



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

### Carrera "Administración de Empresas"

#### TÍTULO:

*"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA DE CHOCOLATE NATURAL EN POLVO  
EN LA PARROQUIA ZUMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA  
PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"*

#### Autora:

Ana Lucía Cárdenas Chalán

#### Director:

Ing. MAE, Edison Espinosa Bailón.

LOJA-ECUADOR

2014

Tesis previa a la  
obtención del  
Grado de  
Ingeniera  
Comercial

## **CERTIFICACIÓN**

**ING. MAE, EDISON ESPINOSA BAILÓN.**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE LOJA.**

**DIRECTOR DE TESIS.**

**LEGALMENTE CERTIFICA:**

Que el presente trabajo, previo a obtener el Título de Ingeniería Comercial, sobre el tema: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CHOCOLATE NATURAL EN POLVO EN LA PARROQUIA ZUMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**., realizado por la señora egresada: ANA LUCIA CÁRDENAS CHALÁN; ha sido dirigido, orientado y revisado bajo mi dirección; por lo tanto, autorizo su presentación y sustentación, para los fines legales pertinentes.

Loja, mayo de 2014



**ING. MAE, EDISON ESPINOSA BAILÓN.**

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, ANA LUCIA CÁRDENAS CHALÁN declaro ser autora del presente trabajo de tesis eximo expresamente a la universidad nacional de Loja y a 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: ANA LUCIA CÁRDENAS CHALÁN

Firma: 

Cédula: 1900486968

Fecha: Loja, mayo del 2014

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

Yo Ana Lucia Cárdenas Chalán declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CHOCOLATE NATURAL EN POLVO EN LA PARROQUIA ZUMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”** como requisito para optar el grado de Ingeniera en administración de Empresas 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 extranjero, 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 Loja ciudad de Loja a los 14 días del mes de mayo del dos mil catorce, firma la autora.

**Firma:** 

**Autora:** Ana Lucia Cárdenas Chalán

**Cédula:** 1900486968

**Dirección:** Zumba correo electrónico: anacard\_1987@hotmail.com

**Teléfono:** 2308-426 **Celular:** 0987226052

**Director de tesis:** Ing. Edison espinosa bailón, MAE.

<b>Tribunal de grado:</b>	Mg. Ángel Cabrera Achupallas	<b>PRESIDENTE</b>
	Mg. Lolyta Hualpa Lima	<b>VOCAL</b>
	Dr. Luis Quizhpe Salinas	<b>VOCAL</b>

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis primeramente a Dios por haberme permitido llegar hastaeste punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos a mis padres por su dedicación y apoyo incondicional, a mi esposo que durante estos años ha sido el pilar fundamental en mi formación y a mis amados hijos Sasha y Yull a quienes dedico este logro.

**ANA LUCIA CÁRDENAS CALÁN**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, Modalidad de Estudios a Distancia, por habernos permitido llevar a cabo la siguiente tesis, de la Carrera de Administración de Empresas.

En especial al Docente Tutor, **Ing. Edison Espinosa Bailón**, quien me orientó para poner en práctica todo lo estudiado en el transcurso del trabajo investigativo, motivo por lo cual puedo presentar mi Tesis, que sin lugar a dudas influirá de manera positiva y aportará al mejoramiento empresarial de la región sur del país.

A toda mi familia, por el apoyo que me supieron brindar en el transcurso del desarrollo de la tesis, y a todos quienes de una u otra forma me ayudaron, cuya participación ha permitido que hoy pueda culminar con éxito y satisfacción el análisis del presente trabajo.

**La autora**

a. TÍTULO:

***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA DE CHOCOLATE NATURAL EN POLVO  
EN LA PARROQUIA ZUMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA  
PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”***

## **b. RESÚMEN**

El objetivo fundamental de este proyecto fue realizar un estudio de Factibilidad para Producir y Comercializar chocolate natural en polvo en la Provincia de Zamora Chinchipe la misma que permitió la aplicación de distintos Métodos, como el Científico, que me permitió buscar conocimientos válidos y confiables del estudio de Mercado, Técnico, Organizacional y Financiero, el Método deductivo inductivo, me permitió en base a afirmaciones de carácter general hacia afirmaciones particulares, lo que ha servido para conocer el requerimiento del chocolate natural en la Provincia de Zamora Chinchipe; Método Analítico, este método me permitió analizar la información y datos obtenidos permitiendo conocer las ventajas y desventajas de llevar a cabo el presente proyecto, El Método Estadístico me ayudo a la interpretación y comprensión de datos como: la tabulación de las encuesta, indicadores financieros (VAN, TIR, PE), y de esta manera conocer la vida útil del proyecto.

En el estudio de mercado realizado en la provincia de Zamora Chinchipe, con una muestra de 393 encuestas y 219 comercializadoras de chocolate; determinando la Demanda Potencial de 18.506,43familias, la Demanda Real 12.856.41familias, Demanda Efectiva 359.413,99 libras de chocolate.

La Oferta de 194.349libras de chocolate y la Demanda Insatisfecha de 165.065, el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse correctamente. La demanda insatisfecha refleja para el primer año de vida útil del proyecto es de: 165.065 libras de chocolate, la empresa



estará en capacidad de producir 112.840 libras de chocolate anuales y la utilizada será de 90.272 libras de chocolate, de los cuales se producirá el 80% de la capacidad utilizada para el primer año que corresponde a 90.272 libras de chocolate; La empresa estará ubicada en la Cantón Chinchipe, en el Parroquia zumba, Barrio San Vicente en las calles Manuel Rodríguez.

Se realizó un estudio administrativo determinándose como una Compañía de Responsabilidad Limitada y una estructura orgánica funcional con los siguientes niveles jerárquicos como: Legislativo, Ejecutivo, Asesor, Auxiliar de Apoyo y Operativo, así como los manuales de funciones, organigramas; que sirvieron para implementar una buena organización.

El proyecto alcanza una inversión de \$ 55.195,41 en activos fijos, diferidos y capital de trabajo y se financiará con un aporte de los socios del 75%, mantendrá un préstamo en el Banco Nacional de Fomento constituirá el 25% que corresponde a \$ 13.798,85 a 10 años plazo al 11.83% de interés pagaderos semestralmente. La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: De acuerdo al VAN es de 256.285.54 dólares, lo que indica que el proyecto es conveniente. La TIR es 74.87% siendo este valor apacible para realizar el proyecto, que será de 5 años, 2 meses y 12 días; RBC que será de \$1.28; los valores de sensibilidad son menores que uno, los cambios en los costos y los ingresos incrementados 8.52% y disminuidos en un 6.88 %, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios. Entre las conclusiones y recomendaciones tenemos, que el proyecto puede y debe ejecutarse.

## SUMMARY

The main objective of this project was to conduct a feasibility study to Produce and Commercialize Natural cocoa powder in the province of Zamora Chinchipe it allowed the application of different methods, such as the Scientific, which allowed me to search for valid and reliable knowledge of the study Market, Technical, Organizational and Financial inductive deductive method allowed me based on general statements to particular claims, which has served to meet the requirement of the natural chocolate in the province of Zamora Chinchipe, Analytical Method , this method allowed me to analyze information and data allowing to know the advantages and disadvantages of carrying out this project, the Statistical Method helped me the interpretation and data compression as the tabulation of the survey, financial indicators (NPV,IRR,PE),and thus know the life of the project.

In the market study in the province of Zamora Chinchipe, with a sample of 393 surveys and 219 marketers of chocolate; determining the potential demand 18506.43 families, families 12.856.41 Real Demand, 359,413.99 pounds of Effective Demand chocolate. The offer of 194,349 pounds of chocolate and 165 065 Unmet Demand, which allowed us to determine that the project can and must succeed. The unmet demand reflects the first year of life of the project are: 165,065 pounds of chocolate, the company will be able to produce 112,840 pounds of chocolate per year and shall be roughly 90,272 pounds of chocolate, of which 80 % of capacity used for the first year corresponding to 90,272 pounds of chocolate will occur, the company will be

located in the Canton Chinchipe in zumba Parish, Barrio San Vicente street Manuel Rodriguez. Administrative study determined as a Limited Liability Company and a functional organizational structure with the following hierarchy levels as performed: Legislative, Executive, Consultant, Support Assistant and Shell, as well as operating manuals, charts, which were used to implement a good organization.

The project reaches a \$ 55,195.41 investment in fixed and working capital deferred assets and financed with contributions from partners of 75%, keep a loan in the NATIONAL DEVELOPMENT BANK constitute 25% corresponding to \$ 13,798 85 to 10 years term at 11.83% interest payable semiannually. The financial evaluation shows the following results: According to the NPV is \$ 256.285.54, which indicates that the project is appropriate. The IRR is 74.87 % and this peaceful value for the project, which shall be 5 years, 2 months and 12 days; RBC to be \$ 1.28, the sensitivity values are less than one, changes in costs and increased revenues 8.52 % and decreased by 6.88 %, respectively, ie the project is not sensitive to these changes. The conclusions and recommendations have, and that the project can be executed, the results obtained throughout the study conducted.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Debido a la actual crisis económica, donde el mercado globalizado es la imagen mundial de la economía de los países del planeta. El Ecuador debe buscar nuevas alternativas para poder sobresalir ante esta problemática, ya que ha estado acostumbrado a tratar de solucionar sus problemas únicamente con base a los rendimientos generados por la exportación del petróleo, dejando de lado a un sector de gran importancia como es el Agrícola, que genera alta rentabilidad y no ha sido desarrollado en su totalidad.

La investigación está formado por literales que se detallan a continuación: el literal a) se refiere al título de la presente investigación; el literal b) se refiere al resumen, que tiene los objetivos, metodología y los resultados en general del proyecto de inversión; el literal c) está compuesto por la introducción, donde expresan ideas centrales de acuerdo con todos los literales de toda la investigación.

El literal d) hace referencia a la revisión de literatura, que expresa la forma teórica utilizada en la investigación; el literal e) los materiales y métodos, técnicas y procedimientos utilizados; los resultados que demuestra paso a paso todo el proyecto de inversión relacionado a la producción del chocolate y su comercialización; el literal f) trata sobre la discusión, que hace un análisis a los resultados obtenidos en el estudio económico del proyecto que requiere una inversión total de \$ 55.195,41 en activo fijo \$39.061,95, activo

diferido \$3.979,50 y activo circulante \$12.153,95 Fuente de financiamiento en el Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés del 11.83% semestralmente, para 10 años. 25% de financiamiento y 75% de aporte de los socios. De acuerdo a los resultados financieros tenemos que el VAN es de 256.285.54 dólares. La TIR es 74.87% siendo este valor apacible para realizar el proyecto, que será de 5 años, 2 meses y 12 días; RBC es de \$1.28; los valores de sensibilidad son de 8.52% y disminuidos en un 6.88 %,es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

El literal g) se refiere a las conclusiones que se ha llegado aplicando el proyecto de inversión; una de las conclusiones más importantes es que el proyecto alcanza una inversión de 55.195.41 dólares con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones.

El literal h) trata de las recomendaciones en base a las conclusiones, el literal i) son toda bibliografía utilizada en la investigación; y, el literal j) son los anexos utilizados a lo largo de la presente investigación.

