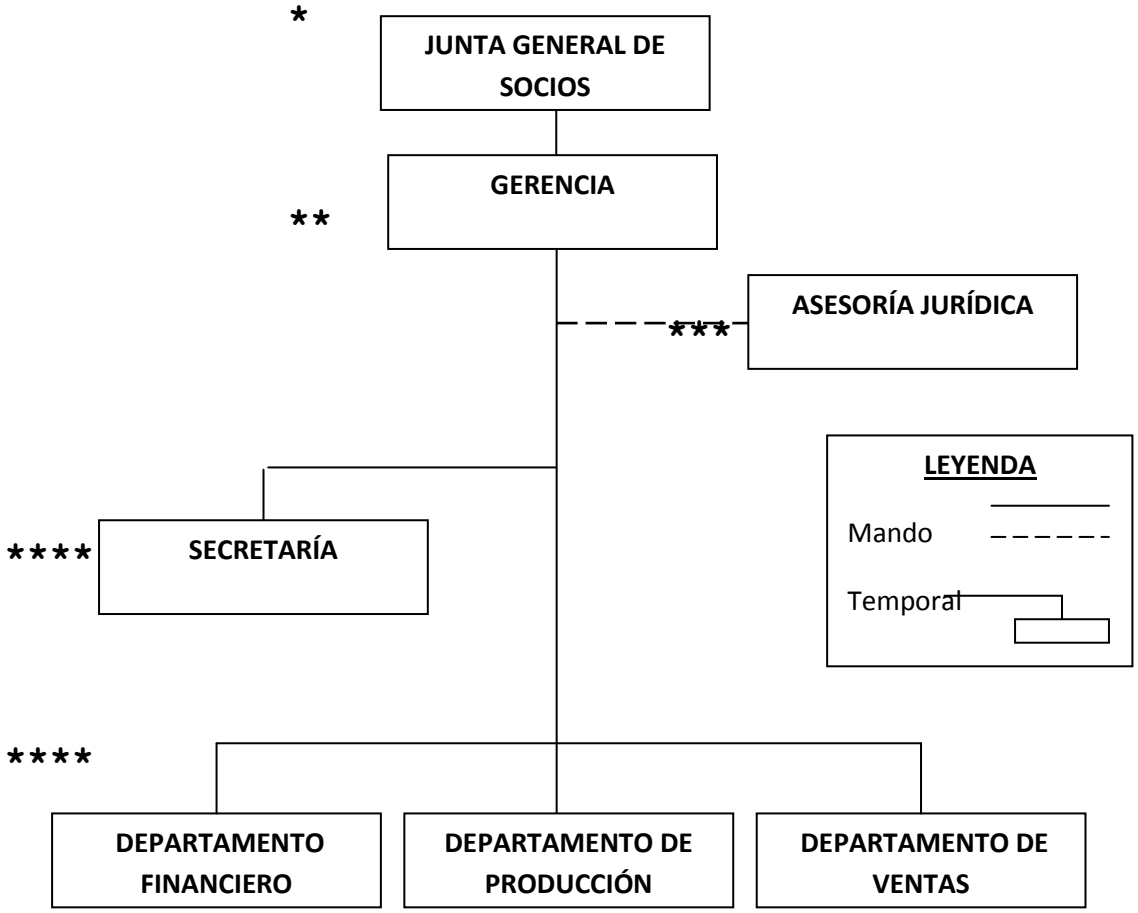
De conformidad con el Art. 312 de la Ley de Compañías y el presente estatuto se designa Director a la señora María Vera; se designa Gerente General al Sr. Manuel Vera. Usted Señor Notario sírvase agregar los documentos habilitantes mencionados y las demás cláusulas de estilo para la validez de la presente Escritura Pública.

Organigramas

Franklin (2012), considera que son cuadros de organización que muestran ordenadamente los diferentes agrupamientos de las actividades básicas en departamentos y otras unidades también las principales líneas de

autoridad y responsabilidad existentes entre estos departamentos y unidades.

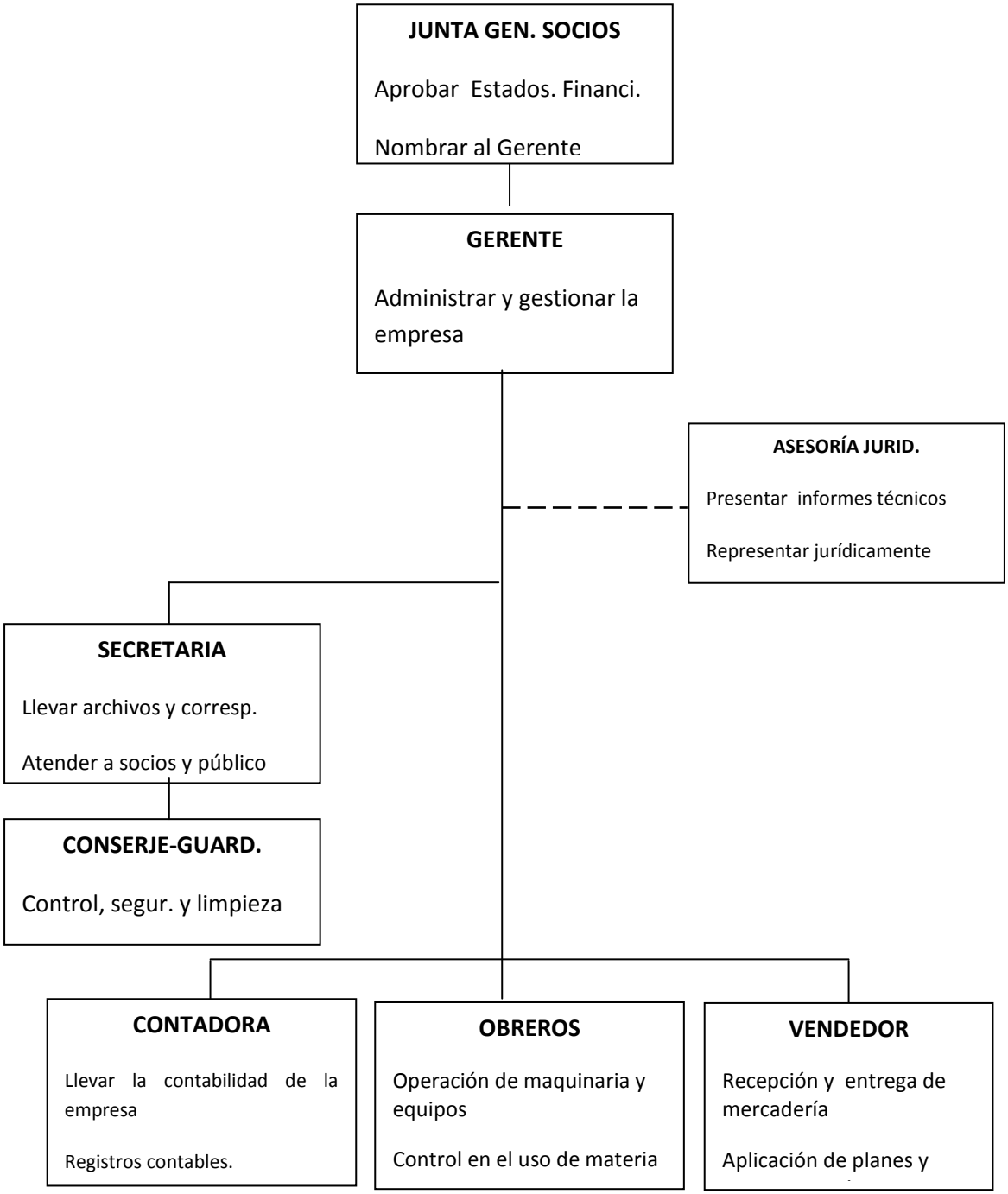
Gráfico N° 35: Organigrama Estructural "Crema de Cacao Vera Cia. Ltda."



*	**Nivel Legislativo**
**	**Nivel Ejecutivo**
***	**Nivel Asesor**
****	**Nivel Auxiliar**
*****	**Nivel Operativo**

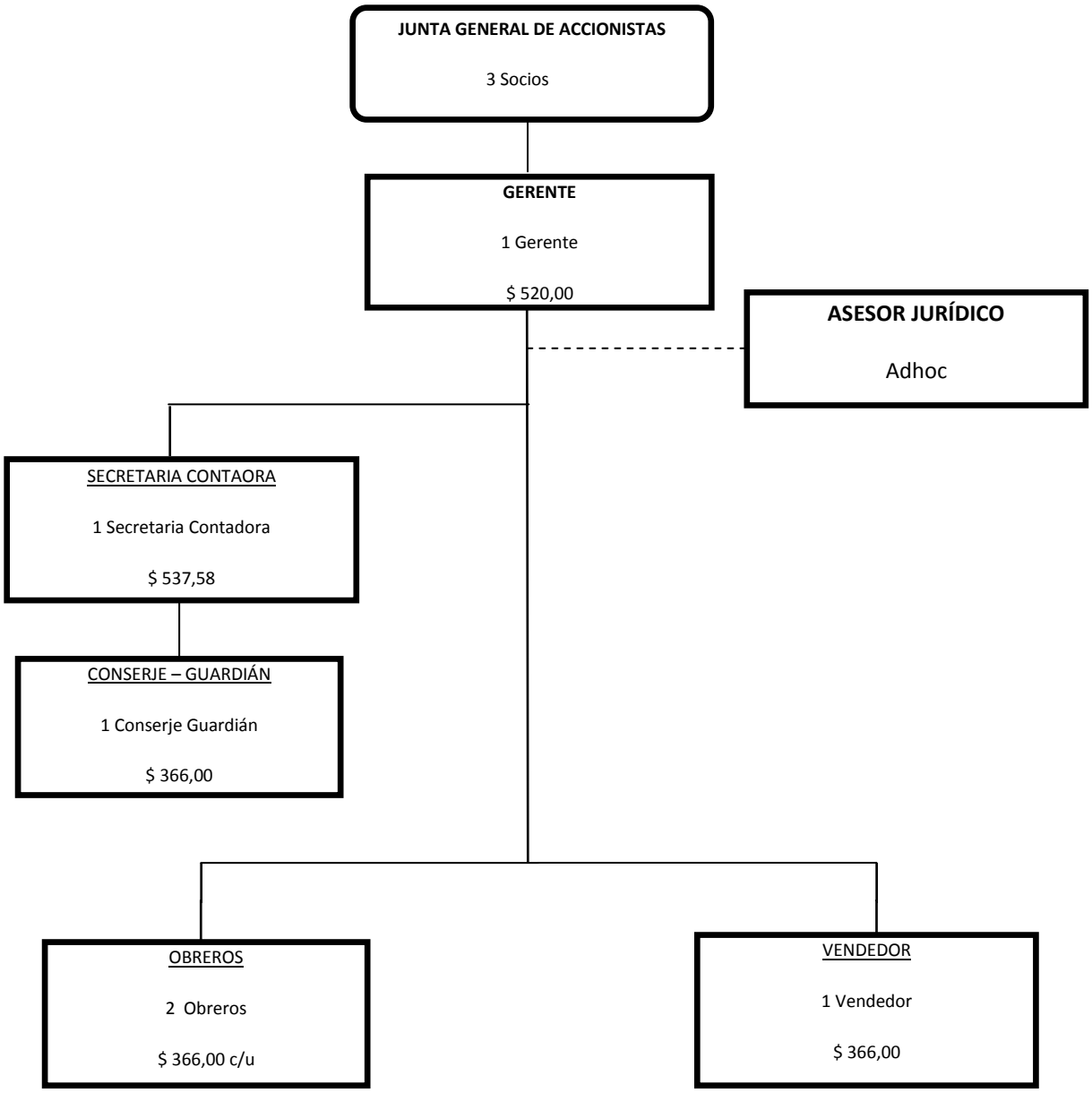
Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 36: Organigrama Funcional "Crema de Cacao Vera Cia. Ltda."



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 37: Organigrama Posicional "Crema de Cacao Vera Cia. Ltda."



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Manual de funciones

NOMBRE DEL PUESTO : GERENTE	**CODIGO : 01**
NIVEL JERARQUICO : EJECUTIVO	

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. Supervisar, guiar y planificar el proceso del servicio entregado.

TAREAS TÍPICAS:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la Compañía.
- Directorio determinen.
- Ejercer la representación legal de la empresa.
- Formular planes y programas que deba cumplir la Compañía.
- Elaborar los reglamentos de procedimientos que sean necesarios para el buen funcionamiento de la Compañía.
- Dirigir y coordinar las actividades de la Compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma.
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de producción, finanzas y de mercadeo.
- Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa.
- Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos del caso.
- Organizar cursos de capacitación.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Responsabilidad administrativa económica y técnica en la ejecución de las tareas.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

HABILIDAD

EDUCACIÓN : Título profesional en la Carrera de Ingeniería Comercial

EXPERIENCIA: Más de 2 años en funciones similares

INICIATIVA : Gran iniciativa y criterio en la toma de decisiones y proponer procedimientos en la realización de las tareas.

NOMBRE DEL PUESTO : ASESOR JURÍDICO	**CODIGO :** 02
NIVEL JERARQUICO : ASESOR	

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa.

TAREAS TÍPICAS:

- Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.
- Elaborar contratos de trabajo.
- Actuar como secretario en las reuniones convocadas por la JGS.
- Elaborar documentos de acuerdo y compromiso con el recurso humano que comercializa el producto a través de catálogos.
- Contratos con proveedores
- Realizar convenios
- Elaborar informes jurídicos
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Ética profesional, su participación es eventual, recomienda toma de acciones, no tiene poder de decisión.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Abogado de los Tribunales de Justicia
- **Experiencia:** Dos años en funciones similares
- **Capacitación:** Manejo de informática básica.

NOMBRE DEL PUESTO : SECRETARIA	**CODIGO :** 03
NIVEL JERARQUICO : AUXILIAR	

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.

TAREAS TÍPICAS:

- Atender al público.
- Brindar información a los clientes.
- Redactar oficios, memorando y circulares internas.
- Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.
- Manejar archivo.
- Llevar los controles diarios
- Administración de Caja Chica.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

- **Instrucción Formal:** Media
- **Título:** Bachiller en Secretariado.
- **Experiencia:** Un año en funciones similares
- **Capacitación:** Manejo programas informáticos básicos, Técnicas de Redacción Comercial, Curso de relaciones humanas.

NOMBRE DEL PUESTO : CONTADORA	**CODIGO :** 04
NIVEL JERARQUICO : OPERATIVO	

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Ejecutar actividades contables para la emisión de Estados Financieros.

TAREAS TÍPICAS:

- Elabora conciliaciones bancarias.
- Elabora roles de pago.
- Registro y mantenimiento de Kárdex de suministros y materiales.
- Elabora órdenes de compra y pago a proveedores.
- Consolida, revisa y verifica que las facturas se encuentren debidamente legalizadas.
- Archivo, mantenimiento y custodia de los contables diarios.
- Elaborar planillas IESS, SRI.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Eficiencia, responsabilidad y ética profesional.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Contadora
- **Experiencia:** Un año en funciones similares
- **Capacitación:** Manejo de sistema informático contable, Conocimiento de leyes tributarias y laborales.

NOMBRE DEL PUESTO : OBRERO	**CODIGO :** 05
NIVEL JERARQUICO : OPERATIVO	

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Ejecutar las actividades del proceso de producción asignadas por el nivel superior.

TAREAS TÍPICAS:

- Ordenar y almacenar la materia prima que ingresa a producción.
- Efectuar las labores de envasado y embalaje del producto.
- Realizar la limpieza del equipo e instalaciones al finalizar tareas.
- Custodiar y velar por la conservación, así como el buen uso del equipo y materiales asignados a su cargo.
- Ejecutar el proceso de producción.
- Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo.
- Realizar la limpieza diaria de la maquinaria y del área de trabajo.
- Colaborar en las actividades de venta
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Eficiencia, responsabilidad y ética profesional.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

- **Instrucción Formal:** Media
- **Título:** Bachiller en cualquier rama
- **Experiencia:** No indispensable
- **Capacitación:** No indispensable.

NOMBRE DEL PUESTO : VENDEDOR	**CODIGO :** 06
NIVEL JERARQUICO : OPERATIVO	

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar estrategias de distribución y comercialización del producto.

TAREAS TÍPICAS:

- Responsable de las ventas en el mercado de la provincia.
- Entregar los productos en los lugares convenidos Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.
- Responsabilizarse de la mercadería que le sea asignada
- Promover mediante la publicidad la venta del producto.
- Mantener una buena relación con el cliente.
- Brindar información al cliente de cómo será pagado el producto.
- Verificar que el producto tenga los elementos necesarios para su distribución
- Las demás que por disposición superior le sean asignadas

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Requiere de conocimiento de comercialización, distribución y venta del producto.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Egresado en Administración de empresas
- **Experiencia:** Un año en labores similares
- **Capacitación:** Curso de relaciones humanas.

NOMBRE DEL PUESTO : CONSERJE GUARDIAN	**CODIGO : 07**
NIVEL JERARQUICO : AUXILIAR	

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Mantener las instalaciones de la empresa en buen estado.

TAREAS TÍPICAS:

- Abrir y cerrar las instalaciones de la empresa.
- Realizar la limpieza de la empresa.
- Llevar y traer la correspondencia
- Realizar la vigilancia en la empresa
- Abrir y cerrar las instalaciones de la empresa.
- Control de entrada y salida de personas
- Realizar labores de mantenimiento de las instalaciones
- Las demás que por disposición superior le sean asignadas

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

El puesto requiere que sea una persona responsable para resguardar las instalaciones de la empresa.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

- **Instrucción Formal:** Bachiller
- **Experiencia:** Un año en labores similares
- **Capacitación:** Servicio militar obligatorio.

Estudio Financiero

El estudio financiero determina cual será el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera, la que a su vez permitirá determinar su rentabilidad.

Además, tiene por objeto determinar, de una manera contable, la magnitud de la inversión, de la alternativa de producción que se determinó en el Estudio Técnico. El estudio, se integra generalmente con el control de los presupuestos de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación de la empresa.

En el futuro se podrá tomar decisiones acertadas en lo que respecta a la proyección del movimiento del efectivo en las áreas operativas, inversión y de financiamiento, es decir; se determinará si existe el uso racional de los ingresos y desembolsos de efectivo; corregir las deficiencias encontradas que originan un desfase entre lo planificado y lo realmente ejecutado, se estaría evaluando el potencial flujo de efectivo neto en el presente y con proyecciones al futuro; así se podrán prever nuevas

inversiones, mantener o cambiar las políticas de comercialización, tomando medidas para disminuir gastos innecesarios, etc.

Los datos obtenidos en esta etapa son de vital importancia para la financiación y evaluación del proyecto empresarial propuesto.

Inversiones

Son todos los bienes y derechos de la sociedad o empresa. El presente proyecto presenta tres tipos de inversiones como son: Activo Fijo, Activo Diferido, Activo Circulante o Capital de Trabajo.

Activos Fijos

Las inversiones en activos fijos, son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

Maquinaria y equipos.- El precio de la maquinaria y equipo se obtuvo mediante referencias de importadoras a nivel nacional y precios obtenidos en el Internet.

Cuadro Nº 35. Inversión en maquinaria y equipos

DETALLE	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
MEZCLADORA	1	2.900,00	2.900,00
ENVASADORA	2	4.300,00	8.600,00
ETIQUETADORA	1	3.100,00	3.100,00
BALANZA	2	460,00	920,00
DESPULPADORA	2	2.890,00	5.780,00
TOTAL			**21.300,00**

Fuente: Anexo N° 15
Elaboración: La Autora

Muebles y enseres.- Son todos los implementos que se requerirán y facilitarán el desarrollo de las actividades administrativas y productivas de la nueva unidad productiva.

Cuadro Nº 35. Inversión en muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
ESCRITORIOS	3	330,00	990,00
SILLA GIRATORIA	3	125,00	375,00
ARCHIVADOR "AB"	2	210,00	420,00
JUEGO DE SALA DE ESPERA	1	650,00	650,00
PAPELERAS	3	25,00	75,00
SILLAS DE MADERA	10	35,00	350,00
TOTAL			**2.860,00**

Fuente: Anexo N° 16
Elaboración: La Autora

Equipo de computación.- El sistema de información que se va a manejar en la nueva empresa será en lo posible automatizada, por ello se requiere de sistemas computacionales.

Cuadro Nº 36. Inversión en equipos de computación

DETALLE	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
COMPUTADORA	3	870,00	2.610,00
IMPRESORA	2	95,00	190,00
UPS ACUMULADOR DE ENERGÍA	3	75,00	225,00
TOTAL			**3.025,00**

Fuente: Anexo N° 18
Elaboración: La Autora

Herramientas.- Para el buen funcionamiento de las actividades empresariales se requiere de herramientas que permitan la optimización del proceso productivo.

Cuadro Nº 37. Inversión en herramientas

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
CAJA DE HERRAMIENTAS	1	200,00	200,00
BANDEJAS	8	19,00	152,00
MACHETES	4	21,00	84,00
ESPÁTULAS	4	14,00	56,00
ACEITERA PARA MAQUINAS	2	23,00	46,00
TOTAL			**538,00**

Fuente: Anexo N° 19
Elaboración: La Autora

Imprevistos.- Todo presupuesto, por más cuidadoso que haya sido realizado, tendrá siempre un margen de error por razones de la fluctuación de los precios y cambios que se dan, razón por la cual es conveniente incluir un rubro de imprevistos que se calcula generalmente con un porcentaje de las inversiones y que varían de acuerdo a la experiencia que se tenga en los cálculos del proyecto y el grado de confianza que se merezca las estimaciones de las inversiones.

En este caso será del 2%.

Cuadro Nº 38. Resumen de inversiones de activos fijos

INVERSIONES	TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	21.300,00
MUEBLES Y ENSERES	2.860,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.025,00
HERRAMIENTAS	538,00
SUBTOTAL	27.723,00
IMPREVISTOS 2%	554,46
TOTAL	**28.277,46**

Fuente: Cuadros del 35 al 37
Elaboración: La Autora

Reinversiones.- Corresponde a la adquisición de nuevos equipos de computación para los años 4, 7 y 10.

Cuadro Nº 39. Reinversiones equipos de computación

AÑOS	VALOR
1	3.025,00
2	3.127,25
3	3.232,95
4	3.342,22
5	3.455,19
6	3.571,97
7	3.692,70
8	3.817,52
9	3.946,55
10	4.079,94

Fuente: INEC (Tasa de Inflación a julio de 2016 - 3,38%)
Elaboración: La Autora

Depreciaciones.- Corresponde al desgaste que sufren todos los activos para lo cual se explica en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 40. Depreciación de activos fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR DEL ACTIVO	% VALOR RESIDUAL	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	21.300,00	10	2.130,00	21.300,00	10	1.917,00
MUEBLES Y ENSERES	2.860,00	10	286,00	2.860,00	10	257,40
HERRAMIENTAS	538,00	10	53,80	538,00	10	48,42
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.025,00	33,33	1.008,23	3.025,00	3	672,26
TOTALES:			**3.478,03**			**2.895,08**

Fuente: SRI
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 41. Depreciación reinversión equipos de computación

DESCRIPCIÓN	VALOR DEL ACTIVO	% VALOR RESIDUAL	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
AÑO 4 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.342,22	33,33	1.113,96	3.342,22	3	742,75
AÑO 7 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3.692,70	33,33	1.230,78	3.692,70	3	820,64
AÑO 10 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	4.079,94	33,33	1.359,84	4.079,94	3	906,70
TOTALES:			**3.704,58**			**3.704,58**

Fuente: SRI
Elaboración: La Autora

Activos diferidos

Estas inversiones se las realiza sobre activos intangibles, constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los costos de elaboración del proyecto, marcas y registros sanitarios, administrativos de la construcción, instalación de servicios básicos, organización y puesta en marcha e imprevistos.

Los principales ítems en esta inversión, son: gastos de organización, patentes y licencias, Gastos de la puesta en marcha, capacitación, base de datos y los sistemas de información pre operativo.

Cuadro Nº 42. Inversión en activos diferidos

INVERSIONES	**TOTAL**
ELABORACION DEL PROYECTO	700,00
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	800,00
PATENTE Y MARCA	420,00
INSTALACIONES Y ADECUACIONES	5.100,00
SUBTOTAL	7.020,00
IMPREVISTOS 2%	140,40
TOTAL	**7.160,40**

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 43. Amortización de activo diferido

CONCEPTO	**VALOR TOTAL**	**AÑOS 1-10**
ACTIVO DIFERIDO	7.160,40	716,04

Fuente: Cuadro N° 42
Elaboración: La Autora

Activos circulantes

Está constituido por valores necesarios para la operación inicial del proyecto necesarios para un ciclo productivo, como son: inventarios y disponibilidad de caja que a su vez se distribuye en gastos de fabricación, administrativos, de venta y encaje mínimo que permite redondear las cifras de la inversión total, que se requieren para un mes de funcionamiento.

Materia prima directa

Son los que intervienen directamente en el proceso de producción de crema de cacao.

Cuadro Nº 44. Materia prima directa

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
AZUCAR	102	Kg.	0,60	61,20
LECHE	460	Litro	0,95	437,00
GLUCOSA	98	Gr.	1,24	121,52
MANTECA	174	Kg.	2,20	382,80
SEMILLA DE CACAO	1648	Kg.	6,40	10.547,20
TOTAL				**11.549,72**

Fuente: Anexo Nº 6
Elaboración: La Autora

Materiales indirectos

Son los que sirven de complemento al producto que se va a producir, en este caso la crema de cacao, en el proyecto tenemos los plásticos para enfundar la crema de cacao.

Cuadro Nº 45. Materia prima indirecta

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Fundas de plástico térmicos	3.328	Millar	1,58	5.258,24
Etiquetas	3.328	Millar	0,14	465,92
TOTAL				5.724,16

Fuente: Anexo Nº 7
Elaboración: La Autora

Mano de obra directa

Se considera mano de obra directa al personal que interviene con su trabajo en la producción de crema de cacao, como son los obreros.