#### **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **INFORMACIÓN GENERAL DEL CHOCOLATE**

##### **HISTORIA**

El cacao, componente fundamental del chocolate, es un cultivo originario de América. El primer europeo en descubrir los granos de cacao fue Cristóbal Colón, durante su cuarto viaje a nuestro continente, al llegar a lo que es hoy en día Nicaragua. Estos granos eran usados por los nativos como moneda, además de ser empleados para preparar una deliciosa bebida. Un tiempo después, al establecerse el proceso de colonización de los españoles en América Central y América del Sur, los primeros granos de cacao son llevados a Europa. La domesticación, cultivo y consumo del cacao fueron realizados por los indígenas Toltecas, Aztecas y Mayas más de un milenio antes del descubrimiento de América. Cuando Hernán Cortéz llegó a México observó que su gente consumía una bebida llamada XOCOALT, pero por su sabor amargo no les llamó la atención y su uso por los españoles demoró casi un siglo, hasta cuando unas muestras de semillas llevadas a España, unas religiosas desarrollaron en 1550 la primera receta del actual Chocolate añadiendo dulce y vainilla. La bebida al inicio fue usada por la corte y la realeza y luego de poco tiempo pasó a ser de consumo abierto.

En la segunda parte del siglo XVI, fue rentable el negocio del cacao dominado por España, que atrajo el interés de promover el cultivo en la Costa ecuatoriana por empresarios guayaquileños, pese a las prohibiciones de la Corona. Alrededor de 1600 había ya pequeñas siembras de cacao cerca de Guayaquil, a orillas del actual río Guayas y se incrementaron gradualmente a orillas de sus afluentes río arriba. El cacao ecuatoriano tenía una fama especial por su calidad y aroma la cual era dada por provenir de una variedad autóctona llamada “Nacional”, fue del aroma conocido hasta la actualidad en el mercado internacional como “Arriba” con típico aroma floral.

Los productores principales están en el Ecuador. Países Africanos producen más de sesenta y cinco por ciento de todo el cacao en el mundo. En Norteamérica y Centroamérica, México produce más de ochenta por ciento del cacao.

#### Granos de cacao



“El chocolate es el alimento que se obtiene de la manipulación de las semillas del cacao: una materia sólida (la pasta de cacao) y una materia grasa (la manteca de cacao). A partir de esta combinación básica, se elaboran los distintos tipos de chocolate, que dependen de la proporción entre estos elementos y de su mezcla o no con otros productos tales como leche y frutos secos”.<sup>1</sup>.

El chocolate Orgánico Natural proveniente de una mezcla de cacaos orgánico, lo que permite preservar el más puro sabor del chocolate. Es un polvo seco, de color café oscuro, que tiene el sabor característico de cacao. Es libre de impurezas, olor o sabores extraños.

#### Cacao natural en polvo



Conveniente para helados, leche, galletas, coberturas, chocolate para bebidas en polvo, confección de repostería y como mezcla en tabaco

---

<sup>1</sup> Wang, J., Schramm, D., Holt, R. A dose-response effect from chocolate consumption on plasma epicatechin and oxidative damage. *J Nutr* 2000; 130: 2115S-2119S.



## **PROPIEDADES NUTRICIONALES**

Entre las propiedades nutricionales del chocolate en polvo tenemos:

4,96 mg. de hierro, 16,10 g. de proteínas, 6,40 g. de fibra, 3,10 mg. de yodo, 0,27 mg. de vitamina B1, 1,08 mg. de vitamina B3, 0,32 mg. de vitamina B6, 15 ug. de vitamina B9, 1,62 ug. de vitamina B12, 1,80 mg. de vitamina C, 0,43 mg. de vitamina E, 9,10 ug. de vitamina K, 358 kcal. de calorías, 6 mg. de colesterol, 3 g. de grasa y 44,89 g. de azúcar.

El consumo de éste en forma natural está vinculado a la reducción de riesgos cardiovasculares, ya que los flavonoides proporcionan propiedades antioxidantes que contribuyen en la prevención de la inflamación y el daño a nivel celular. De igual forma, los flavonoides presentes en los granos de cacao protegen las células nerviosas del cerebro, limitando los riesgos de enfermedades coronarias.

## **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

### **1. PROYECTOS DE FACTIBILIDAD**

Un proyecto factible consiste en un conjunto de actividades vinculadas entre sí, cuya ejecución permitirá el logro de objetivos previamente definidos en atención a las necesidades que pueda tener una institución o un grupo social en un momento determinado. Es decir, la finalidad del proyecto factible

radica en el diseño de una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio.

El análisis completo de un proyecto requiere, por lo menos, la realización de cuatro estudios complementarios: de mercado, técnico, organizacional - administrativo y financiero. Mientras que los tres primeros proporcionan fundamentalmente información económica de costos y beneficios, el último además de generar información, permite construir los flujos de caja y evaluar el proyecto

Tiene por objeto conocer su rentabilidad económica financiera y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos o económicos con que se cuenta, a la mejor alternativa.

## **TIPOS DE PROYECTOS**

- **Productivos**, los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final.
- **De Infraestructura Económica**, los que generan obras que facilitan al desarrollo de futuras actividades.
- **De Infraestructura Social**, los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan el rendimiento de la mano de obra.
- **De Regulación y Fortalecimiento de Mercados**, son los proyectos que apuntan a clarificar y normalizar, o fortalecer

el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas.

- **De Apoyo de base**, están dirigidos a apoyar a los proyectos anteriores. Son proyectos de asistencia.

### **IMPORTANCIA DE ELABORACION DE PROYECTOS.**

La realización de proyectos de inversión es importante para el trabajo multidisciplinario de administradores, contadores, economistas, ingenieros, psicólogos, etc., con el objeto de introducir una nueva iniciativa de inversión, y elevar las posibilidades del éxito.

### **ETAPAS DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD**

Al menos se pueden considerar:

1. Estudio de mercado
2. Estudio técnico- organizacional
3. Técnico administrativo
4. Estudio económico
5. Estudio financiero

## 2. DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO

"Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica"<sup>2</sup>

**Mercado.-** Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo"<sup>3</sup>

**Oferta.-** "La oferta mide la cantidad de bienes o servicios puestos a disposición del mercado".<sup>4</sup>

**Análisis de la oferta.-** "El propósito es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una empresa puede y quiere poner a disposición del mercado un producto o servicio."<sup>5</sup>

**Demanda.-** "Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado".<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> MALHOTRA, K. Naresh, PRENTICE-Hall «Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», 1997, Segunda Edición, , Págs. 90 al 92

<sup>3</sup> PHILIP, Kotler, Prentice Hall, «Dirección de Mercadotecnia, » Octava Edición, Pág. 11.

<sup>4</sup>MIRANDA Juan José, "Gestión de Proyectos". Primera Edición. 1997 MB Editores. Bogotá. Pág. 102

<sup>5</sup> BURBANO RUIZ Jorge E, y ORTIZ GÓMEZ. Alberto, "Presupuesto". McGRAW-HILL Interamericana S.A.2003. Editorial. Nomos S.a. Pág. 53

<sup>6</sup> DYKINGSON G. y LEWIS, « E. Planificación, inversión y control financiero»,1984 Deusto. Pág. 47

**La Demanda Potencial.-** es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias

La Demanda Potencial del Mercado es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y se forma a partir de demandas individuales.

**La Demanda Real.-** es el volumen de productos total que adquiriría un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un período “definido”, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia “definido”, bajo un programa de mercadotecnia “definido”

**La demanda efectiva.-** es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. Punto de equilibrio entre demanda global y oferta global; es decir, combinación de puntos en donde el sector gasto monetario y los sectores producción y empleo están en equilibrio

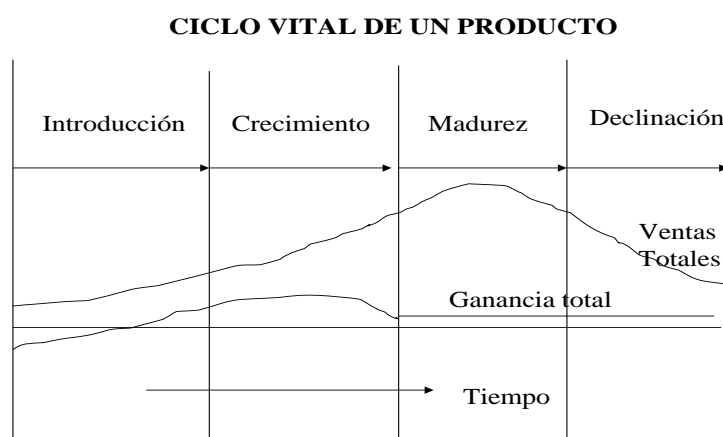
**Demanda insatisfecha.-** “Es aquella que se da por el balance entre demanda actual y oferta actual, que si es de volumen satisfactorio. Se da cuando el producto no ha sido consumido por alguna parte de la demanda”.

### **El plan de marketing y el marketing mix**

El plan de marketing es un documento maestro, adaptable a cada empresa en su definición e individual en su resultado, tratamiento y seguimiento. El plan de marketing está completamente unido al marketing mix y a la famosa

teoría de las 4 P que corresponde a la adecuación de un producto por parte de una empresa para servirlo al mercado (personas) en base a unos parámetros (producto, precio, promoción y lugar; del inglés “product”, “price”, “promotion” and “place”).

**Producto.-** Es todo aquello que puede proveer una satisfacción física o psicológica al usuario. El producto representa un conjunto de valores que son recibidos por el consumidor al pasar a su posesión o uso.



**Precio.-** “Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio, es decir, el valor de una mercancía o servicio”.<sup>7</sup>

### Como fijar precios

Una empresa debe poner un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto, cuando introduce su producto normal en un nuevo canal de

<sup>7</sup>SELDON, Arthur, «Diccionario de Economía»,1975 Edit. Oikos S.A., Barcelona-España, Pág. 115.

distribución o área geográfica y cuando licita para conseguir contratos nuevos.

**Plaza o Distribución.**-Es una de las variables del marketing que se ocupa de la organización de la distribución física de los productos.

La distribución abarca un conjunto de operaciones necesarias para llevar los productos desde el lugar de fabricación hasta los lugares de consumo

**Promoción.**- “La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan.”<sup>8</sup>

### **Segmentación de Mercado**

Se define como la estrategia utilizada para dividir el mercado en distintos grupos de compradores que se estiman requieren productos diferentes o marketing mix distintos. De esta forma la empresa incrementa su rentabilidad, los mercados se pueden segmentar de acuerdo con varias dimensiones: **Segmentación geográfica, psicográfica, demográfica, basada en criterios de comportamiento del producto y por categoría de cliente.**

---

<sup>8</sup> El Poder de la Promoción, de Jeffrey Sussman, Prentice Hall Hispanoamerica S.A., Pág. xi.

Una buena segmentación debe tener como resultado subgrupos o segmentos de mercado con las siguientes características:

### **Requisitos para lograr una Segmentación de Mercado Eficiente**

Existen muchas maneras de segmentar un mercado, pero no todas las segmentaciones son eficaces, por ello los segmentos del mercado para que resulten útiles deben tener las siguientes características:

- **Mensurabilidad:** El tamaño, el poder adquisitivo y los perfiles de los segmentos se pueden medir. Ciertas variables de la segmentación son difíciles de medir. Por ejemplo: En Estados Unidos existen 24 millones de zurdos, cifra casi igual a toda la población de Canadá. Sin embargo, hay pocos productos dirigidos al segmento de los zurdos.
- **Accesibilidad:** Los segmentos del mercado se pueden alcanzar y atender de manera eficaz.
- **Sustanciabilidad:** Los segmentos del mercado son lo bastante grandes o rentables como para atenderlos.
- **Accionamiento:** Se pueden diseñar programas efectivos para atraer y atender los segmentos.