Cuadro Nº 46. Mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	Obreros
REMUNERACIONES	
Salario Básico	366,00
13º Sueldo	30,50
14º Sueldo	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	47,61
IECE (0.50%)	1,83
SECAP (0.50%)	1,83
Total	**478,27**
Número de empleados	2
Total Mensual	**956,54**
Total Anual	**11.478,49**

Fuente: Ministerio del Trabajo
Elaboración: La Autora

Proyección sueldo = 366,00 x 3,38% = 378,37

Cuadro 47. Mano de obra directa para el Segundo año de Operación

DESCRIPCIÓN	Obreros
REMUNERACIONES	
Salario Básico	378,37
13º Sueldo	31,53
14º Sueldo	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	49,10
IECE (0.50%)	1,89
SECAP (0.50%)	1,89
Fondos de Reserva	31,52
Total	**524,81**
Número de empleados	2,00
Total Mensual	**1.049,61**
Total Anual	**12.595,38**

Fuente: Ministerio del Trabajo
Elaboración: La Autora

Carga fabril

También se conoce como gastos generales de fabricación; para el normal funcionamiento de la empresa se requiere invertir en diversas necesidades y servicios como son: mantenimiento, energía eléctrica, etc.

Cuadro Nº 48. Mantenimiento

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento	52,00	624,00
TOTAL	52,00	624,00

Fuente: Anexo Nº 8
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 49. Servicios Básicos

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	Kw/h	40,00	480,00
Teléfono	Minutos	27,00	324,00
Agua	m^3	11,00	132,00
TOTAL		**78,00**	**936,00**

Fuente: Anexo Nº 8
Elaboración: La Autora

Gastos administrativos

Son gastos que se realizan por concepto de sueldos al personal administrativo, útiles de aseo, de limpieza, materiales de oficina, etc.

Cuadro Nº 50. Rol de pagos personal administrativo

DESCRIPCIÓN	Gerente	Secretaria Contadora	Conserje Guardián
REMUNERACIONES			
Salario Básico	520,00	380,00	366,00
13º Sueldo	43,33	31,67	30,50
14º Sueldo	30,50	30,50	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	66,21	49,30	47,61
IECE (0.50%)	2,6	1,9	1,83
SECAP (0.50%)	2,6	1,9	1,83
Total	**665,25**	**495,27**	**478,27**
Número de empleados	1	1	1
Total Mensual	**665,25**	**495,27**	**478,27**
Total Anual	**7.982,95**	**5.943,22**	**5.739,25**

Fuente: Ministerio del Trabajo
Elaboración: La Autora

Proyección Gerente = 520,00 x 3,38% = 537,58

Proyección Secretaria Contadora = 380,00 x 3,38% = 392,84

Proyección Conserje Guardián = 366,00 x 3,38% = 378,37

Cuadro 51. Presupuesto de sueldos administrativos para el Segundo año de Operación

DESCRIPCIÓN	Gerente	Secretaria Contadora	Conserje Guardián
REMUNERACIONES			
Salario Básico	537,58	392,84	378,37
13º Sueldo	44,80	32,74	31,53
14º Sueldo	30,50	30,50	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	68,34	50,85	49,10
IECE (0.50%)	2,69	1,96	1,89
SECAP (0.50%)	2,69	1,96	1,89
Fondos de Reserva	44,78	32,72	31,52
Total	**731,37**	**543,58**	**524,81**
Número de empleados	1,00	1,00	1,00
Total Mensual	**731,37**	**543,58**	**524,81**
Total Anual	**8.776,45**	**6.522,97**	**6.297,69**

Fuente: Ministerio del Trabajo

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 52. Gastos generales de administración

CONCEPTO	1er. MES	1er. AÑO V/TOTAL
Útiles de Oficina	35,00	420,00
Útiles de Aseo	40,00	480,00
Imprevistos 5%	3,75	45,00
TOTAL	78,75	945,00

Fuente: Anexo Nº 8
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 53. Gastos administrativos

CONCEPTO	1er MES	1er AÑO
Personal Administrativo	1.638,79	19.665,48
Mantenimiento	52,00	624,00
Servicios Básicos	78,00	936,00
Gastos Generales Adm.	78,75	945,00
Amortización Diferida	59,67	716,04
TOTAL	1.907,21	22.886,52

Fuente: Cuadros N° 48, 49, 50 Y 52
Elaboración: La Autora

Gastos en ventas

Son gastos en los que incurre por concepto de sueldos a los vendedores, comisiones por ventas, publicidad que permita llegar con el producto a los principales mercados de la ciudad.

Cuadro Nº 54. Rol de pagos personal de ventas

DESCRIPCIÓN	Vendedor
Salario Básico	366,00
13º Sueldo	30,50
14º Sueldo	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	47,61
IECE (0.50%)	1,83
SECAP (0.50%)	1,83
Total	**478,27**
Número de empleados	1
Total Mensual	**478,27**
Total Anual	**5.739,25**

Fuente: Ministerio del Trabajo
Elaboración: La Autora

Proyección Vendedor = 366,00 x 3,38% = 378,37

Cuadro 55. Rol personal de ventas segundo año

DESCRIPCIÓN	Vendedor
REMUNERACIONES	
Salario Básico	378,37
13º Sueldo	31,53
14º Sueldo	30,50
Aporte Patronal (11.15%)	49,10
IECE (0.50%)	1,89
SECAP (0.50%)	1,89
Fondos de Reserva	31,52
Total	**524,81**
Número de empleados	1,00
Total Mensual	**524,81**
Total Anual	**6.297,72**

Fuente: Ministerio del Trabajo
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 56. Publicidad

CONCEPTO	1er. MES	AÑOS 1
Radio	80,00	960,00
Periódico	120,00	1.440,00
TOTAL	200,00	2.400,00

Fuente: Medios de Comunicación Local
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 57. Gastos de arriendos

CONCEPTO	1er MES	1er AÑO
Arriendo	300,00	3.600,00
TOTAL	300,00	3.600,00

Fuente: Cuadros N° 53 y 53
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 58. Gastos de ventas

CONCEPTO	1er MES	1er AÑO
Personal de Ventas	478,27	5.739,24
Publicidad	200,00	2.400,00
TOTAL	678,27	8.139,24

Fuente: Cuadros N° 55 y 56
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 59. Resumen de activo circulante un mes

DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Materias primas	11.549,72	962,48
Materiales indirectos	5.724,16	477,01
Mano de obra directa	11.478,49	956,54
Mantenimiento	624,00	52,00
Servicios Básicos	936,00	78,00
Arriendos	3.600,00	300,00
Gastos de administración	22.886,52	1.907,21
Gastos en ventas	8.139,24	678,27
TOTAL	64.938,13	5.411,51

Fuente: Resumen de los cuadros Nº 44 al Nº 58
Elaboración: La Autora

Inversiones

Las inversiones dentro del proyecto constituyen en el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de maquinaria.

Resumen de las inversiones del proyecto

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro Nº 56 expuesto a continuación:

Cuadro Nº 60. Inversión total

ACTIVOS	VALOR	PORCENTAJE
ACTIVO FIJO	28.277,46	69,22%
ACTIVO DIFERIDO	7.160,40	17,53%
ACTIVO CIRCULANTE	5.411,51	13,25%
TOTAL	**40.849,37**	**100,00%**

Fuente: Cuadros Nº 38, 42 Y 59
Elaboración: La Autora

Financiamiento de la inversión

El financiamiento constituye una parte muy importante, por lo cual debe ser expuesto en forma clara. Es conveniente explicar la manera cómo va a originar los recursos para cada uno de los rubros de las inversiones. Si

se va a financiar con recursos propios, o créditos a entidades de financiamiento se debe explicar. El Proyecto hará uso de las fuentes internas y externas.

Cuadro Nº 61. Financiamiento

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	20.000,00	48,96%
Capital social	20.849,37	51,04%
TOTAL:	**40.849,37**	**100,00%**

Fuente: Cuadro Nº 60
Elaboración: La Autora

Fuentes internas

En el presente proyecto se financiará con recursos propios, es decir con el aporte del 51,04% de la inversión que corresponde a $20.849,37 dólares con fondos propios.

Fuentes externas

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco del Pichincha constituirá el 48,96% que corresponde a $20.000,00 dólares a 10 años plazo al 15% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de la constitución de la empresa.

Cuadro Nº 62. Amortización del préstamo

CAPITAL:	20.000,00		**PAGO:**	SEMESTRAL
INTERÉS:	15%			
TIEMPO:	10	AÑOS		
SEMESTRES	**CAPITAL**	**INTERÉS**	**DIVIDENDO**	**CAPITAL RED.**
0				20.000,00
1	1.000,00	1.500,00	2.500,00	19.000,00
2	1.000,00	1.425,00	2.425,00	18.000,00
3	1.000,00	1.350,00	2.350,00	17.000,00
4	1.000,00	1.275,00	2.275,00	16.000,00
5	1.000,00	1.200,00	2.200,00	15.000,00
6	1.000,00	1.125,00	2.125,00	14.000,00
7	1.000,00	1.050,00	2.050,00	13.000,00
8	1.000,00	975,00	1.975,00	12.000,00
9	1.000,00	900,00	1.900,00	11.000,00
10	1.000,00	825,00	1.825,00	10.000,00
11	1.000,00	750,00	1.750,00	9.000,00
12	1.000,00	675,00	1.675,00	8.000,00
13	1.000,00	600,00	1.600,00	7.000,00
14	1.000,00	525,00	1.525,00	6.000,00
15	1.000,00	450,00	1.450,00	5.000,00
16	1.000,00	375,00	1.375,00	4.000,00
17	1.000,00	300,00	1.300,00	3.000,00
18	1.000,00	225,00	1.225,00	2.000,00
19	1.000,00	150,00	1.150,00	1.000,00
20	1.000,00	75,00	1.075,00	0,00

Fuente: Banco del Pichincha
Elaboración: La Autora

Presupuesto de ingresos y egresos

Presupuesto de costos

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto

y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

Para presentar los costos de producción y operación de la empresa, se comienza desglosando los rubros parciales, de manera parecida pero no idéntica a lo empleado con propósitos contables en las empresas ya en funcionamiento. Estos datos son agrupados en función de evaluación, para ello una de las técnicas que aquí se utilizará es estableciendo el trabajo para la vida útil de la empresa, con costos constantes, es decir con valores actuales referentes a los factores que intervienen en la generación de los productos, como lo exponemos en el cuadro N° 63

Cuadro Nº 63. Presupuesto de costos

DESCRIPCIÓN	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	11.549,72	11.940,10	12.343,68	12.760,89	13.192,21	13.638,11	14.099,08	14.575,62	15.068,28	15.577,59
Mano de obra directa	11.478,49	11.866,46	12.267,55	12.682,19	13.110,85	13.554,00	14.012,12	14.485,73	14.975,35	15.481,52
Agua	132,00	136,46	141,07	145,84	150,77	155,87	161,14	166,58	172,21	178,03
Luz	480,00	496,22	513,00	530,34	548,26	566,79	585,95	605,75	626,23	647,40
Mantenimiento	624,00	645,09	666,90	689,44	712,74	736,83	761,73	787,48	814,10	841,61
Materia Prima Indirecta	5.724,16	5.917,64	6.117,65	6.324,43	6.538,20	6.759,19	6.987,65	7.223,83	7.467,99	7.720,41
Total costo primo	29.988,37	31.001,98	32.049,84	33.133,13	34.253,03	35.410,78	36.607,66	37.845,00	39.124,17	40.446,56
GASTOS DE OPERACIÓN										
ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	19.665,48	20.330,17	21.017,33	21.727,72	22.462,12	23.221,34	24.006,22	24.817,63	25.656,46	26.523,65
Servicio telefónico	324,00	334,95	346,27	357,98	370,08	382,58	395,52	408,88	422,70	436,99
Arriendos	3.600,00	3.721,68	3.847,47	3.977,52	4.111,96	4.250,94	4.394,62	4.543,16	4.696,72	4.855,47
Depreciación de maquinaria y equipo	1.917,00	1.917,00	1.917,00	1.917,00	1.917,00	1.917,00	1.917,00	1.917,00	1.917,00	1.917,00
Depreciación de muebles y enseres	257,40	257,40	257,40	257,40	257,40	257,40	257,40	257,40	257,40	257,40
Depreciación de equipos de oficina	41,04	41,04	41,04	41,04	41,04	41,04	41,04	41,04	41,04	41,04
Depreciación de herramientas	48,42	48,42	48,42	48,42	48,42	48,42	48,42	48,42	48,42	48,42
Depreciación de equipos de computo	672,26	672,26	672,26	742,75	742,75	742,75	820,64	820,64	820,64	906,70
Amortización Diferida	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04
Imprevistos 5%	1.362,08	1.401,95	1.443,16	1.489,29	1.533,34	1.578,88	1.629,84	1.678,51	1.728,82	1.785,14
Total gastos administrativos	28.603,72	29.440,91	30.306,40	31.275,16	32.200,14	33.156,39	34.226,74	35.248,72	36.305,25	37.487,85
VENTAS										
Sueldo para ventas	5.739,24	5.933,23	6.133,77	6.341,09	6.555,42	6.776,99	7.006,06	7.242,86	7.487,67	7.740,75
Publicidad	2.400,00	2.481,12	2.564,98	2.651,68	2.741,30	2.833,96	2.929,75	3.028,77	3.131,15	3.236,98
Imprevistos 5%	406,96	420,72	434,94	449,64	464,84	480,55	496,79	513,58	530,94	548,89
Total gastos de ventas	8.546,20	8.835,06	9.133,69	9.442,41	9.761,56	10.091,50	10.432,59	10.785,22	11.149,76	11.526,62
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	2.925,00	2.625,00	2.325,00	2.025,00	1.725,00	1.425,00	1.125,00	825,00	525,00	225,00
Total gastos financieros	2.925,00	2.625,00	2.325,00	2.025,00	1.725,00	1.425,00	1.125,00	825,00	525,00	225,00
TOTAL:	70.094,49	71.935,21	73.848,28	75.910,16	77.975,37	80.120,51	82.430,09	84.743,32	87.144,88	89.728,11

Fuente: Anexos del 7 al 14
Elaboración: La Autora

Presupuesto de ingresos

Ingresos totales.- Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de crema de cacao.

Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa como se indica a continuación, se ha determinado principalmente el precio unitario de venta.

- Se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 40% en función a la competencia.

Cuadro Nº 64. Ingresos totales

AÑO	COSTOS	UNIDADES A COMERCIALIZAR	COSTO UNITARIO	P.V.P 40% M.U.	INGRESOS
1	70.094,49	33.280,00	2,11	2,95	98.132,29
2	71.935,21	35.360,00	2,03	2,85	100.709,29
3	73.848,28	37.440,00	1,97	2,76	103.387,59
4	75.910,16	39.520,00	1,92	2,69	106.274,23
5	77.975,37	39.520,00	1,97	2,76	109.165,51
6	80.120,51	39.520,00	2,03	2,84	112.168,72
7	82.430,09	39.520,00	2,09	2,92	115.402,12
8	84.743,32	39.520,00	2,14	3,00	118.640,64
9	87.144,88	39.520,00	2,21	3,09	122.002,83
10	89.728,11	39.520,00	2,27	3,18	125.619,35

Fuente: Cuadro Nº 32 y 63
Elaboración: La Autora

Costos fijos y variables.- Los costos totales generalmente se los clasifican o subdivide en costos fijos y costos variables.

Los costos fijos se definen como aquellos que permanecen sin variación, aunque aumente o disminuya el volumen de producción. Los costos variables varían de acuerdo con el aumento o disminución de la producción.

En los siguientes cuadros se puede observar los costos fijos y variables del proyecto:

Cuadro Nº 65. Clasificación de costos

COSTOS	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTOS DE PRODUCCIÓN	**AÑO 1**		**AÑO 5**		**AÑO 10**	
Materia Prima Directa		11.549,72		13192,21		15577,59
Mano de obra directa		11.478,49		13110,85		15481,52
Agua		132,00		150,77		178,03
Luz		480,00		548,26		647,40
Mantenimiento		624,00		712,74		841,61
Materia Prima Indirecta		5.724,16		6538,20		7720,41
Total carga proceso de fabricación	0,00	29.988,37	0,00	34.253,03	0,00	40.446,56
GASTOS DE OPERACIÓN						
ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	19.665,48		22462,12		26523,65	
Servicio telefónico	324,00		370,08		436,99	
Arriendos	3.600,00		4.111,96		4.855,47	
Depreciación de maquinaria y equipo	1.917,00		1.917,00		1.917,00	
Depreciación de muebles y enseres	257,40		257,40		257,40	
Depreciación de equipos de oficina	41,04		41,04		41,04	
Depreciación de herramientas	48,42		48,42		48,42	
Depreciación de equipos de computo	672,26		742,75		906,70	
Amortización Diferida	716,04		716,04		716,04	
Imprevistos 5%	1.362,08		1.533,34		1.785,14	
Total gastos administrativos	28.603,72		32.200,14		37.487,85	
VENTAS						
Sueldo para ventas	5.739,24		6555,42		7740,75	
Publicidad	2.400,00		2741,30		3236,98	
Imprevistos 5%	406,96		464,84		548,89	
Total gastos de ventas	8.546,20		9.761,56		11.526,62	
FINANCIEROS						
Intereses por préstamo	2.925,00		1.725,00		225,00	
Total gastos financieros	2.925,00		1.725,00		225,00	
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	40.074,92	29.988,37	43.686,70	34.253,03	49.239,47	40.446,56

Fuente: Cuadro Nº 63
Elaboración: La Autora

Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias o también denominado rentas y gastos es un documento en el cual se presenta la proyección de los ingresos y deducciones como costos, reparto de utilidades, impuestos, reserva legal, entre otros.

Tiene como objetivo el de estimar las utilidades o pérdidas que pueden generarse en los años de vida útil del proyecto. En el proyecto el procedimiento que se ha seguido para determinar las ganancias o utilidades en cada uno de los años es el siguiente:

En el primer año se obtiene una utilidad neta de $16.730,15, en el décimo año esta utilidad será de $21.416,31. En el siguiente cuadro se puede observar la determinación de las ganancias del proyecto.

Cuadro Nº 66. Estado de Pérdidas y Ganancias

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	98.132,29	100.709,29	103.387,59	106.274,23	109.165,51	112.168,72	115.402,12	118.640,64	122.002,83	125.619,35
(-) Costo Total	70.094,49	71.935,21	73.848,28	75.910,16	77.975,37	80.120,51	82.430,09	84.743,32	87.144,88	89.728,11
(=) Utilidad Bruta Ventas	28.037,80	28.774,08	29.539,31	30.364,07	31.190,15	32.048,20	32.972,03	33.897,33	34.857,95	35.891,24
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	4.205,67	4.316,11	4.430,90	4.554,61	4.678,52	4.807,23	4.945,81	5.084,60	5.228,69	5.383,69
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	23.832,13	24.457,97	25.108,41	25.809,46	26.511,62	27.240,97	28.026,23	28.812,73	29.629,26	30.507,56
(-) 22% Impuesto a la renta	5.243,07	5.380,75	5.523,85	5.678,08	5.832,56	5.993,01	6.165,77	6.338,80	6.518,44	6.711,66
(=) Utilidad Liquida ejercicio	18.589,06	19.077,22	19.584,56	20.131,38	20.679,07	21.247,96	21.860,46	22.473,93	23.110,82	23.795,89
(-) 10% reserva Legal	1.858,91	1.907,72	1.958,46	2.013,14	2.067,91	2.124,80	2.186,05	2.247,39	2.311,08	2.379,59
(=) Utilidad Neta	**16.730,15**	**17.169,50**	**17.626,11**	**18.118,24**	**18.611,16**	**19.123,16**	**19.674,41**	**20.226,54**	**20.799,74**	**21.416,31**

Fuente: Cuadro Nº 63 y 64
Elaboración: La Autora

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto de balance entre ingresos y costos; teóricamente es el momento en que los ingresos se igualan con los gastos y por lo tanto la inversión no genera ganancias ni tampoco pérdidas; para ellos el costo total se divide en costos fijos, que es aquel que no varía cuando aumenta o disminuye el nivel de generación de los servicios; y el variable, cuyo valor se modifica para los distintos niveles de producción.

Para el análisis del presente proyecto el punto de equilibrio se ha calculado matemáticamente en base a los siguientes métodos:

Cálculo del punto de equilibrio año uno

- **En función de las ventas**

Se basa en el volumen de ventas de los servicios y los ingresos monetarios que generen; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

PE= $\frac{CF}{1-\frac{CV}{VT}}$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{40.074,92}{1 - \frac{29.988,37}{98.132,29}} = \boxed{\mathbf{57.710,85}}$$

- **En función de la capacidad instalada**

Se basa en la capacidad de generación de servicios. Determina el porcentaje de capacidad que se debe utilizar con la finalidad de cubrir los costos ocasionados; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

$$\mathbf{PE=}\frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

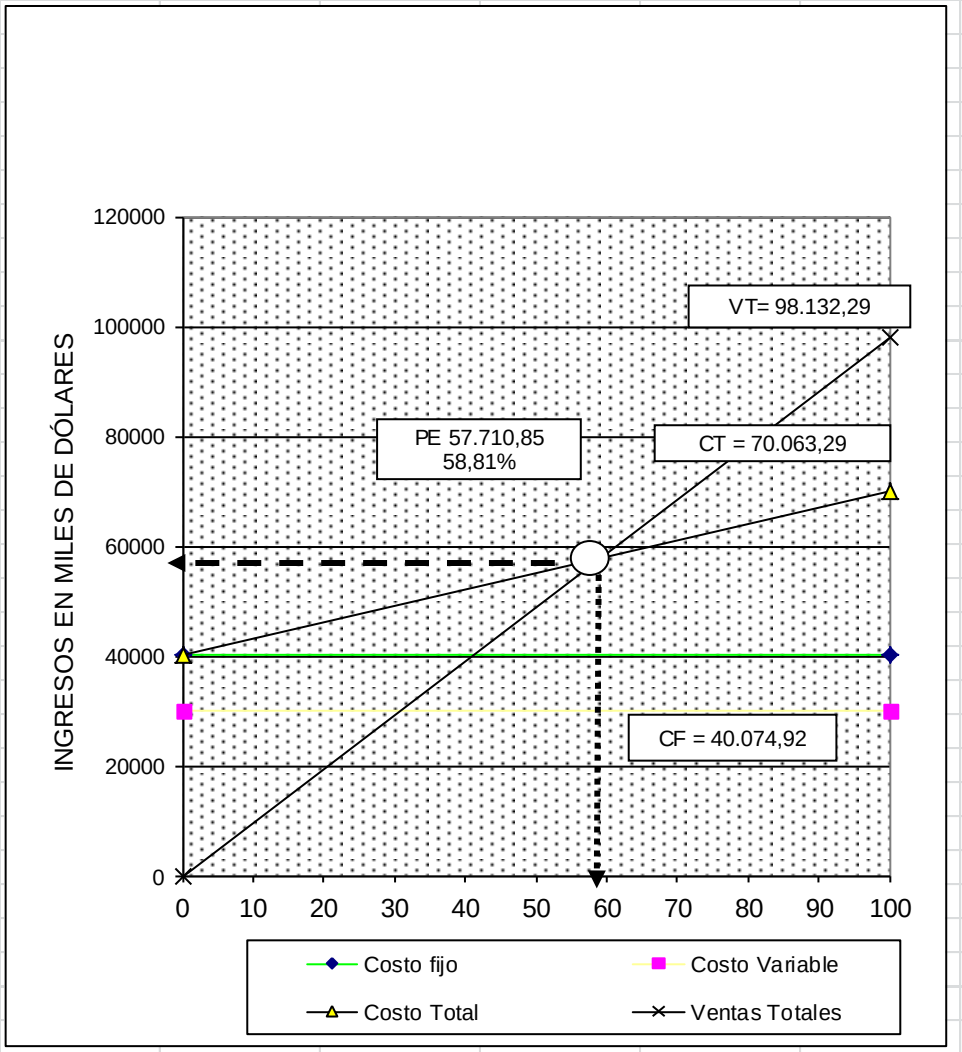
CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{40.074,92}{98.132,29 \quad 29.988,37} * 100 = \mathbf{58,81\%}$$

Gráfico Nº 27. Punto de equilibrio año 1



Elaboración: La Autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 58,81% y con un ingreso en las ventas de 57.710,85 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

Cálculo del punto de equilibrio año cinco

- **En función de las ventas**

Se basa en el volumen de ventas de los servicios y los ingresos monetarios que generen; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

PE= $\frac{CF}{1-\frac{CV}{VT}}$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{43.686,70}{1 - \frac{34.253,03}{109.165,51}} = \boxed{\mathbf{63.662,03}}$$

- **En función de la capacidad instalada**

Se basa en la capacidad de generación de servicios. Determina el porcentaje de capacidad que se debe utilizar con la finalidad de cubrir los costos ocasionados; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

PE= $\frac{CF}{VT - CV} \times 100$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

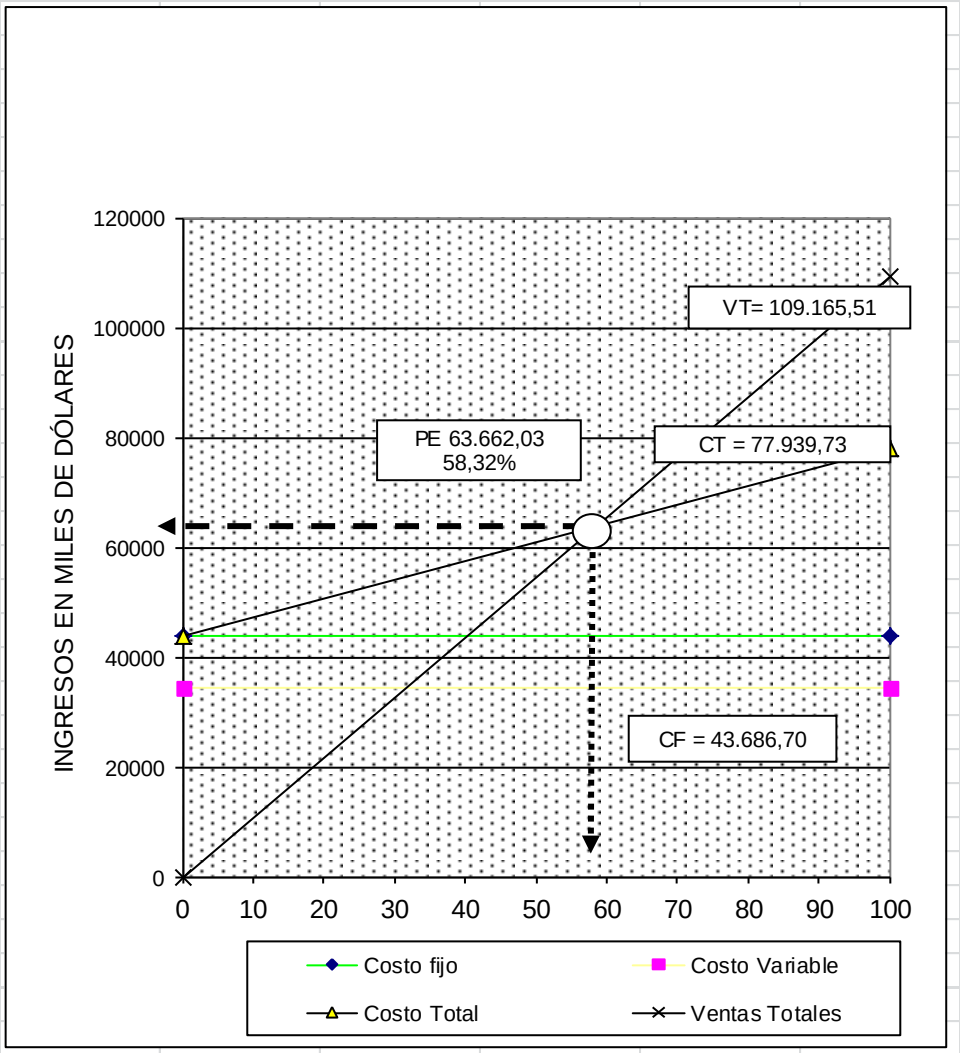
CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{43.686,70}{109.165,51 \quad 34.253,03} * 100 = \mathbf{58,32\%}$$

Gráfico Nº 28. Punto de equilibrio año 5



Elaboración: La Autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 58,32% y con un ingreso en las ventas de 63.662,03 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

Cálculo del punto de equilibrio año diez

- **En función de las ventas**

Se basa en el volumen de ventas de los servicios y los ingresos monetarios que generen; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

PE= $\frac{CF}{1-\frac{CV}{VT}}$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{49.239,47}{1 - \frac{40.446,56}{125.619,35}} = \boxed{\mathbf{72.622,14}}$$

- **En función de la capacidad instalada**

Se basa en la capacidad de generación de servicios. Determina el porcentaje de capacidad que se debe utilizar con la finalidad de cubrir los costos ocasionados; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

PE= $\frac{CF}{VT - CV} \times 100$

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

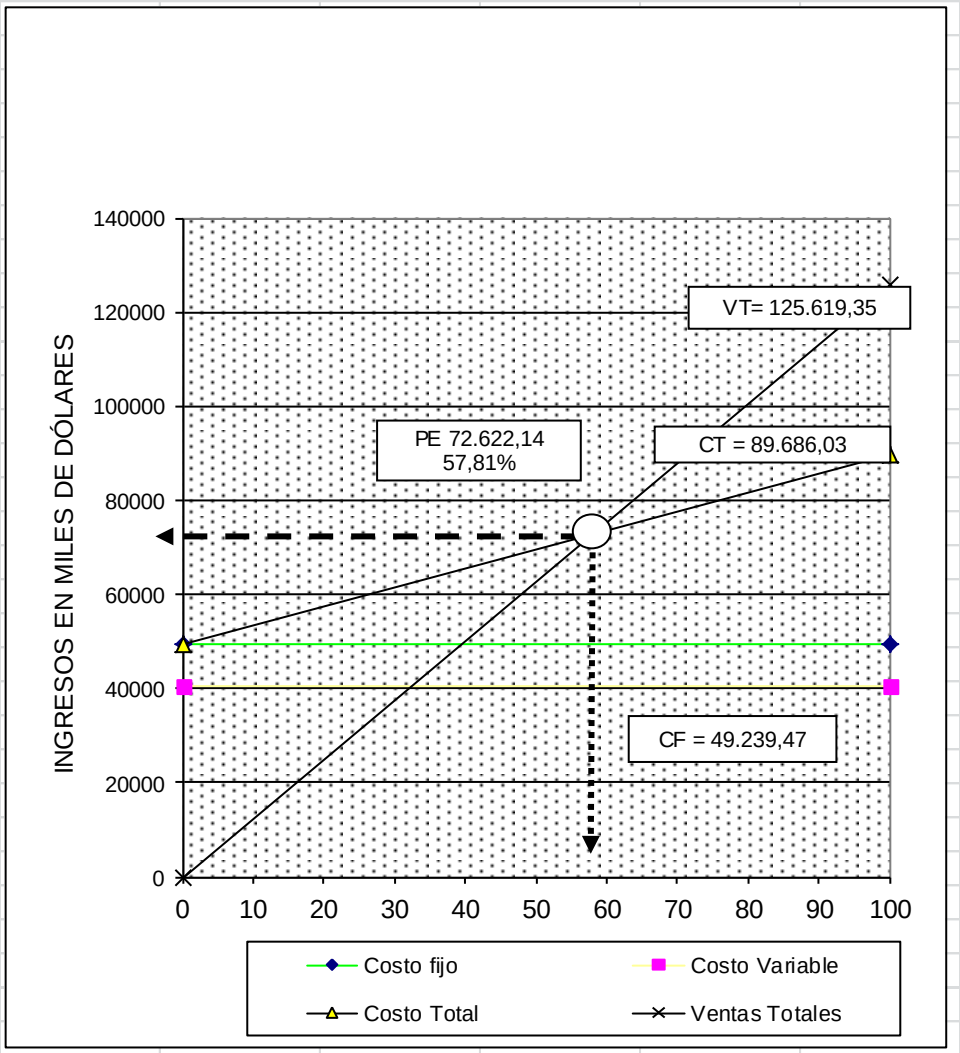
CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{49.239,47}{125.619,35 \quad 40.446,56} * 100 = \mathbf{57,81\%}$$

Gráfico Nº 29. Punto de equilibrio año 10



Elaboración: La Autora

ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 57,81% y con un ingreso en las ventas de 72.622,14 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

Evaluación financiera.

La evaluación financiera busca determinar los ingresos y egresos asociados a la ejecución de un proyecto y en función de ellos la rentabilidad que se generará. Se basa en la rentabilidad financiera, su clave es el flujo de fondos esperado. Se trabaja con precios de mercado

La evaluación financiera de un proyecto da la oportunidad de cuantificar los costos y beneficios que se podrán obtener como rentabilidad en períodos determinados de actividades. Para obtener la rentabilidad se estructuró el flujo de caja y el estado de pérdidas y ganancias, para lo cual se aplicó indicadores financieros y económicos para conocer los beneficios económicos que obtendrán los futuros inversionistas. Para evaluar la vialidad de un proyecto de inversión los indicadores más utilizados son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Coeficiente Beneficio Costo, Periodo de Recuperación, entre otros.

Flujo de caja

El flujo de caja es la acumulación neta de los activos líquidos de un periodo determinado, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de la empresa.

En el siguiente cuadro del Flujo de Caja se demuestra e identifica los recursos financieros requeridos en cada año o ejercicio económico del

proyecto, también se muestra el resultado neto en relación con los recursos que los socios aportarán. La interpretación es sin duda que en caso de tener flujo de caja negativo, el gerente de la empresa tendrá que recurrir a un crédito inmediato o sobre-giro para cubrir los gastos.

Cuadro Nº 67, Flujo de caja

AÑOS / DETALLES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
Capital propio	20.849,37										
Financiamiento	20.000,00										
Ventas		98.132,29	100.709,29	103.387,59	106.274,23	109.165,51	112.168,72	115.402,12	118.640,64	122.002,83	125.619,35
Valor Residual				1.113,96			1.230,78			1.359,84	3.523,63
TOTAL INGRESOS	**40.849,37**	**98.132,29**	**100.709,29**	**104.501,55**	**106.274,23**	**109.165,51**	**113.399,50**	**115.402,12**	**118.640,64**	**123.362,67**	**129.142,98**
EGRESOS											
Activo Fijo	28.277,46										
Activo Diferido	7.160,40										
Activos circulantes	5.411,51										
Costo de Producción		70.094,49	71.935,21	73.848,28	75.910,16	77.975,37	80.120,51	82.430,09	84.743,32	87.144,88	89.728,11
Reinversiones					3.342,22			3.692,70			4.079,94
Amortización de capital		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
TOTAL EGRESOS	**40.849,37**	**72.094,49**	**73.935,21**	**75.848,28**	**81.252,38**	**79.975,37**	**82.120,51**	**88.122,79**	**86.743,32**	**89.144,88**	**95.808,05**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		**26.037,80**	**26.774,08**	**28.653,27**	**25.021,85**	**29.190,15**	**31.278,98**	**27.279,33**	**31.897,33**	**34.217,79**	**33.334,93**
(-) 15% Utilidad Trabajadores		3.905,67	4.016,11	4.297,99	3.753,28	4.378,52	4.691,85	4.091,90	4.784,60	5.132,67	5.000,24
UTILIDAD ANT. IMPUESTO		**22.132,13**	**22.757,97**	**24.355,28**	**21.268,57**	**24.811,62**	**26.587,14**	**23.187,43**	**27.112,73**	**29.085,12**	**28.334,69**
(-) 22% Impuesto a la renta		4.869,07	5.006,75	5.358,16	4.679,09	5.458,56	5.849,17	5.101,24	5.964,80	6.398,73	6.233,63
UTILIDAD LIQUIDA		**17.263,06**	**17.751,22**	**18.997,12**	**16.589,48**	**19.353,07**	**20.737,97**	**18.086,20**	**21.147,93**	**22.686,39**	**22.101,06**
Amortización Diferidos		716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04	716,04
Depreciaciones		2.936,12	2.936,12	2.936,12	2.936,12	2.936,12	2.936,12	2.936,12	2.936,12	2.936,12	2.936,12
FUJO NETO DE CAJA		**20.915,22**	**21.403,38**	**22.649,28**	**20.241,64**	**23.005,23**	**24.390,13**	**21.738,36**	**24.800,09**	**26.338,55**	**25.753,22**

Fuente: Cuadro Nº 40, 41, 60, 62, 63 y 64
Elaboración: La Autora

Valor actual neto

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a una rentabilidad deseada después de recuperar la inversión.

Este indicador señala el saldo actualizado que queda luego de poner en ejecución el proyecto, es decir, los sobre beneficios, esto quiere decir el VAN que queda después de pagar los costos y ganar lo que el inversionista desea.

Criterios de Decisión:

- Si el VAN de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse.

- Si el VAN es igual a cero la inversión queda al criterio del inversionista, ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos del poder adquisitivo.
- Si el VAN es negativo debe rechazarse.

FACTOR DE ACTUALIZACIÓN= $\frac{1}{(1+i)^n}$

Cuadro Nº 68. Valor actual neto

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 15%	VALOR ACTUALIZADO
0	40.849,37		
1	20.915,22	0,869565217	18.187,15
2	21.403,38	0,756143667	16.184,03
3	22.649,28	0,657516232	14.892,27
4	20.241,64	0,571753246	11.573,23
5	23.005,23	0,497176735	11.437,66
6	24.390,13	0,432327596	10.544,52
7	21.738,36	0,37593704	8.172,25
8	24.800,09	0,326901774	8.107,19
9	26.338,55	0,284262412	7.487,06
10	25.753,22	0,247184706	6.365,80
			112.951,17
			- 40.849,37
			72.101,80

FA = 1 / (1 + i)n

VAN = SFNA - INVERSIÓN INICIAL

VAN = 112.951,17 - 40.849,37

VAN = 72.101,80

Siendo el van positivo quiere decir que el proyecto si es factible para la inversión.

Tasa interna de retorno

Es un indicador financiero que expresa en forma porcentual, la capacidad máxima de rentabilidad de un proyecto de inversión. En términos relativos es la capacidad de recuperar la inversión a través de la ganancia, por lo cual un buen criterio de proyecto se tendrá cuando dicha tasa sea superior al costo de capital en el mercado.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos netos que genera el proyecto, sea igual a la inversión neta realizada.