### **Tipos de Segmentación de mercado**

#### **Segmentación Geográfica:**

- Región del mundo o del país
- Tamaño del país



### **Segmentación demográfica**

- Edad
- Género
- Orientación sexual
- Tamaño de la familia
- Ciclo de vida familiar
- Ingresos
- Profesión
- Nivel educativo
- Estatus socioeconómico
- Religión
- Nacionalidad
- 

### **Segmentación Psicográficas**

- Personalidad
- Estilo de vida
- Valores
- Actitudes

**Segmentación por comportamiento:** “se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los

beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto”<sup>9</sup>

### **3. ESTUDIO TÉCNICO**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal

**Tamaño del proyecto.-** “Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción”<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> STANTON, ET AL. "Fundamentos de Marketing" Ed. McGrawHill, México, 11ª ed., 1999. 170-244pp

<sup>10</sup> QUEZADA 2/ Ibídem, pág. 54

El análisis del tamaño de un proyecto tiene por objeto dimensionar conjuntamente la capacidad efectiva de producción y su nivel de utilización, tanto para la puesta en marcha como en su evolución durante la vida útil del proyecto.

### **Capacidad instalada**

Es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Se puede medir en cantidad de Bienes y servicios producidos por unidad de Tiempo.

### **Capacidad utilizada**

Es la capacidad práctica, muestra la tasa real de producción durante una unidad de tiempo.

### **Localización del proyecto**

El estudio de la localización tiene el propósito de buscar la ubicación y cubrir las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuye a minimizar los costos de inversión y, costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto, y de acuerdo a su forma de estudio este se divide en dos tipos:

### **Macro localización**

Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico, su ubicación

- Lejanía de mercados clave
- Limitado abastecimiento de materias primas
- Insumos y servicios
- Indisponibilidad de mano de obra y las consecuencias directas que tienen sobre los costos de producción y transporte.

**Micro localización**, elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio. Los factores que se deben de tomar en cuenta para su ubicación son:

- Existencias de vías comunicacionales
- Medios de transporte
- Servicios públicos básicos
- Topografía y estudio de suelos
- Condiciones ambientales
- Tamaño
- Tecnología

- Disponibilidad de área para los requerimientos actuales y futuras ampliaciones.

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Uno de los resultados de este estudio será determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para determinar la función de producción óptima deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo los montos de inversiones, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción para luego realizar el estudio económico

La finalidad del estudio de Ingeniería (a nivel de prefactibilidad), dentro del programa de elaboración del proyecto, es suministrar la información técnica necesaria para realizar la evaluación económica -financiera del proyecto y no tiene el alcance requerido para su construcción o instalación. A través de esta etapa será factible determinar la cuantía de inversiones a realizar, y la estructura de costos e ingresos del proyecto.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>N SAPAG, Chain y R. SPAG Chain, Criterios de Evaluación de Proyectos. Pag.182

- **Descripción del producto o servicio.**

Es muy importante la descripción y características del producto o servicio a fabricar, las cuales se pueden obtener a través de planos, investigaciones de mercado con los futuros clientes, consultas en los alrededores, vecindario, etc. La importancia de esto radica en que se debe dar el servicio o producir el bien de acuerdo a los gustos y/o preferencias que arrojó el estudio de mercado con respecto a los beneficiarios del proyecto

- **Componente Tecnología.-** 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.
- **Infraestructura física.-** se relaciona exclusivamente 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.
- **Proceso de producción.-** “El proceso de producción es la secuencia de operaciones, movimientos, almacenamientos e inspecciones, por medio de la cual las materias primas se convierten en un producto terminado”.<sup>12</sup>
- **Flujograma.-** Este método es similar al diagrama de bloques, se explica el proceso de una forma más detallada y con más información e indicando la simbología de la actividad realizada.

---

<sup>12</sup>MIRANDA 2/ Ibídem, Pág. 201

## 4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos. Desde un punto de vista más amplio, comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización.<sup>13</sup>

### Base legal

Para la implementación de esta empresa se adoptará la forma jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

- Acta constitutiva
- La razón social o denominación
- Domicilio

---

<sup>13</sup> <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/10/conceptos-sobre-estructura>.

- Objeto de la social
- Capital social
- Tiempo de duración de la sociedad

### **Estructura Empresarial**

Es la forma que adopta la empresa estableciendo pautas de coordinación de la totalidad de los recursos para mejorar la relación y regulación de las actividades que se realizan diariamente.

### **Niveles jerárquicos de la empresa**

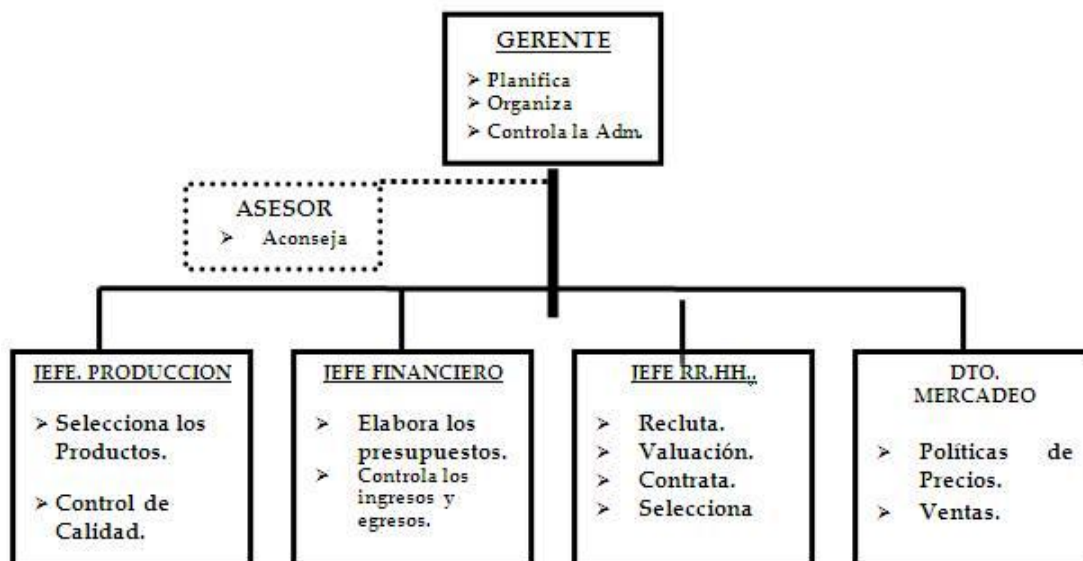
Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa, aquí tenemos los siguiente niveles:

- Nivel Directivo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Asesor
- Nivel auxiliar o de apoyo
- Nivel Operativo

**Organigrama.-** Se define como la agrupación de la organización mediante la representación gráfica de la estructura, las interrelaciones, obligaciones y autoridad para visualizar la agrupación detallada dentro de ella entre ellos tenemos:



- Organigrama Estructural
- Organigrama Funcional
- Organigrama de Posición



**Manual de funciones.-** Es un libro de intrusiones para el personal de una organización que describe vinculación, responsabilidad y actividades a desarrollar en un puesto o área específica para cada integrante de la organización

### Tipos de manuales

- **Manuales generales de organización:** Este es producto de la planeación organizacional y abarca todo el organismo, indicando la organización formal y definiendo su estructura funcional.
- **Manual general de procedimientos:** Este es también resultado de la planeación, contiene los procedimientos de todas las unidades

orgánicas que conforman en un organismo social, a fin de uniformar la forma de operar

- **Manual general de políticas:** Se refiere a presentar por escrito los deseos y actitud de la dirección superior ; para toda la empresa, estas políticas generales establecen líneas de guía, un marco dentro del cual todo el personal puede actuar de acuerdo a condiciones generales<sup>14</sup>.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

El objetivo del estudio financiero es dar a conocer el monto total de la inversión que tendrá un proyecto de inversión al ser ejecutado. Sus inversiones pueden dividirse en tres clases: activos fijos, diferidos y capital del trabajo. En el caso del presente proyecto la inversión también se desglosa en tres clase de inversiones:

- **Activo fijo.-** Comparten las características que no son objeto de transacciones corrientes, son tangibles, se usan a lo largo de la vida útil del proyecto y algunas de ellas se deprecian al paso del tiempo

---

<sup>14</sup> <http://uproadmon.blogspot.com/2007/03/manuales-administrativos.html>

- **Activo Diferido.**-Este tipo de inversiones están sujetas de amortización, tienen una incidencia directa en el flujo de caja mediante una disminución de la amortización anual. Están dirigidas a cubrir costos de constitución de la empresa, los estudios y diseños definitivos, los permisos municipales, etc.
- **Activo circulante o Capital de trabajo.**- Comúnmente definido como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para hacer funcionar una empresa.

### **Inversiones**

“Tiene como finalidad determinar las necesidades de recursos financieros para ejecutar el proyecto, ponerlo en marcha y garantizar su funcionamiento. La determinación de las inversiones representa la valorización de los elementos calculados en otras partes del estudio.”<sup>15</sup>

### **Financiamiento**

“Es la consecución del dinero necesario para el financiamiento de la empresa y quien ha de facilitarla”; o dicho de otro modo, la financiación consiste en la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la

---

<sup>15</sup>SELDON 3/ Ibídem, Pág. 91.

adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.”<sup>16</sup>

El financiamiento se lo puede efectuar de dos clases de fuentes: las internas y las externas.

- **Fuentes internas.-** Son los que provienen de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa
- **Fuentes externas.-** Son recursos económicos provenientes de entidades financieras que a través de créditos ayudan a cubrir inversiones de proyectos.

### **Estados financieros proforma**

Los estados pro-forma son estados financieros proyectados. Normalmente, los datos se pronostican con un año de anticipación. Los estados de ingresos pro-forma de la empresa muestran los ingresos y costos esperados para el año siguiente, en tanto que el Balance pro-forma muestra la posición financiera esperada, es decir, activo, pasivo y capital contable al finalizar el periodo pronosticado.

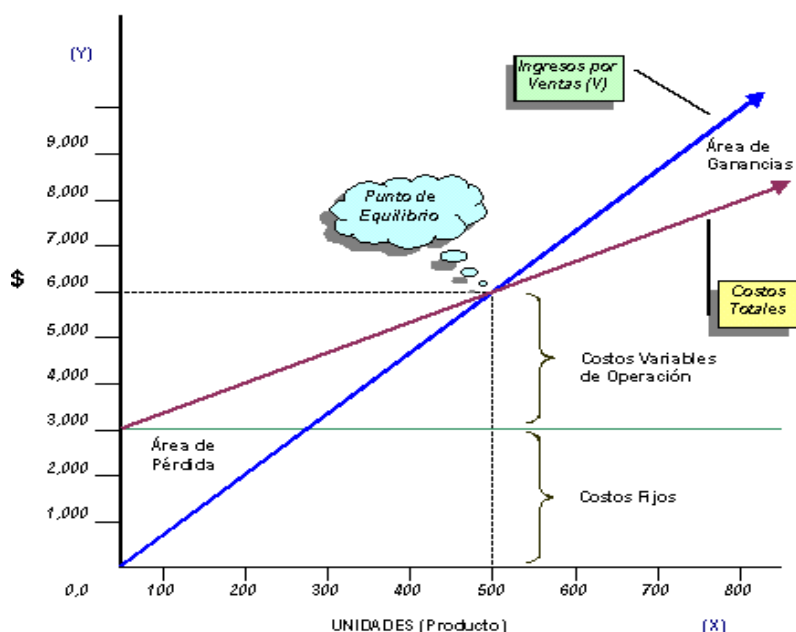
---

<sup>16</sup> AGUIRRE SÁBADA, Alfredo. «Fundamentos de Economía y Administración de Empresas».542 Ediciones Pirámide, S.A. pag.1992

- **Ingresos.-** Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.
- **Egresos.-** Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

**Punto de equilibrio.-** “El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de actividad en el cual los ingresos igualan a los costos y gastos totales, y en el que la utilidad es igual a cero. En otras palabras, aquel punto medido en unidades de producción y venta o valor de esas ventas, en el cual empresa ha recuperado su inversión y puede empezar a generar ganancias.”<sup>17</sup>

### Punto de equilibrio



<sup>17</sup> BURBANO3/ Ibídem, Pág. 211

### **Costos fijos y variables.**

- **Costos Fijos.-** Son aquellos que se mantienen constantes durante el período 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<sup>18</sup>.
- **Costos Variables.-** Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.
- **Costos Mixtos:** Tienen las características de fijos y variables, a lo largo de varios rangos relevantes de operación

### **Evaluación económica.**

- **Flujo de caja.-** “El flujo de caja se constituye el documento básico para realizar la valuación financiera, es elaborado a base de todos los ingresos es decir las ventas y el valor residual, así como también por los egresos compuestos por los costos y reparto de utilidades.<sup>19</sup>
- **Estado de Pérdidas y Ganancias.-** “La cuenta de pérdidas y ganancias refleja el resultado obtenido a partir del desarrollo de la actividad de la empresa en un plazo determinado, ya sea el trimestre

---

<sup>18</sup> ORELLANA FUNES, Juan, « Contabilidad de Costos» editorial Educación y Cultura», Pág. 14 al 22.