Los criterios para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toman como referencia lo siguiente:

- Si la TIR, es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR, es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

- Si la TIR, es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Cuadro Nº 69. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 47,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 48,00%	VAN MAYOR
0			40.849,37		40.849,37
1	20.915,22	0,6802721088	14.228,04	0,6756756757	14.131,91
2	21.403,38	0,4627701421	9.904,84	0,4565376187	9.771,45
3	22.649,28	0,3148096205	7.130,21	0,3084713640	6.986,65
4	20.241,64	0,2141562044	4.334,87	0,2084265973	4.218,90
5	23.005,23	0,1456844928	3.351,50	0,1408287820	3.239,80
6	24.390,13	0,0991050971	2.417,19	0,0951545824	2.320,83
7	21.738,36	0,0674184334	1.465,57	0,0642936368	1.397,64
8	24.800,09	0,0458628799	1.137,40	0,0434416465	1.077,36
9	26.338,55	0,0311992380	821,74	0,0293524638	773,10
10	25.753,22	0,0212239714	546,59	0,0198327458	510,76
			4.488,59		**3.579,02**

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 47 + 1{,}00 \left(\frac{4488{,}59}{909{,}57} \right)$$

$$TIR = 47 + 1{,}00 \left(4{,}93 \right)$$

$$TIR = 47 + 4{,}93$$

$$\mathbf{TIR = 51{,}93}\ \%$$

La TIR para el presente proyecto es de 51,93%, la misma que es mayor a la tasa de oportunidad en el mercado (15,00%), siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

Relación beneficio costo

Este indicador permite medir en función de las unidades monetarias, el beneficio que ofrece el proyecto, por la inversión de cada una de ellas, es decir, la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar a invertir.

Los criterios de decisión para este indicador son los siguientes:

- Si el resultado de la relación B/C, es mayor que 1, se puede realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es igual a 1, es indiferente realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es menor que 1, se debe rechazar el proyecto.

La fórmula a utilizarse para este cálculo es la siguiente:

BC= $\frac{\Sigma IA}{\Sigma EA}$

En donde:

BC= Beneficio Costo

Σ **IA=** Sumatoria de Ingresos Actualizados

Σ **EA=** Sumatoria de Egresos Actualizados

Cuadro Nº 70. RELACIÓN BENEFICIO COSTO R(B/C)

ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL				ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
PERIODO	**COSTO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**COSTO ACTUALIZADO**	**INGRESO ORIGINAL**	**FACT. ACTUALIZ. 15,00%**	**INGRESO ACTUALIZADO**
0						
1	70094,49	0,8695652174	60951,73	98132,29	0,8695652174	85332,43
2	71935,21	0,7561436673	54393,35	100709,29	0,7561436673	76150,69
3	73848,28	0,6575162324	48556,44	103387,59	0,6575162324	67979,02
4	75910,16	0,5717532456	43401,88	106274,23	0,5717532456	60762,64
5	77975,37	0,4971767353	38767,54	109165,51	0,4971767353	54274,55
6	80120,51	0,4323275959	34638,31	112168,72	0,4323275959	48493,63
7	82430,09	0,3759370399	30988,52	115402,12	0,3759370399	43383,93
8	84743,32	0,3269017738	27702,74	118640,64	0,3269017738	38783,84
9	87144,88	0,2842624120	24772,01	122002,83	0,2842624120	34680,82
10	89728,11	0,2471847061	22179,42	125619,35	0,2471847061	31051,18
			386.351,95			540.892,73

$$R\ (B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

$$R\ (B/C) = \frac{540892{,}73}{386351{,}95}$$

R (B/C) = 1,40 Dólares

Periodo de recuperación del capital

Es el tiempo requerido para recuperar aquellos fondos invertidos al inicio del proyecto, es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará la inversión inicial. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas, a través de este cálculo se puede establecer el número exacto de años, meses y días necesarios para recuperar la inversión inicial.

Cuadro Nº 71. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	FACTOR ACUMULADO
0	40.849,37		
1		20.915,22	
2		21.403,38	42.318,60
3		22.649,28	64.967,88
4		20.241,64	85.209,52
5		23.005,23	108.214,75
6		24.390,13	132.604,87
7		21.738,36	154.343,23
8		24.800,09	179.143,32
9		26.338,55	205.481,87
10		25.753,22	231.235,10
		231.235,10	

FÓRMULA.

P.R.C. =Año que se recupera la inversión **+** $\dfrac{Inversión - PrimerosFlujos}{\text{Flujo Neto del año que supera la Inversión}}$

$$PRC = 2 \frac{40849,37 - 21403,38}{22649,28}$$

PRC = 2,86

			2	**Años**
0,86 * 12 =		10,30	**10**	**Meses**
0,30 * 30 =		9,09	**9**	**Días**

La inversión del presente proyecto se recuperará en 2 años, 10 meses, 9 días.

Análisis de sensibilidad.

El análisis de sensibilidad, se efectúa para conocer el grado de soporte del proyecto ante posibles o eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro.

- **Análisis de sensibilidad con el incremento en los Costos**

En el proyecto se ha considerado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos, lo cual se puede apreciar en el siguiente

cuadro. En este caso el proyecto está en capacidad de resistir hasta un 20,24% de incremento en los costos, por lo que es factible implementarlo.

- **Análisis de sensibilidad con disminución en los Ingresos**

Al igual que en el caso anterior se establecerá hasta qué punto la empresa es sensible ante una disminución en sus ingresos, para conocer el grado de sensibilidad en el proyecto. En este proyecto la sensibilidad soporta una disminución en sus ventas hasta 14,49% en los ingresos.

Cuadro Nº 72. Análisis de sensibilidad con un incremento en los costos del 20,24%

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 20,24%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 34,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 35,00%	VAN MAYOR
0						40.849,37		40.849,37
1	70.094,49	84.281,62	98.132,29	13.850,67	0,7462686567	10.336,32	0,7407407407	10.259,76
2	71.935,21	86.494,89	100.709,29	14.214,40	0,5569169080	7.916,24	0,5486968450	7.799,39
3	73.848,28	88.795,17	103.387,59	14.592,42	0,4156096328	6.064,75	0,4064421074	5.930,97
4	75.910,16	91.274,38	106.274,23	14.999,85	0,3101564424	4.652,30	0,3010682277	4.515,98
5	77.975,37	93.757,58	109.165,51	15.407,93	0,2314600317	3.566,32	0,2230135020	3.436,18
6	80.120,51	96.336,90	112.168,72	15.831,81	0,1727313669	2.734,65	0,1651951867	2.615,34
7	82.430,09	99.113,94	115.402,12	16.288,19	0,1289040052	2.099,61	0,1223668049	1.993,13
8	84.743,32	101.895,37	118.640,64	16.745,28	0,0961970188	1.610,85	0,0906420777	1.517,83
9	87.144,88	104.783,00	122.002,83	17.219,83	0,0717888200	1.236,19	0,0671422798	1.156,18
10	89.728,11	107.889,08	125.619,35	17.730,27	0,0535737463	949,88	0,0497350221	881,82
						317,74		**-742,80**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 34{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{317{,}74}{1060{,}53} \right) = \mathbf{34{,}30\ \%}$$

Diferencias TIR =	*Tir Proyecto - Nueva Tir*	51,93	-	34,30 =	17,64 %
Porcentaje de variación =	*Diferencia. Tir / Tir del proyecto*	17,64	/	51,93 =	33,96%
Sensibilidad =	*Porcentaje de variación / Nueva Tir*	33,96	/	34,30 =	**0,9900**

Cuadro Nº 73. Análisis de sensibilidad con una disminución en los ingresos del 14,49%

PERIODO	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL 14,49%	INGRESO TOTAL ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACT. ACTUALIZ. 34,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 35,00%	VAN MAYOR
0						40.849,37		40.849,37
1	70.094,49	83.912,92	98.132,29	13.818,43	0,7462686567	10.312,26	0,7407407407	10.235,87
2	71.935,21	86.116,51	100.709,29	14.181,31	0,5569169080	7.897,81	0,5486968450	7.781,24
3	73.848,28	88.406,73	103.387,59	14.558,45	0,4156096328	6.050,63	0,4064421074	5.917,17
4	75.910,16	90.875,09	106.274,23	14.964,93	0,3101564424	4.641,47	0,3010682277	4.505,46
5	77.975,37	93.347,43	109.165,51	15.372,06	0,2314600317	3.558,02	0,2230135020	3.428,18
6	80.120,51	95.915,47	112.168,72	15.794,96	0,1727313669	2.728,28	0,1651951867	2.609,25
7	82.430,09	98.680,35	115.402,12	16.250,27	0,1289040052	2.094,72	0,1223668049	1.988,49
8	84.743,32	101.449,62	118.640,64	16.706,30	0,0961970188	1.607,10	0,0906420777	1.514,29
9	87.144,88	104.324,62	122.002,83	17.179,74	0,0717888200	1.233,31	0,0671422798	1.153,49
10	89.728,11	107.417,11	125.619,35	17.689,00	0,0535737463	947,67	0,0497350221	879,76
						221,90		**-836,16**

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor - VAN mayor}} \right) = 34{,}00 + 1{,}00 \left(\frac{221{,}90}{1058{,}07} \right) = \mathbf{34{,}21\ \%}$$

Diferencias TIR =	*Tir Proyecto - Nueva Tir*	51,93	- 34,21 =	17,73 %
Porcentaje de variación =	*Diferencia. Tir / Tir del proyecto*	17,73	/ 51,93 =	34,13%
Sensibilidad =	*Porcentaje de variación / Nueva Tir*	34,13	/ 34,21 =	**0,9977**

h. CONCLUSIONES

- Del Estudio de Mercado y del análisis de la Oferta y la Demanda, se determina una Demanda Insatisfecha para el año 1 de 55.035 libras de Crema de Cacao, sobre la cual la empresa se encuentra con una capacidad de cobertura del 78,81 % para el primer año, con un incremento del 5% a partir del segundo año y hasta el octavo año del ciclo de vida del proyecto.

- El producto que ofrece la empresa, está diseñado para satisfacer las necesidades del consumidor en cuanto gustos y preferencias, observando además las normas de calidad y las que corresponden a las de Bioseguridad.

- El Canal de Distribución más conveniente es el de Productor–Intermediario - Consumidor, pues la venta se la realizará a los locales que venden este tipo de productos como tiendas, supermercados, bodegas, etc., con la utilización de catálogos y muestrarios, permitirá la información completa del producto.

- Del análisis de los aspectos económicos, de entorno empresarial y de mercado, se ha identificado el lugar más conveniente para la ubicación

de la empresa que es la provincia de Orellana, en el cantón Joya de los Sachas en las Calles Av. Guayaquil y Bautista.

- La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN del presente proyecto nos da un valor mayor a uno de 72.101,80 dólares, lo que indica que el proyecto o inversión es factible.

- Para el presente proyecto la TIR es 51,93%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

- El tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 2 años 10 meses y 9 días.

- Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos incrementados en un 20,24% y disminuidos los ingresos en un 14,49%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

i. RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Para que la producción de Crema de Cacao tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, a fin de lograr difundir las características del mismo.

- La contratación de mano de obra local es importante para reducir en algo el gran problema de desocupación que se suscita en la provincia de Orellana, específicamente en el cantón Joya de los Sachas.

- La implantación de este proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero, tal como se lo demuestra matemáticamente.

- Al presente producto por ser conocido en el mercado, y a la vez tener una fuerte competencia con personas que trabajan informalmente, es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en nuestra propuesta de comercialización.

j. BIBLIOGRAFÍA

Acosta, A. (2010). *Curso Básico de Administración de Empresas, Mrcadeo.* México: Norma S.A.

Adolfo, B. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Medellin: Torán.

Anton, J. J. (2010). *Empresa y Administración.* Valencia: Macmillan Iberia S. A.

Baca Urbina, G. (2011). *Evaluación de Proyectos.* México: III Edición.

Blaco, A. (2012). *Formulación y Evaluación de Proyectos.* México: Ediciones Torán, Cuarta Edición.

Brighman, E. H. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera.* México: Continental.

Bruce. (2011). *Ecología actual al servicio de todos.* México: IBID.

Cohen, E. (2010). *Evaluación de proyectos .* México: Siglo Veintiuno.

Coneza, F. (2011). *Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental.* Bogotá: Mundi-Prensa Libros, S.A. 1ª ed.

Ettiger, K. (2011). *Administración y Productividad.* Nuevo México: Karl.

Franklin, E. (2012). *Organización de Empresas.* México: INFUSA.

Malhotra, N. (2011). *Administración de Empresas.* México: II Edición.

Mathes. (2010). *El cacao.* Méxixo: Springer.

Pasaca, M. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.* Loja: Editorial Universitaria UNL.

Reyes, P. A. (2011). *Administración de Empresas.* México: Editorial Limusa.

ROSEMBERG, J. (2010). *Diccionario de Administración y Finanzas.* México.

Sapag, N. (2011). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* México: UNIDOS S.A.

Terry, J. (2010). *Principios de Administración.* Buenos Aires: Ateneo, Tercera Edición.

Walker, S. &. (2012). *Fundamentos de Marketing.* México: McGrawhill.

k. ANEXOS

Anexo Nº 1

Perfil del proyecto

Tema.

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE CREMA DE CACAO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, DE LA PROVINCIA DE ORELLANA PARA EL AÑO 2016”

Problemática

La economía es muy importante para el desarrollo de todas las sociedades, en el caso de nuestro país, los últimos años ha tenido un reducido crecimiento empresarial, a través de su historia en lo que respecta a este sector ha existido una paralización debido a la falta de gestión empresarial, así como también del resultado de diferentes problemas como la vulnerabilidad política, inestabilidad económica.

Los procesos tradicionales de producción y comercialización los pequeños y medianos productores es otra de las causas del estancamiento empresarial, y la falta de un asesoramiento adecuado en cuando a la conformación empresarial ha ocasionado la disminución en la productividad por lo que se encuentran obligados a acudir a otra clase de negocios de tipo informal, aplicando conocimientos empíricos en la conformación de negocios.

En la actualidad el mercado nacional demanda mayores cantidades de productos, pero el país pese a ser dueño de una gran riqueza y contar con ambientes, climas y diferentes clases de suelos, sufre de deficiencias en cuanto a la utilización de los recursos naturales, generándose con ello una economía típica de los países que no logran el desarrollo.

La provincia de Orellana, como aquellas alejadas de los denominados polos de desarrollo y carente de sectores productivos dinámicos ha visto crecer sosteniblemente el sector de producción y dentro de este, el subsector comercial.

Es importante resaltar también que ha consecuencia del deterioro socioeconómico general, han aparecido otros fenómenos sociales como son: migración urbana y rural hacia países extranjeros, expansión del sector informal urbano, crecimiento del índice delincuencial y una proliferación en el mercado de pequeños negocios.

En general, la estructura productiva de los centros urbanos se está caracterizando por un predominio de los pequeños negocios especialmente de países orientales, artesanías y pequeñas empresas productoras de bienes y servicios, que ante la falta de otros sectores productivos se han constituido en la más importante fuente de empleo e ingresos para importantes grupos de la población.

En la ciudad de Joya de los Sachas, existe escasa creación de empresas debido a la falta de una adecuada investigación de estudios de inversión los mismos que garantizan a través de estrategias y planes un eficiente comportamiento del mercado y aseguren un adecuado desarrollo y

rentabilidad empresarial, a la pobre visión empresarial, a la falta de fuentes de financiamiento a bajos intereses, al temor a invertir y fracasar, a la falta de aprovechamiento de los recursos.

En la provincia de Orellana si existe la materia prima necesaria la misma que se produce todo el año, la cual no es aprovechada en su totalidad, por la falta de explotación de la fruta, falta de visión empresarial, o de gente emprendedora, lamentablemente no existe una empresa dedicada exclusivamente al procesamiento y comercialización de crema de cacao que es un alimento rico y saludable para los consumidores; además, la población no conoce las características saludables que les ofrece el cacao ya que este es un alimento rico en vitamina C, es una increíble fuente de fibras e incluso serotonina, al aprovechar este alimento se estará creando fuentes de trabajo, lo que determina mayores ingresos tanto para los trabajadores como para los empresarios emprendedores, determinado un mejor desarrollo social.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

‘‘LA AUSENCIA DE INVERSIÓN Y CONOCIMIENTOS CIENTIFICOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN DE CREMA DE CACAO EN LA PROVINCIA DE ORELLANA, NO PERMITE CREAR EMPRESA PARA FOMENTAR FUENTES DE TRABAJO, QUEDANDO UN MERCADO INSATISFECHO, POR TAL RAZÓN SE DEBE FOMENTAR LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CREMA DE CACAO EN LA PROVINCIA DE ORELLANA”.

Justificación.

Justificación Académica

Las diferentes necesidades sociales y los cambios que se producen en esta, es decir la constante evolución, hace que la ciencia, la tecnología, la educación, la investigación, se incorporen en esta sociedad a través de Centros de Educación garantizados como es la Universidad Nacional de Loja, por medio de sus Carreras, prepara a los futuros profesionales, emprendedores, optimistas , para que interactúen en la misma a través de la teoría y la práctica, proponiendo posibles alternativas de solución a los problemas que afecten a ella.

La Universidad Nacional de Loja, por medio de la Carrera de Administración de Empresas, ha venido planteando alternativas educativas para formar profesionales que, siendo críticos y creativos se proponen a cambiar la realidad social mediante el ejercicio de prácticas profesionales renovadas, que contribuirán al progreso y bienestar de los pueblos de nuestro país.

El proyecto está unido a la sociedad, ya que al ponerlo en marcha se está aplicando los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias y poniéndolos a disposición de quienes lo requieren dentro de la comunidad. Así mismo, con este trabajo se aportará en conocimientos para las futuras generaciones, y a la vez servirá, para los futuros profesionales en administración de empresas los que pueden afianzar sus conocimientos en el presente proyecto.

Justificación Social

La Investigación científica permite adquirir más compromisos como egresada de la Universidad Nacional de Loja, de cumplir a cabalidad y responsabilidad el presente trabajo de investigación y de esa manera dar alternativas a los problemas sociales para generar ideas que permitan mejorar la calidad de vida en la sociedad y nos dé la oportunidad de desempeñar una función de acuerdo a nuestra especialidad.

Otro aspecto que merece especial atención es, que al crear la empresa se está cumpliendo con una de las metas que ha planteado la Universidad Nacional de Loja a través del sistema innovador de estudios.

c.3.Justificación Económica

Con la ejecución del presente proyecto, se contribuirá de alguna forma al desarrollo de la economía de los habitantes de la ciudad de Joya de los Sachas y provincia de Orellana, generando ingresos a partir de una mayor participación por parte de la ciudadanía, situación que irá en beneficio de los inversionistas y de la sociedad, permitiendo mejorar el nivel de vida en el área de influencia.

Objetivos

General

Determinar la viabilidad comercial de la propuesta de implementar una empresa de Crema de Cacao para el cantón Joya de los Sachas de la provincia de Orellana.

Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto.
- Realizar un estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto objeto del estudio.
- Realizar el estudio organizacional para la puesta en marcha de la empresa, en base a procedimientos administrativos y legales.
- Determinar el estudio económico para realizar las fuentes y financiamiento del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera a través de los diferentes indicadores como son el VAN, el TIR, RBC, Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

Metodología

Para el desarrollo de la presente investigación se van a utilizar algunos métodos, técnicas y procedimientos, cuya información permitirá organizar, ejecutar y establecer la factibilidad para la creación de una empresa de Crema de Cacao en la ciudad de Joya de los Sachas.

Métodos

Para el desarrollo de la presente investigación, se utilizarán algunos métodos, que se describen a continuación:

Método Científico.- Método principal puesto que de él se desprenderán los diferentes métodos y técnicas que permitirán descubrir datos y confirmarlos mediante las conclusiones veraces.

Método Deductivo-Inductivo.- Es aquel que aborda desde lo general para lograr extraer conocimientos particulares del tema investigado.

Puesto que se investigará primeramente temas generales relacionados con la Elaboración de proyectos, llegándose a obtener resultados particulares de cada caso como del estudio de mercado, del estudio técnico, estudio financiero, evaluación de proyectos, etc.

Método Inductivo-Deductivo.- El cual parte de lo particular para llegar a lo general, es así que mediante el estudio de las diversas partes que comprenden una evaluación del proyecto se llegará a obtener la conclusión general como es la factibilidad del proyecto.

Método Analítico-Sintético.- Proceso mediante el cual se descompone un todo en sus partes, diferenciando lo esencial de lo secundario dentro de un todo complejo y luego la composición o integración de todos los elementos surgiendo así algo nuevo y distinto. Método que será aplicado en la Evaluación del proyecto donde se estudiará separadamente cada parte que comprende un estudio de factibilidad para luego unirlas y obtener la determinación de la aceptación de la empresa de Crema de Cacao el mercado del Oriente ecuatoriano.

La utilización de todos estos métodos permitirá llegar a la culminación del presente trabajo ya que para lograrlo se tendrá que seguir los pasos de aplicación comprensión y demostración del mismo.

Técnicas

De igual manera se utilizará técnicas que me permitirán recopilar información como son:

La técnica de la observación directa que permitirá determinar la situación actual del sistema empresarial en la ciudad Joya de los Sachas.

Encuesta

Estas serán aplicadas a los posibles clientes que tendrá la empresa, permitiendo así determinar la demanda del producto.

Las encuestas serán aplicadas a la población del cantón Joya de los Sachas ya que ellas son las que consumen este tipo de producto.

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra de los usuarios en el mercado local, se utilizará 37.591 habitantes información suministrada por el INEC, Censo de 2010, proyectado para 2016 con una tasa de crecimiento del 3,94% se obtiene:

Fórmula: $Pf = Pa\ (1+ i)^n$

EN DONDE: Pf = población futura

Pa = población actual

i = Taza de crecimiento

$= 37.591(1+0.0394)^6$

= 47.400 población del cantón Joya de los Sachas

Tamaño de la Muestra.- Para el cálculo del tamaño de la muestra utilizamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2\ p.\ q.\ N}{E^2\ (N-1) + Z^2\ p.\ q.}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución normal)

p = 0,5 probabilidad que el evento ocurra

q = 0,5 probabilidad que el evento no ocurra

N = Población total

e^2 = margen de error

Esta fórmula al ser aplicada proporcionó como resultado:

$$n = \frac{(1{,}96)2\ (0{,}5)(0{,}5)\ 47.400}{(0{,}05)2(47.400-1)(1{,}96)2(0{,}5(0{,}5)}$$

$$n = \frac{(3{,}8416)\ (0{,}25)(47.400)}{(118{,}4975)+(0{,}9604)}$$

n= 381 *total de encuestas aplicar a la población del cantón Joya de los Sachas.*

Anexo Nº 2

Modelo de encuesta para determinar la demanda

Pregunta N° 1. ¿Cuántas personas conforman su familia?:

2 a 3 personas	( )
4 a 5 personas	( )
6 en adelante	( )

Pregunta N° 2. ¿Cuáles son los ingresos promedio en dólares de su hogar?

$ 1 a $ 366 Dólares	( )
$ 367 a $ 500 Dólares	( )
$ 501 a $ 1000 Dólares	( )
$ 1001 a $ 1500 Dólares	( )
$ 1501 a $ 2000 Dólares	( )
Más de $ 2000 Dólares	( )

Pregunta N° 3. ¿En su familia se consume productos derivados de cacao?

Si	( )
No	( )

Pregunta N° 4. ¿Del siguiente listado de derivados del cacao cuál es el que consume con más frecuencia en su hogar?

Crema	( )
Pasta	( )
Barras	( )

Otros ( )

Pregunta N° 5. ¿Cuantas libras consume usted de Crema de Cacao al mes?

½ a 1 libra ( )
1 ½ a 2 libras ( )
2 más ( )

Pregunta N° 6. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por libra de Crema de Cacao?

$ 5,00 dólares ( )
$ 5,50 dólares ( )
$ 6,00 dólares ( )
Más de $ 6,00 dólares ( )

Pregunta N° 6. ¿En qué lugar regularmente adquiere crema de cacao para el consumo familiar?

Bodegas ( )
Mercados ( )
Supermercados ( )
Tiendas ( )

Pregunta N° 7. ¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de nuestro producto?

Funda plástica ( )
Lata ( )
Empaque térmico ( )
Otros ( )

Pregunta N° 8. ¿Qué consideraría usted al momento de adquirir Crema de Cacao?

Calidad	( )
Sabor	( )
Cantidad	( )
Precio	( )
Higiene	( )
Presentación	( )

Pregunta N° 9. ¿Qué medio publicitario usted prefiere?

TELEVISIÓN	
Coca Visión	( )
Orellana TV	( )
RADIO	
Radio Tucán	( )
Radio Stereo La Joya	( )
Radio Canela	( )
Orellana	( )
Radio La Jungla	( )
Prensa escrita	
Independiente	( )
La Prensa	( )
Sol de Tena	( )

Pregunta N° 9. ¿Si en Cantón Joya de Los Sachas se implementara una empresa de producción y comercialización de Crema de Cacao estaría dispuesto hacer nuestro consumidor?

Si	( )
No	( )

Pregunta N° 10. ¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

Si	(	)
No	(	)

Pregunta N° 11. ¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa?

Sorteos mensuales	(	)
Descuentos personales	(	)
Productos de muestras gratis	(	)

Anexo Nº 4

Modelo de la encuesta para determinar la oferta

Pregunta N° 1. ¿Qué tipo de establecimiento tiene usted?

Supermercado	( )
Bodega	( )
Tiendas	( )

Pregunta N° 2. ¿Vende en su negocio crema de cacao?

Si	( )
No	( )

Pregunta N° 3. ¿Indique las marcas de crema de cacao que usted vende?

Nutella	( )
Cola Cao	( )
Santiveli	( )
Nestle	( )

Pregunta N° 4. ¿Qué cantidad (en libras) de crema de cacao vende mensualmente?

1 a 10 libras	( )
11 a 20 libras	( )
21 a 30 libras	( )

Pregunta N° 5. ¿Cuál es el precio de venta de una libra de crema de cacao?

$ 5,00 dólares	( )
$ 5,50 dólares	( )
$ 6,00 dólares	( )
Más de $ 6,00 dólares	( )

Pregunta N° 6. ¿Cuál de los siguientes medios de publicidad utiliza para realiza la promoción de sus productos?

Radio	( )
TV	( )
Prensa escrita	( )
Hojas volantes	( )

Pregunta N° 7. ¿Quién le provee a su negocio de crema de cacao?