<sup>19</sup> DYKINGSON G. 3/ Ibídem, Pág. 187

o el año, reflejando los ingresos, gastos y pérdidas y beneficios obtenidos durante ese periodo por la empresa”<sup>20</sup>.

- **Valor actual neto (VAN):** “Conocido también como el valor presente neto y se define como la sumatoria de los Flujos netos de caja anuales actualizados menos la Inversión inicial. Con este indicador de Evaluación se conoce el valor del dinero actual (hoy) que va recibir el Proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado, a fin de comparar este valor con la Inversión inicial.”<sup>21</sup>

**Formula:** 
$$VAN = \sum \frac{BNt}{(1+i)^t} - Io$$

**Dónde:**

**VAN** = Valor actual neto

**BNt** = Beneficios netos

**Io** = Inversión inicial

**1** = Constante matemática

**i** = Tasa de descuento

**t** = Tiempo.

- **Período de recuperación de capital (PRC).**- El período de recuperación consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos

---

<sup>20</sup> BURBANO4/ Ibídem, Pág. 158

<sup>21</sup> MIRANDA 2/ Ibídem, Pág. 202

netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa o con el horizonte temporal de vida útil del proyecto, en dependencia de la posibilidad o no de definir la empresa sus normas para recuperar las inversiones.

Su fórmula es:

$$PRC = \frac{\text{Flujo neto} - \text{Inversión inicial}}{\text{Flujo neto (último año)}}$$

- **Tasa interna de retorno (TIR).**-Es la tasa de descuento hace que la actualización de los flujos netos de caja sean igual al Valor Actual de los flujos de inversión. Es el método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.

Su fórmula es:

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

- **Relación beneficio costo (B/C).**- Viene a ser el índice de valor actual, ésta relación compara, a base de razones, el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual del



desembolso original y de cualquier otro que se haga en el futuro, dividiendo el primero por el segundo,

$$\text{Su fórmula es: } RB/C = \frac{BA}{CA}$$

Dónde:

BA = Beneficios actualizados

CA = Costos actualizados

**Análisis de la sensibilidad del proyecto.**- En el momento de tomar decisiones sobre la herramienta financiera en la que debemos invertir nuestros ahorros, es necesario conocer algunos métodos para obtener el grado de riesgo que representa esa inversión. Existe una forma de análisis de uso frecuente en la administración financiera llamada de Sensibilidad, que permite visualizar de forma inmediata las ventajas y desventajas económicas de un proyecto.

Su formulas es:

**Diferencia de TIR =** TIR del Proyecto – Nueva TIR

Diferencia entre TIR

**% de Variación =** -----

TIR del Proyecto

% Variación

**Sensibilidad =**  $\frac{\text{\% Variación}}{\text{Nueva TIR}}$

### e) MATERIALES Y MÉTODOS.

- Libros
- Revistas
- Suministros de oficina.
- Computadoras portátil
- Filmadora.
- Cámara digital
- Flas memory
- Papelería.
- Material bibliográfico.
- Dispositivos de almacenamiento

### MÉTODOS

**Método científico.-** se refiere a la serie de etapas que hay que recorrer para obtener un conocimiento válido desde el punto de vista científico, utilizando para esto instrumentos que resulten fiables.<sup>22</sup>.

Se utilizó este método en la recopilación de datos tanto en libros, revistas y periódicos e internet para lograr un mayor conocimiento y

---

<sup>22</sup> TAMAYO, Mario. « *El proceso de la investigación científica*»,. Tercera Edición. Limusa Noriega Editores. 1996

poder estar en un nivel de emitir criterios y soluciones para el proyecto.

- **Método Inductivo.-** Este método consiste en analizar ciertos fenómenos para luego establecer relaciones mediante la investigación y obtener conclusiones es decir, que va desde los casos y experimentos particulares hasta llegar a conclusiones más generales<sup>23</sup>.

El método inductivo permitió determinar las premisa particular como es asegurar, que el producto (chocolate) comienza a tener gran aceptación en el mercado.

- **Método Deductivo.-** La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez

---

<sup>23</sup> ZORRILLA, Santiago. *Introducción a la metodología de la investigación*. Sexta Edición. Editorial Océano. 1998

Con el presente método se determinó el tamaño de la muestra, a través de datos generales y reales de la población a nivel local, la demanda real del producto y la demanda potencial.

- **Método Analítico.-** Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas.

Este método se lo utilizó en la presente, para analizar los estados financieros, además para graficar el punto de equilibrio.

- **Método Estadístico.-** El conjunto de los métodos que se utilizan para medir las características de la información, para resumir los valores individuales, y para analizar los datos a fin de extraerles el máximo de información, es lo que se llama métodos estadísticos<sup>24</sup>

Se lo utilizó para la tabulación, presentación de resultados en los cuadros y gráficos, así como para la interpretación de los resultados logrados en la investigación propuesta.

---

<sup>24</sup> LEIVA ZEA, Prof. Francisco, « Nociónes de metodología de investigación estadística»1980 editado en, Quito, pág., 13-14.

## TÉCNICAS

- **Observación Directa.-** La observación es la técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad.

Sirvió para poder establecer técnicamente el lugar de la localización de la empresa y el flujo de proceso de producción del sector.

- **Encuesta.-** Se define el término en cuestación como el método de recogida de información cuantitativa que consiste en interrogar a los miembros de una muestra, sobre la base de un cuestionario perfectamente estructurado<sup>25</sup>.

La encuesta se la aplicó a los nueve cantones, a través de la formulación de un cuestionario de preguntas específicas, tenía como finalidad obtener información necesaria en cuanto al grado de aceptación del producto.

---

<sup>25</sup> Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 113.

## POBLACIÓN Y MUESTRA

- **Población.-** Una población está determinada por sus características definitorias. Por lo tanto, el conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población o universo. Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación.
  
- **Muestra.-** La muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico.<sup>26</sup>
  
- **Muestra Poblacional:**

La población total perteneciente a la provincia de Zamora Chinchipe según el último censo del (INEC) del 2010 es de 91.376 habitantes y como se trata de un producto que consumen todos los integrantes de la familia, se considera familiar.

Se utilizó información suministrada por el INEC, Censo del 2010, proyectado para 2013 se obtiene:

---

<sup>26</sup> TAMAYO 2/ Ibídem, Pág. 132

**Tasa de crecimiento poblacional = 2,0%**

**Pf**=población final

**Po**=población inicial

**r**= tasa de crecimiento

**n**= número de años

**Proyección**

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 91.376 (1 + 0,02)^3$$

$$Pf = 96.968$$

$$96.968 / 4 = 24.242$$

El producto “Chocolate natural en polvo” está dirigido a todas las familias que tienen como promedio 4 integrantes por consiguiente la población actual la dividiremos para cuatro, que equivale a 24.242 familias.

### Tamaño de la muestra

Donde

$n$ =tamaño de la muestra

$N$ =Tamayo de la población

$e$ =margen de error

$1$ = constante

### Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{N}{1 + (\alpha)^2 N}$$

24.242

$$n = \frac{24.242}{1 + (0.05)^2 (24.242)}$$

$$n = \frac{24.242}{61.605}$$

$n = 393$  encuestas



Se aplicarán 393 encuestas a la segmentación dividida por familias, de manera que nos permita conocer y analizar los datos mediante la tabulación matemática y estadística, todos estos datos permitirán determinar un estudio actual de las necesidades alimenticias naturales, que nos ayude a tomar decisiones acertadas al tema investigativo.

### **ENCUESTA A LOS COMERCIANTES**

Para poder determinar la oferta se realizó una encuesta a los vendedores de este producto, tales como, Tiendas, minimarket, puestos en el mercado y bodegas que están legalmente registradas en el SRI, que son en un total de 490, de lo cual podemos determinar lo siguiente

Para determinar el tamaño de la muestra aplicaremos la siguiente formula:

#### **FÓRMULA:**

N

**n =** -----

1 + P (e)<sup>2</sup>

490

**n =** -----

1 + 490 (0.05)<sup>2</sup>

**n =** Tamaño de la muestra

**N =** Población

**e =** margen de error

n = 219 Para mayor confiabilidad se realizarán 219 encuestas

CUADRO Nº 1

<b>COMERCIALIZADORES DE ESTABLECIMIENTOS DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Tiendas	112	51.14
Minimarket	12	5.48
Puestos en el mercado	80	36.53
Bodegas	15	6.85
Comisariatos	0	0
<b>Total</b>	<b>219</b>	<b>100,00</b>

Fuente: SRI

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 2**  
**DISTRIBUCIÓN MUESTRAL**

<b>CANTONES</b>	<b>POBLACION TOTAL 2013</b>	<b>%</b>	<b>POBLACION DE FAMILIAS 2013</b>	<b>%</b>	<b>N.DE ENCUESTAS A APLICAR</b>
<b>Centinela del Cóndor</b>	6.886	7.10%	1.721.50	7.10%	28
<b>Chinchi</b>	9.678	9.98%	2.419.50	9.98%	39
<b>El pangui</b>	9.154	9.44%	2.288.50	9.44%	37
<b>Nangaritza</b>	5.518	5.69%	1.379.50	5.69%	22
<b>Palanda</b>	8.581	8.85%	2.145.25	8.85%	35
<b>Paquisha</b>	4.092	4.22%	1.023.00	4.22%	16
<b>Yacuambi</b>	6.186	6.38%	1.546.50	6.38%	25
<b>Yantzaza</b>	19.810	20.43%	4.952.50	20.43%	80
<b>Zamora</b>	27.063	27.91%	6.765.75	27.91%	111
<b>TOTAL</b>	<b>96.968</b>	<b>100%</b>	<b>24.242</b>	<b>100%</b>	<b>393</b>

Fuente: INEC CENSO EN EL AÑO 2010 Proyección año 2013

## f. RESULTADOS

### PREGUNTA N° 1

¿Qué ingresos económicos mensuales Ud. percibe?

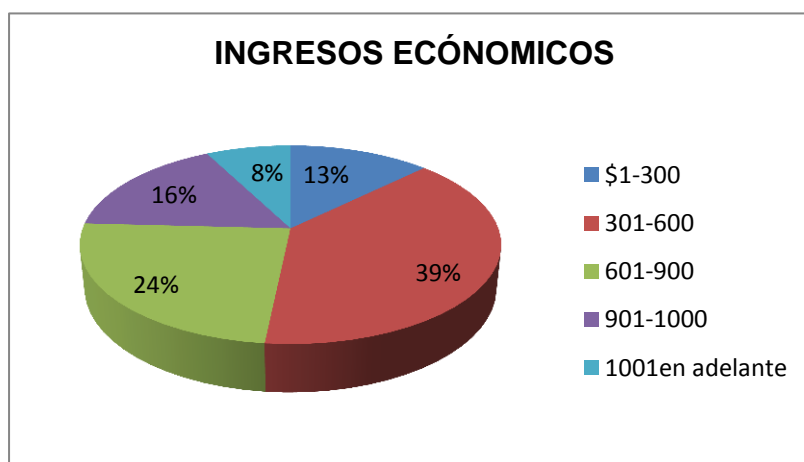
**CUADRO N° 3**  
**INGRESOS ECÓNICOS**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$1-300	50	12.72
601-900	95	24.17
901-1000	65	16.54
1001en adelante	30	7.63
TOTAL	393	100,00

**Fuente:** Investigación Directo a familias de Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoN° 1**



### Análisis e interpretación

Mediante el análisis un 39 % perciben un ingreso mensual de \$ 301 a \$ 600; el 24 % con una remuneración de \$ 601 a \$ 900; el 16 % corresponde a las personas que ganan de \$ 901 a \$ 1000; el 13 % perciben un ingreso mensual de \$ 1 a \$ 300; el 8 % con una remuneración mensual de \$ 1001en adelante. Lo que determina que en la provincia de Zamora Chinchipe , la mayoría de familias cuentan con una fuente de ingresos fijos que están entre (\$301-\$300).

**PREGUNTA N° 2**

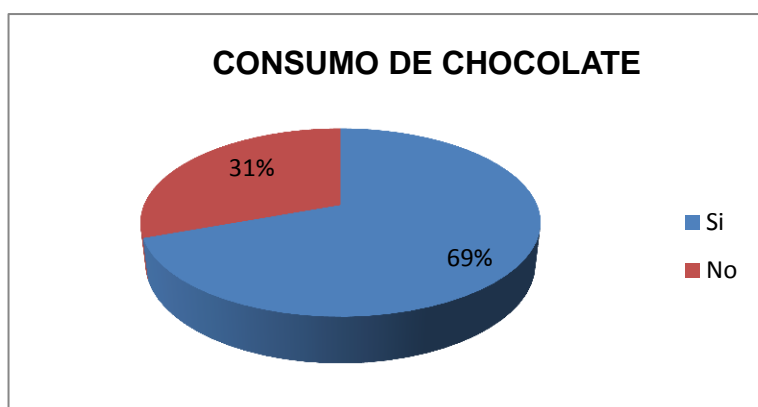
¿En su alimentación diaria consume chocolate?

**CUADRO N° 4**  
**CONSUMO DE CHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	300	76.34
No	93	23.66
TOTAL	393	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoN° 2****Análisis e interpretación**

En la provincia de Zamora Chinchipe del 100% existe un 79,47% de familias que le gusta consumir chocolate en forma general, mientras que el 23,66% de los encuestados no consumen este producto, debido a diferentes razones como: problemas de salud, dietas, gustos, etc. Por lo cual podemos inferir que existe una gran demanda de este producto.

**PREGUNTA N° 3**

¿A consumido usted chocolate natural?

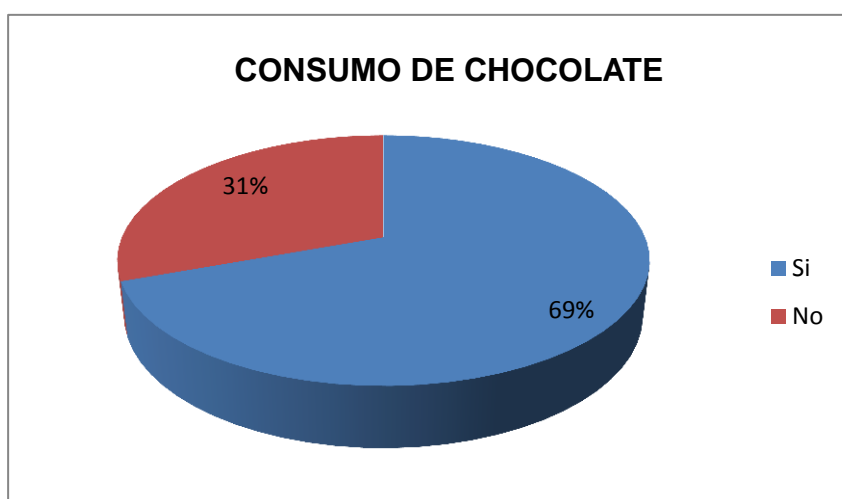
**CUADRO N° 5**  
**CONSUMO DE CHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	273	69.47
No	120	30.53
TOTAL	393	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoN° 3**

**Análisis e interpretación**

En la provincia de Zamora Chinchipe de las 393 encuestas, existe un 69,47% de familias que le gusta consumir chocolate natural porque es rico en proteínas, mientras que el 30,53% de los encuestados no consumen este producto porque ya tienen su producto que lo consumen.

**PREGUNTA N°4**

¿Conoce en el medio una empresa productora y comercializadora de Chocolate?

**CUADRO N° 6****CONOCE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	100	36.63
No	173	63,37
TOTAL	273	100,00

Fuente: Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

Elaboración: La Autora

**GráficoN° 4****Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos obtenidos tenemos que el 63.37 % de las familias manifiestan que desconocen de una empresa productora, mientras que el 36.63% manifiestan que si conocen pero no está formada como empresa solo hay puntos de venta.

**PREGUNTA N° 5**

¿Con qué frecuencia compra Ud. Chocolate?

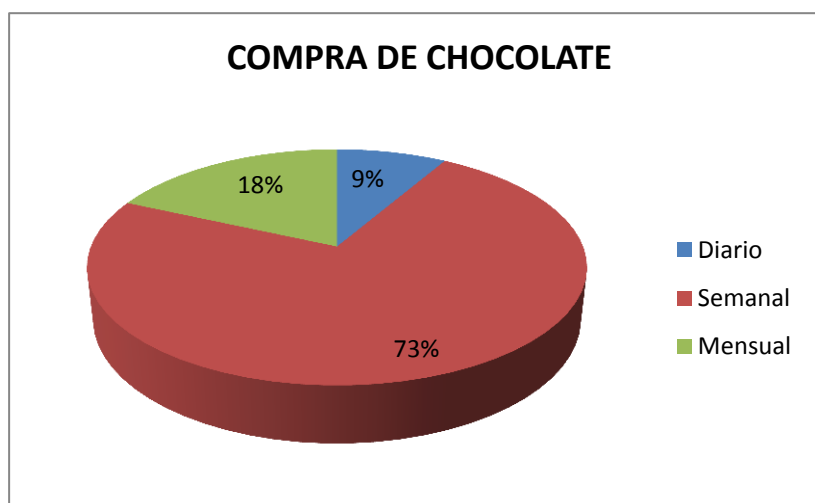
**CUADRO N° 7**  
**COMPRA DE CHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Diario	23	8.42
Semanal	200	73.26
Mensual	50	18.32
<b>TOTAL</b>	<b>273</b>	<b>100'00</b>

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoN° 5**

**Análisis e interpretación**

De las encuestas realizadas en cuanto se refiere a la cantidad de libras que adquieren los consumidores, se pudo determinar que el 73.26% manifiestan que compran semanalmente chocolate; el 18.32% opinan que mensualmente consumen y un 8.42%; que compran diariamente, en estos porcentajes nos podemos dar cuenta sobre el consumo de las familias en cuanto al chocolate, donde se puede analizar que un mayor porcentaje lo consumen semanalmente



### PREGUNTA N° 6

¿Qué cantidad de chocolate usted consumo mensualmente?

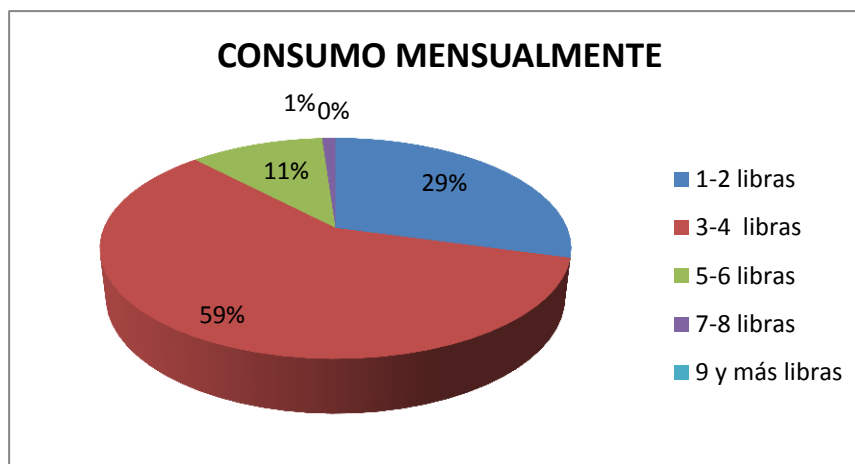
**CUADRO N° 8**  
**CONSUMO MENSUALMENTE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
1-2 libras	80	29.30
3-4 libras	160	58.61
5-6 libras	30	10.99
7-8 libras	3	1.1
9 y más libras	0	0
TOTAL	273	100,00

**Fuente:** Investigación Directaa familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoN° 5**



### CONSUMO MENSUAL DEL CHOCOLATE

DETALLE	FRECUENCIA	XM	FXM
1-2 libras	80	1,5	120
3-4 libras	160	3,5	560
5-6 libras	30	5,5	165
7-8 libras	3	7,5	22.5
9 y más libras	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>273</b>		<b>867.5</b>

Fuente: Cuadro N.5

Elaboración: La Autora

Aplicamos la siguiente fórmula:

$\Sigma f.Xm$

$X = \frac{\Sigma f.Xm}{N}$

**N**

En Donde:

X= Consumo promedio mensual

F= Frecuencia

Xm= Punto medio

N= Universo

E= Sumatoria Total

867.5

$X = \frac{867.5}{273} = 3,18$  libras de chocolate mensualmente.

273

El promedio mensual por familia es de 3,18 libras de chocolate, por lo que el consumo anual será de  $3.18 \times 12 = 38.16$  libras.

**PREGUNTA N° 7**

**¿Dónde compra generalmente el chocolate para su consumo o el de su familia?**

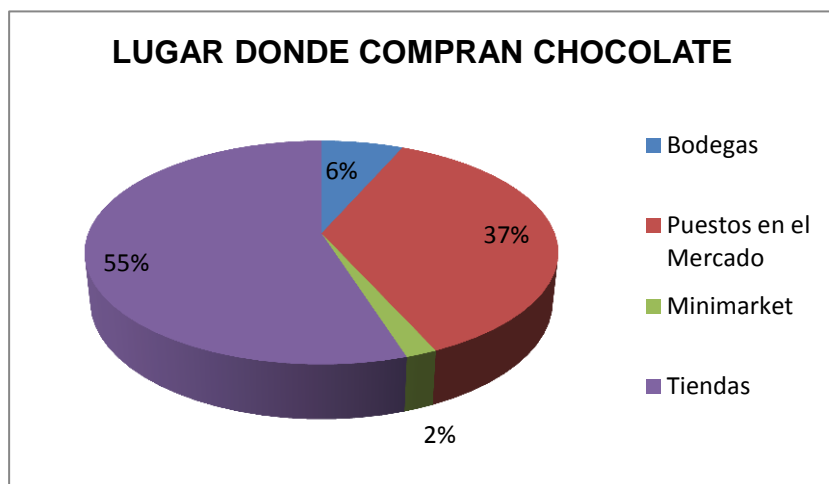
**CUADRO N° 9**  
**LUGAR DONDE COMPRAN CHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Bodegas	18	6.59
Puestos en el Mercado	100	36.63
Minimarket	5	1.83
Tiendas	150	54.95
TOTAL	273	100,00

**Fuente:** investigación directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoN° 6**

**Análisis e interpretación**

Como se puede determinar en el cuadro anterior en la en la provincia de Zamora Chinchipe, el 54.95% (150 encuestas) lo adquieren en Tiendas; el 36.63 % (100 encuestas) lo adquieren en puestos de mercado; el 6.59 % (18 encuestas) lo adquieren en bodegas; y el 1.83% (5 encuestas) lo adquieren en minimarket. Los puntos de ventas de mayor concurrencia son las tiendas por preferencia de los encuestados.