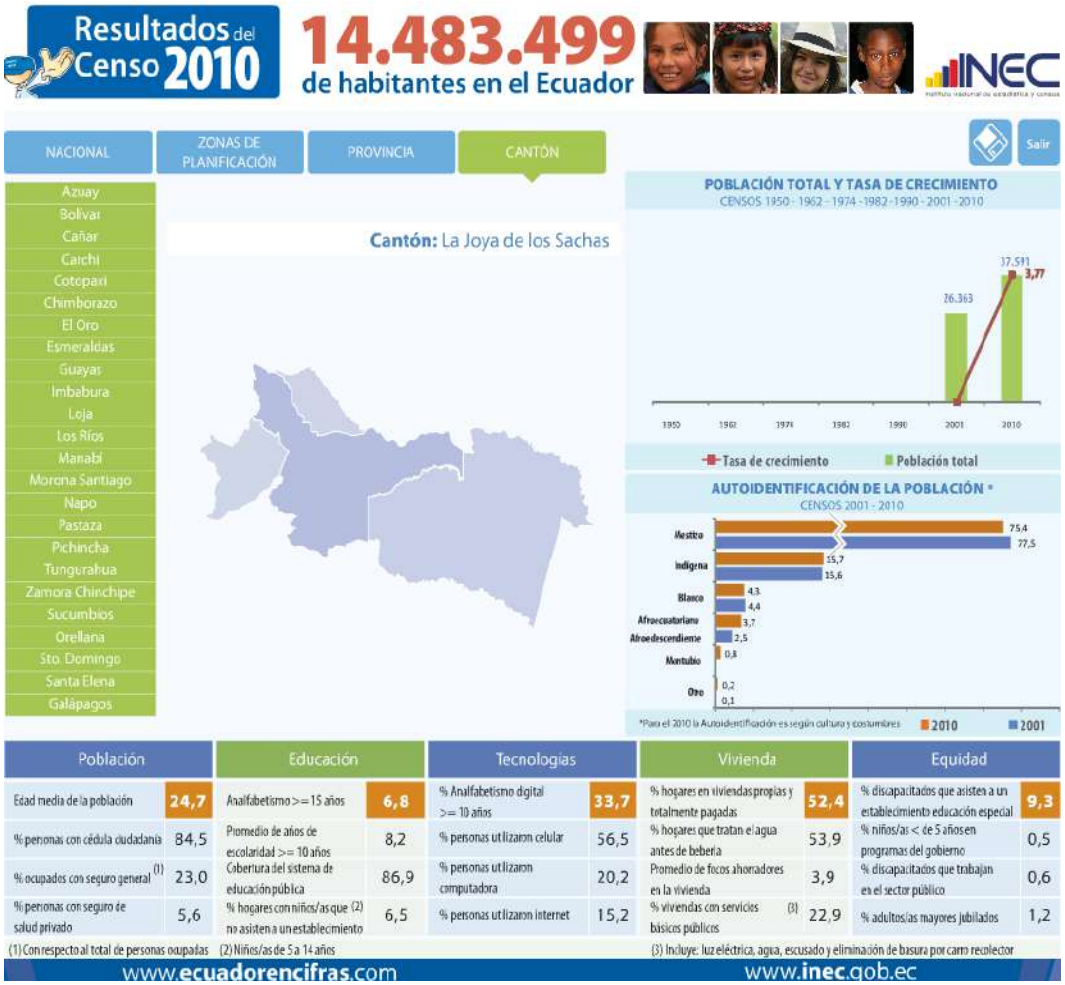
Nestle	( )
Universal	( )
Productores informales	( )

Pregunta N° 7 .¿Ofrece algún tipo de promoción a sus clientes, indique cuál?

Sorteos mensuales	( )
Descuentos personales	( )
Producto gratis	( )
Ninguno	( )

ANEXO N° 5

CENSO 2010 INEC



ANEXO N° 6

INFLACIÓN

FECHA	VALOR
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	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 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %

Indicadores Relacionados
% DE INFLACION MENSUAL
INFLACION - ACUMULADO MENSUAL
% Previsión de la inflación máxima anual
% Previsión de la inflación mínima anual

ANEXO N° 7
PROYECCIÓN MATERIA PRIMA DIRECTA

AÑOS	VALOR
1	11.549,72
2	11.940,10
3	12.343,68
4	12.760,89
5	13.192,21
6	13.638,11
7	14.099,08
8	14.575,62
9	15.068,28
10	15.577,59

Fuente: Banco Central de Ecuador (Inflación diciembre 2016 3,38%)
Elaboración: La Autora

ANEXO N° 8
PROYECCIÓN MATERIALES INDIRECTOS

AÑOS	VALOR
1	724,16
2	748,64
3	773,94
4	800,10
5	827,14
6	855,10
7	884,00
8	913,88
9	944,77
10	976,70

Fuente: Banco Central de Ecuador (Inflación diciembre 2016 3,38%)
Elaboración: La Autora

ANEXO N° 9
PROYECCIÓN MANO DE OBRA DIRECTA

AÑOS	VALOR
1	11.478,49
2	12.595,38
3	13.021,10
4	13.461,22
5	13.916,21
6	14.386,57
7	14.872,84
8	15.375,54
9	15.895,24
10	16.432,49

Fuente: Banco Central de Ecuador (Inflación diciembre 2016 3,38%)
Elaboración: La Autora

ANEXO N° 10
PROYECCIÓN CARGA FABRIL

AÑOS	VALOR
1	1.560,00
2	1.612,73
3	1.667,24
4	1.723,59
5	1.781,85
6	1.842,07
7	1.904,34
8	1.968,70
9	2.035,25
10	2.104,04

Fuente: Banco Central de Ecuador (Inflación diciembre 2016 3,38%)
Elaboración: La Autora

ANEXO N° 11
PROYECCIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO

AÑOS	VALOR
1	19.665,42
2	21.597,11
3	22.327,09
4	23.081,75
5	23.861,91
6	24.668,44
7	25.502,24
8	26.364,21
9	27.255,32
10	28.176,55

Fuente: Banco Central de Ecuador (Inflación diciembre 2016 3,38%)
Elaboración: La Autora

ANEXO N° 12
PROYECCIÓN GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

AÑOS	VALOR
1	945,00
2	976,94
3	1.009,96
4	1.044,10
5	1.079,39
6	1.115,87
7	1.153,59
8	1.192,58
9	1.232,89
10	1.274,56

Fuente: Banco Central de Ecuador (Inflación diciembre 2016 3,38%)
Elaboración: La Autora

ANEXO N° 13
PROYECCIÓN PERSONAL DE VENTAS

AÑOS	VALOR
1	5.739,25
2	6.297,69
3	6.510,55
4	6.730,61
5	6.958,10
6	7.193,29
7	7.436,42
8	7.687,77
9	7.947,62
10	8.216,25

Fuente: Banco Central de Ecuador (Inflación diciembre 2016 3,38%)
Elaboración: La Autora

ANEXO N° 14
PROYECCIÓN PUBLICIDAD

AÑOS	VALOR
1	2.400,00
2	2.481,12
3	2.564,98
4	2.651,68
5	2.741,30
6	2.833,96
7	2.929,75
8	3.028,77
9	3.131,15
10	3.236,98

Fuente: Banco Central de Ecuador (Inflación diciembre 2016 3,38%)
Elaboración: La Autora

ANEXO N° 15
PROFORMA MAQUINARIA Y EQUIPO

juanmarcet

Importadora Juan Marcet
R.F.C: CFC110121742
AV. BAJA CALIFORNIA 255 EDIF. A PISO 14, COL. HIPODROMO , CUAUHTEMOC, C.P. 06100

NOMBRE: María Esperanza Vera	FACTURA
R.F.C. 1311860694	FOLIO FISCAL: [illegible]
DIRECCIÓN: Barrio Nueve de octubre y Av. Fundadores	NO. DE SERIE DEL CERTIFICADO DEL SAT: 00001000000200159220
	FECHA Y HORA DE CERTIFICACION:
EXPEDIDO EN: PROFORMA	NO. DE SERIE DEL CERTIFICADO DEL EMISOR: 00001000000203130650
	LUGAR, FECHA Y HORA DE EMISION:
	[illegible]

Detalle	Cantidad	Valor Total
Mezcladora	1	2.900,00
Envasadora	2	8.600,00
Etiquetadora	1	3.100,00
Balanza	2	460,00
Despulpadora	2	5.780,00
TOTAL		USD. $21.300,00

MÉTODO DE PAGO: EFECTIVO
NÚMERO DE CUENTA: NO IDENTIFICADO

ANEXO N° 16
PROFORMA DE MUEBLES Y ENSERES

Mueblería Diana

RIF J - 00000000-0

FACTURA PROFORMA No.

LUGAR DE EMISIÓN	DIA	MES	AÑO
Orellana	20	05	16

Nombre o Razón Social: María Esperanza Vera — R.I.F.: 1311860694

Dirección Fiscal: Joya de los Sachas

Teléfonos: 062898682

CANTIDAD	CONCEPTO O DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO Bs.	TOTAL
3	Escritorios	330,00	990,00
3	Silla Giratoria	125,00	375,00
2	Arechivador "A"	210,00	420,00
1	Juego de sala de espera	650,00	650,00
3	Papeleras	25,00	75,00
10	Sillas de madera	35,00	350,00

facturalegal.com

ORIGINAL

SUB-TOTAL

DESCUENTO ____ %

I.V.A. ____ % SOBRE Bs. ____

SUB-TOTAL

TOTAL A PAGAR Bs. 2.860,00

RECIBIDO POR

Son:

CONDICIONES DE PAGO: CONTADO ☐ CRÉDITO ☐ FECHA DE PAGO

CHEQUE No.: BANCO:

ANEXO N° 17
PROFORMA EN EQUIPOS DE OFICINA

Papeleria En General

PRO-FORMA Nro. 00054

Quito, 23 de junio de 2016

Señor(es) : María Esperanza Vera

CANT.	DESCRIPCION	P/U	P/T
1	Calculadora	75,00	75,00
1	Sumadora	120,00	120,00
3	Telefonos	75,00	225,00
2	Perforadoras	12,00	24,00
2	Grapadoras	6,00	12,00
	TOTAL		456,00

Son: Cuatro cientos cincuenta y seis dólares.....

ESTA PRO-FORMA TIENE VALIDEZ 28 DÍAS.

ANEXO N° 18
PROFORMA EN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DigitalCopy
soluciones digitales a tu alcance

COMPUTACIÓN Y COPIADORAS

RUC: 1311860694
CUENTE: María Vera
DIRECCIÓN: Joya de los Sachas
TELEFONO: 062898682
FECHA: 20/05/2016

CANT	DETALLE
3	NOTEBOOKSONYVAIO PROCESADOR INTEL CORE 15 2.3GHZ DISCO DURO 500GB SATA MEMORIA DDR4 3GB PC1333 VIDEO AMD RADEON 1GB PANTALLA 14" LCD PUERTOS USB, HDMI WIRELIES, LAN RJ45 DVDWRITER CÁMARA WEB CON MICRÓFONO INCORPORADO LECTOR DE MEMORIAS WINDOWS? ***OBSEQUIOS*** ESTUCHE, MOUSE ÓPTICO, FLASH 4GB

PRECIOS $ 3.025,00

INCLUYE EL ¡VA

PROFORMA VALIDA POR 8 DÍAS LABORABLES LOS PRECIOS PUEDEN VARIAR SIN PREVIO AVISO

'SR. RAMJR&QHOLOTA
ASESOR EN VENTAS

ANEXO N° 19
PROFORMA EN HERRAMIENTAS

Importadora Juan Marcet
R.F.C: CFC110121742
AV. BAJA CALIFORNIA 255 EDIF. A PISO 14, COL. HIPODROMO , CUAUHTEMOC, C.P. 06100

NOMBRE: María Esperanza Vera	FACTURA
R.F.C.: 1311860694	FOLIO FISCAL:
DIRECCIÓN: Barrio Nueve de octubre y Av. Fundadores	NO. DE SERIE DEL CERTIFICADO DEL SAT: 00001000000203159220
EXPEDIDO EN: PROFORMA	FECHA Y HORA DE CERTIFICACION:
	NO. DE SERIE DEL CERTIFICADO DEL EMISOR: 00001000000203130650
	LUGAR, FECHA Y HORA DE EMISION:

Detalle	Cantidad	Valor Total
Caja de herramientas	1	200,00
Bandejas	8	152,00
Machetes	4	84,00
Espátulas	4	56,00
Aceitera para maquinas	2	46,00
TOTAL		USD. 538,00

MÉTODO DE PAGO: EFECTIVO
NÚMERO DE CUENTA: NO IDENTIFICADO

ÍNDICE

PORTADA i

CERTIFICACIÓN ii

AUTORÍA iii

CARTA DE AUTORIZACIÓN iv

DEDICATORIA v

AGRADECIMIENTO vi

a. TÍTULO 1

b. RESUMEN 2

ABSTRACT 5

c. INTRODUCCIÓN 8

d. REVISIÓN DE LITERATURA 11

e. MATERIALES Y MÉTODOS 49

f. RESULTADOS 54

g. DISCUSIÓN 75

h. CONCLUSIONES 177

i. RECOMENDACIONES 179

j. BIBLIOGRAFÍA 180

k. ANEXOS 182

INDICE 208