### PREGUNTA N° 8

¿Cuáles son las características que busca Ud. al momento de adquirir chocolate?

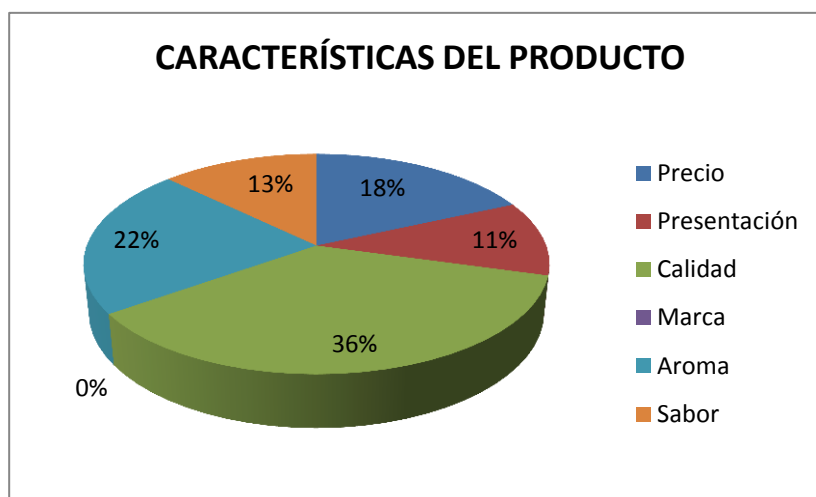
CUADRO N° 10  
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

DETALLE	FRECUENCIA	%
Precio	50	18.32
Presentación	30	10.99
Calidad	98	35.89
Marca	0	0
aroma	60	21.98
Sabor	35	12.82
Total	273	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

GráficoN° 7



### Análisis e interpretación

Las características del nuevo producto son atributos que le convierten en preferido por los consumidores, como se puede ver en el cuadro N°7, el 35.89% de los encuestados considera que la calidad es lo fundamental en un producto, el 21.98% en cambio considera que lo fundamental es el precio, y el 18.32 % dicen que es el sabor, 12.82 % su aroma y el 10.99 % su presentación se considera que el precio, calidad, aroma, sabor, presentación tienen que ir íntimamente ligados en un producto.

**PREGUNTA Nº 9**

¿Cuánto paga por cada libra de chocolate?

**CUADRO Nº 11**  
**CUANTO PAGA POR LA LIBRA DE CHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$1.00- 200	0	0
\$2.10- 2.50	265	97.07
\$2.60 - 3.00	8	2.93
\$3.10- 3.50	0	0
\$3.50 y más	0	0
Total	273	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoNº 8**

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos obtenidos en la presente pregunta analizamos lo siguiente, en el cantón Yacuambi pagan de \$ 2.60 a 3.00 por cada libra, esto se debe a los escasos de la materia prima; y en los 8 cantones que corresponde el 97.7% pagan de \$ 2.10 a 2.50 por cada libra de chocolate.

**PREGUNTA Nº 10**

¿La calidad de chocolate que Ud. consume es?

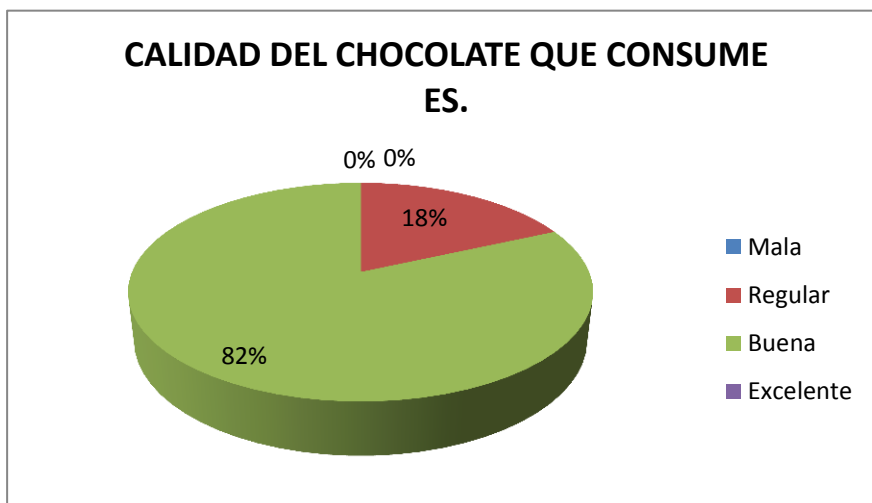
**CUADRO Nº 12**  
**CALIDAD DEL CHOCOLATE QUE CONSUME ES.**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mala	0	0
Regular	50	18.32
Buena	223	81.68
Excelente	0	0
Total	273	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoNº 8**

**Análisis e interpretación**

En el análisis de la presente interrogante destacamos que un 81.68% de los encuestados manifestaron que la calidad de este producto es muy buena debido a que es un producto natural y no afecta la salud y un 18.32% regular, este porcentaje aunque mínimo nos llama la atención debido a que nos permite analizar qué es lo que no agrada al público respecto a lo que se ofrece.

**PREGUNTA Nº 11**

¿Qué tipos de promoción le gustaría al momento de adquirir este producto?

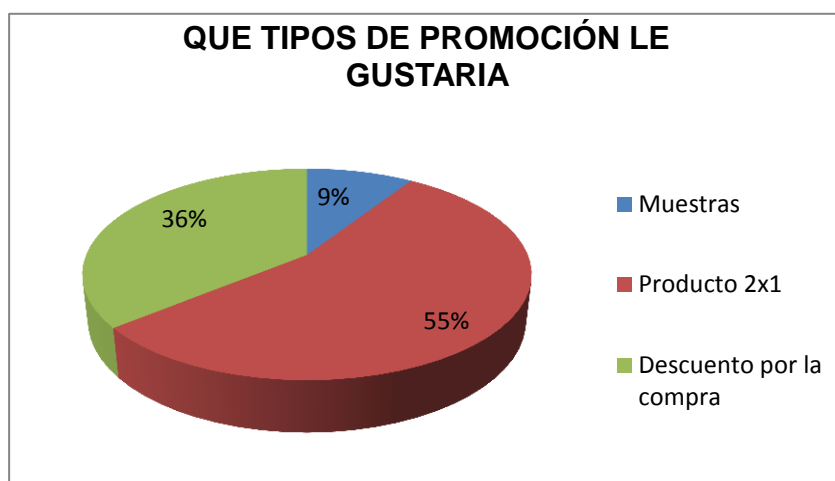
**CUADRO Nº 13**  
**QUE TIPOS DE PROMOCIÓN LE GUSTARIA**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Muestras	25	9.16
Producto 2x1	150	54.95
Descuento por su compra	98	35.89
Otras	0	0
Total	273	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº 9**

**Análisis e interpretación**

Analizando esta pregunta la mayoría de los encuestados desean promociones 2x1, o sea compra una libra y llevas dos, en cambio el 35.89% desean un descuento por su compra y el 9.16% desea muestras, ya que nadie les ha ofrecido estas promociones. Llegando a la conclusión que la mayoría de las familias desean las promociones de 2x1.

**PREGUNTA N° 12**

**¿Conoce Usted sobre los beneficios del chocolate natural en polvo?**

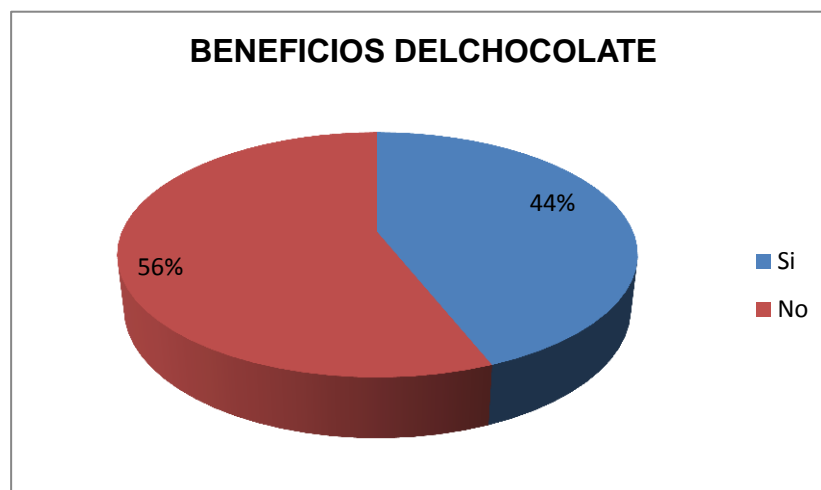
**CUADRO N°14**  
**BENEFICIOS DELCHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	120	43.96
No	153	56.04
Total	273	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoN° 9**

**Análisis e interpretación**

La mayoría de las familias que es un 56.04% responden que no conocen sobre los beneficios del chocolate, solo lo consumen porque es una costumbre y tradición, mientras que el 25% dicen que si conocen sobre los beneficios que es muy bueno para la salud porque es un producto natural.



**PREGUNTA N° 13**

**¿Estaría dispuesto a comprar Chocolate Natural en Polvo, en caso de implantar una nueva empresa en la parroquia Zumba?**

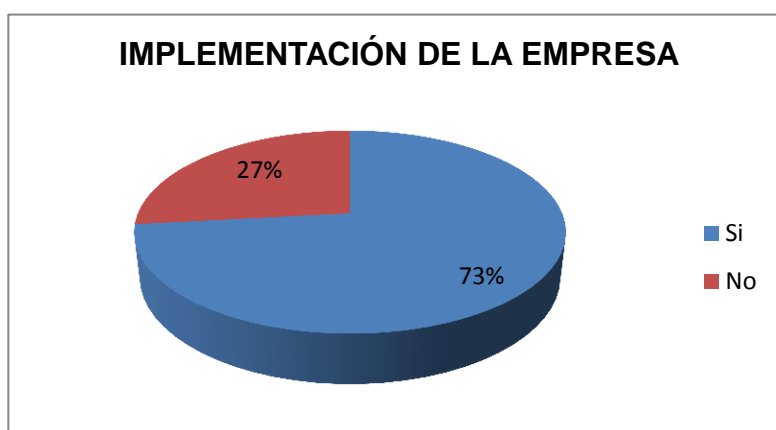
**CUADRO N° 15  
IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	<b>200</b>	<b>73.26</b>
No	73	26.74
Total	273	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoN° 10**

**Análisis e interpretación**

Esta pregunta se diseñó para saber si el producto tendrá acogida en el público. De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que un 73.26% de los encuestados están dispuestos adquirirlo porque el producto es natural y en polvo, y el 26.74% no aceptan el producto debido a razones como: ya tienen su producto que consumen siempre, otras que no confían en nuevos productos, etc.

**PREGUNTA N° 14**

¿Qué presentación le gustaría al momento de adquirir el chocolate natural en polvo?

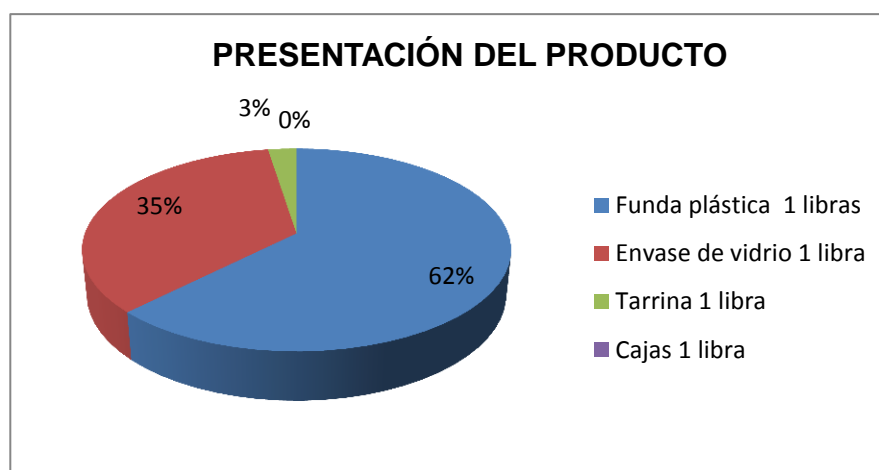
**CUADRO N° 16**  
**PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Funda plástica o papel 1 lib.	125	62.5
Envase de vidrio 1 libra	70	35
Tarrina 1 libra	5	2.5
Cajas 1 libra	0	0
Total	200	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoN° 11**

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos obtenidos el 62.5 % de las personas prefieren una presentación sencilla en una funda de papel color café ; el 35 % de las personas sugirieron en envase de vidrio por su facilidad de visualizar el producto y el 2.5 % de las personas sugirieron tarrina por darle un mayor realce al producto.

**PREGUNTA Nº 15**

¿Cuál es el medio de comunicación que Usted preferiría para conocer la existencia de este producto (chocolate)?

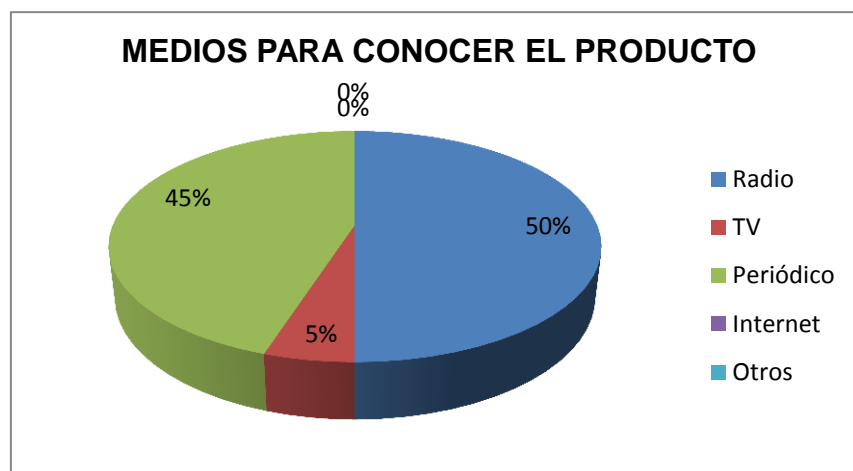
**CUADRO Nº 17**  
**MEDIOS PARA CONOCER EL PRODUCTO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Radio	100	50
TV	10	0.5
Periódico	90	45
Internet	0	0
Otros	0	0
Total	200	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**GráficoNº 12**

**Análisis e interpretación**

De las personas encuestadas el 50 % manifiestan que el medio por el que les gustaría a conocer el producto sería a través de la radio; el 45 % a través del periódico; el 5 % por medio la TV 10 % .Esto determina que los encuestados prefieren la publicidad en radio, puesto que la mayoría de las amas de casa que son quienes adquieren el producto, se informan por esta medio de comunicación.

**PREGUNTA Nº 16**

¿En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?

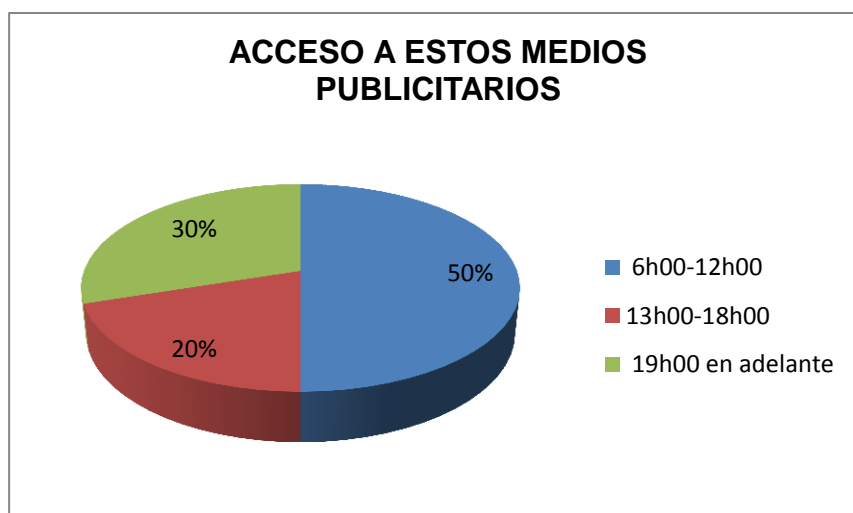
**CUADRO Nº 18**  
**ACCESO A ESTOS MEDIOS PUBLICITARIOS**

DETALLE	FRECUENCIA	%
6h00-12h00	100	50
13h00-18h00	90	45
19h00 en adelante	10	05
Total	200	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº 12**

**Análisis e interpretación**

A través de esta pregunta analizamos que el mayor acceso de las familias es de 6h-12h que representa un 50% que pueden informarse del producto y el 45% es de 13h-18h que es el periódico y el 5% representa la TV que es de 19h en adelante.

## TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS OFERENTES

### PREGUNTA N° 17

¿Expende en su negocio chocolate?

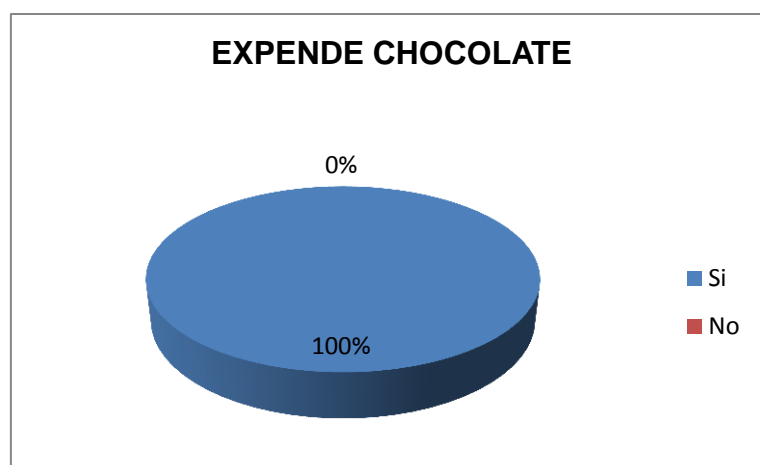
CUADRO N° 19  
EXPENDE CHOCOLATE

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	219	100
No	0	0
Total	219	100,00

Fuente: Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 13



### Análisis e interpretación

De las encuestas realizadas a los comercializadores el 100% venden chocolate en la provincia de Zamora; mientras, que el 0% no venden este producto ya que no tienen una visión de negocio o no cuentan con la materia prima etc. en esta pregunta se puede destacar un punto muy importante y positivo para la empresa ya que al implementar una empresa de producción y comercialización es mucho más competitiva para los puntos de venta existentes.

**PREGUNTA Nº 18**

**¿Cuál es la procedencia del chocolate que Usted expende?**

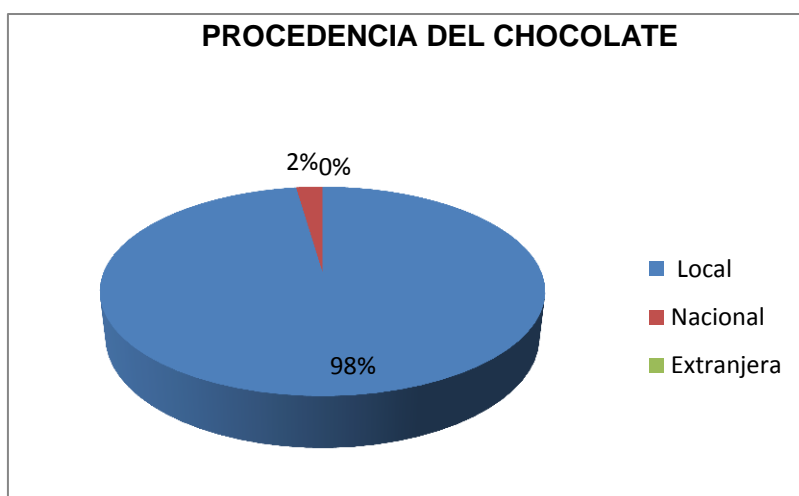
**CUADRO Nº 20**  
**PROCEDENCIA DEL CHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Local	214	97.72
Nacional	5	2.28
Extranjera	0	0
Total	219	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº 14**

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a esta pregunta podemos analizar que el 97.72% de los encuestados dicen que la procedencia del chocolate es local de nuestra zona y un 2.28% dicen que es nacional porque lo traen desde la ciudad de Cuenca.

**PREGUNTA N° 19**

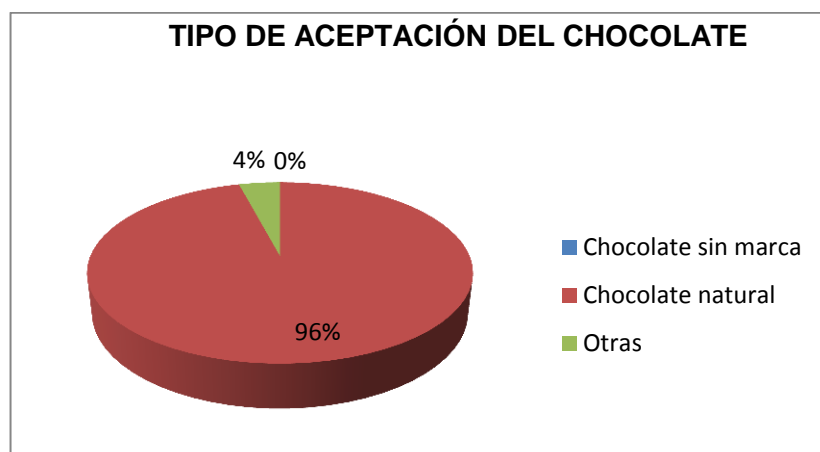
¿Qué tipo de chocolate tiene mayor aceptación en el consumidor?

**CUADRO N° 21****TIPO DE ACEPTACIÓN DEL CHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Chocolate sin marca	0	0
Chocolate natural	210	95.89
Otras	9	4.11
Total	219	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 15****Análisis e interpretación**

Como se puede determinar en el Cuadro N° 21, referente al tipo de chocolate de su preferencia; es el Chocolate Natural que tiene un porcentaje de aceptación del 95.89 %, y otras prefieren otros tipos como el ricacao y la cocoa %, con un 4.11%.obteniendo el tipo de chocolate más consumido que es el natural frente a los demás tipos.

**PREGUNTA Nº 20**

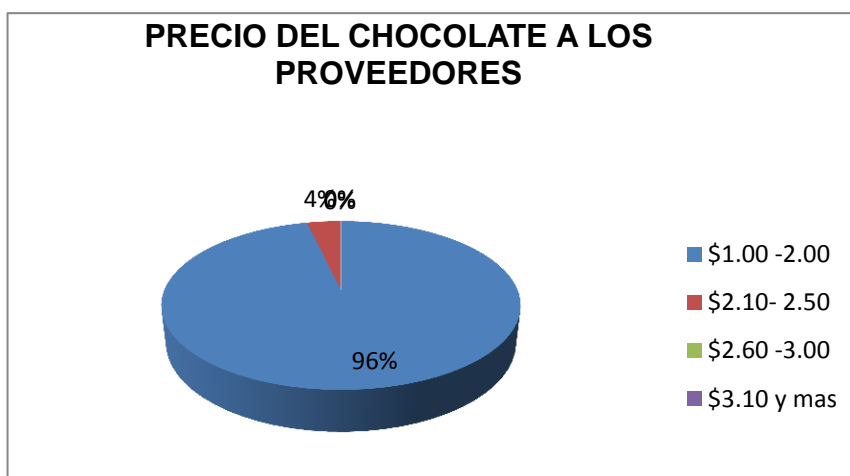
**¿A qué precio adquiere el chocolate a los proveedores?**

**CUADRO Nº 22****PRECIO DEL CHOCOLATE A LOS PROVEEDORES**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$1.00 -2.00	211	96.35
\$2.10- 2.50	8	3.65
\$2.60 -3.00	0	0
\$3.10 y mas	0	0
Total	219	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº 16****Análisis e interpretación**

De acuerdo con los resultados de esta pregunta deducimos que el 96.35% de los encuestados manifiestan que el precio al que adquieren el producto a los proveedores es de 1.75 dólares por cada libra, para ellos venderlo a 2.25 y el 3.65%. Adquieren a 2.60 para venderlo a 3.00 en el cantón Yacuambi.



**PREGUNTA Nº 21**

¿Cuál es el volumen semanalmente de ventas de este producto?

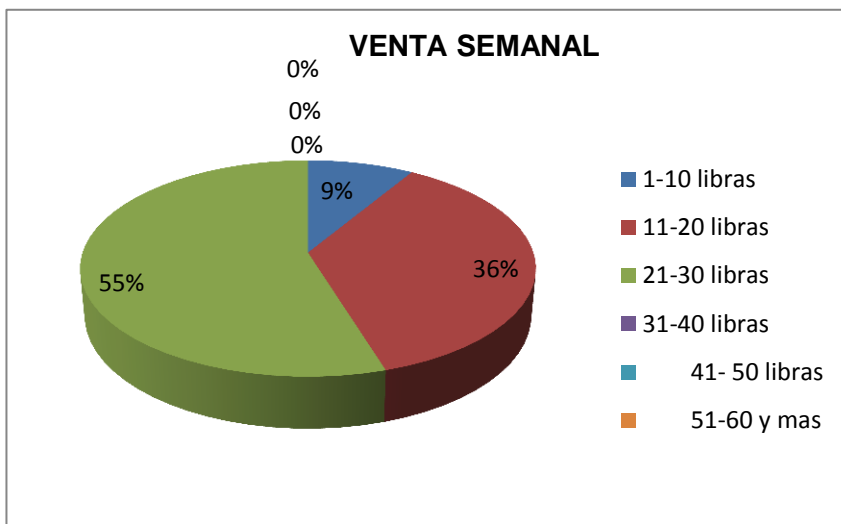
**CUADRO Nº 23**  
**VENTA SEMANAL**

DETALLE	FRECUENCIA	XM	FXM
1-10 libras	19	5.5	105
11-20 libras	80	15.5	1860
21-30 libras	120	25.5	2040
31-40 libras	0	0	0
41- 50 libras	0	0	0
51-60 y mas	0	0	0
Total	219		4005

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº 17**



**Se aplica la siguiente fórmula:**

$$X = \frac{\sum f \cdot X_m}{N}$$

En Donde:

X= Consumo promedio diario

F= Frecuencia

X<sub>m</sub>= Punto medio

N= Universo

E= Sumatoria Total

**4005**

X=----- = 18.28 semanalmente

**219**

La venta promedio diaria por cada establecimiento es de 18.28 libras de chocolate semanalmente, y anualmente será de 18.28 x 12= 877.44

**PREGUNTA Nº 23**

¿Con qué frecuencia vende chocolate?

CUADRO Nº 24

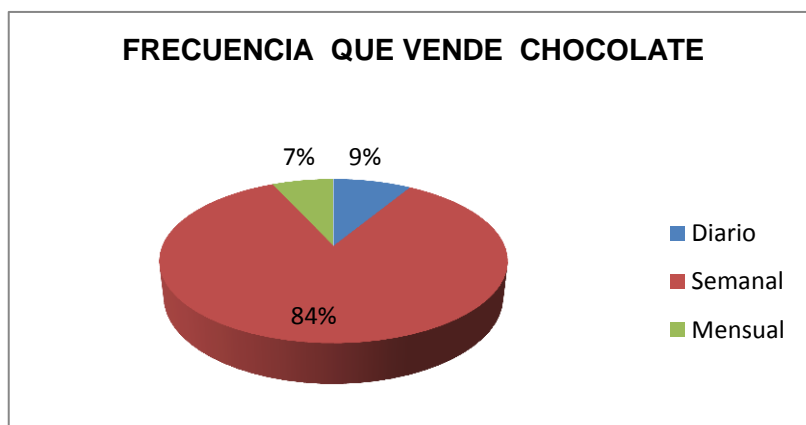
**FRECUENCIA QUE VENDE CHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$1.00 -2.00	211	96.35
\$2.10- 2.50	8	3.65
\$2.60 -3.00	0	0
\$3.10 y mas	0	0
Total	219	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

Gráfico Nº 17

**Análisis e interpretación**

Mediante el análisis de esta interrogante determinamos los siguientes datos que un 72.72% manifiestan que la venta la realizan más semanalmente y el 18.18% la realizan mensualmente y el 9% la realiza diariamente.

Podemos llegar a una conclusión que más adquieren chocolate para su consumo semanalmente.

**PREGUNTA Nº 24**

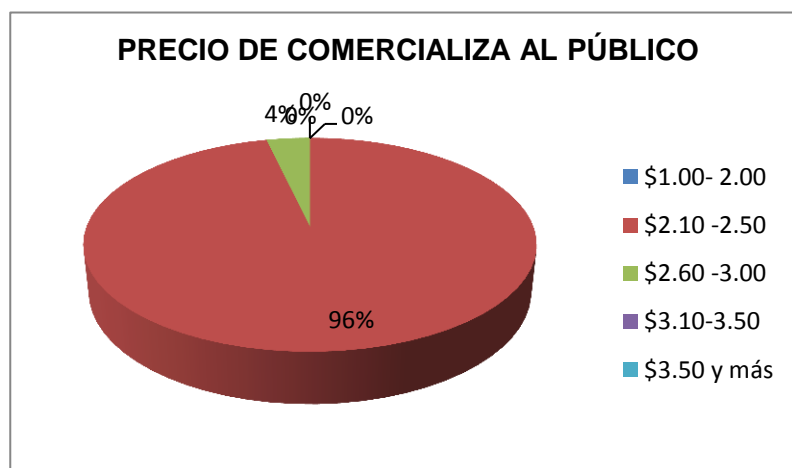
**¿Cuál es el precio del chocolate por (libras) que usted comercializa al público?**

**CUADRO Nº 25****PRECIO DE COMERCIALIZA AL PÚBLICO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
\$1.00- 2.00	0	0
\$2.10 -2.50	211	96.35
\$2.60 -3.00	8	3.65
\$3.10-3.50	0	0
\$3.50 y más	0	0
Total	219	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº 18****Análisis e interpretación**

De las encuestas realizadas a los comercializadores el 93.35% venden chocolate a un precio promedio que va desde \$ 2.10 a 2.50, ya que es un producto que se vende por libras y no es muy costoso; pero, únicamente el 3,65% manifiesta que lo vende a un promedio entre 2.60 a 3.00 dólares la libra de chocolate, esto por tratarse de la escases de la materia prima.

**PREGUNTA Nº 25**

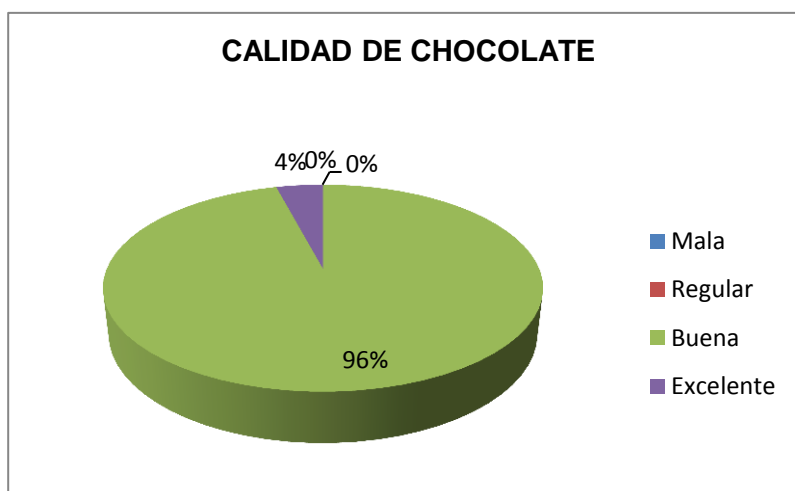
¿Cómo considera la calidad del chocolate que Ud. expende?

**CUADRO Nº 26****CALIDAD DE CHOCOLATE**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mala	0	0
Regular	0	0
Buena	210	95.89
Excelente	9	4.11
Total	219	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº 19****Análisis e interpretación**

En el análisis destacamos que un 95.89% de los encuestados manifestaron que la calidad es muy buena porque es un producto natural libre de químicos en cambio un 4.11% dicen que es excelente porque es un producto sano y no afecta a la salud.

**PREGUNTA Nº 26**

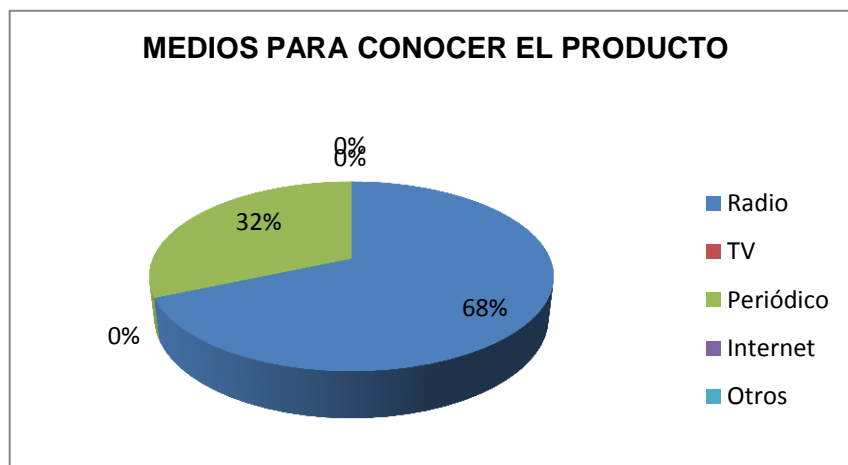
¿Cuál es el medio de comunicación que Usted prefiere para dar a conocer la existencia del chocolate?

**CUADRO Nº 27****MEDIOS PARA CONOCER EL PRODUCTO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Radio	150	68.49
TV	0	0
Periódico	69	31.51
Internet	0	0
Otros	0	0
Total	219	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº 20****Análisis e interpretación**

Mediante el análisis de esta pregunta, el medio que prefieren para dar a conocer el chocolate es la radio que tiene un porcentaje de 68.49%, ya que es económico y accesible para todo el público y el 31.51% dicen que es periódico por que se informan te todo por su economía.

**PREGUNTA Nº 27**

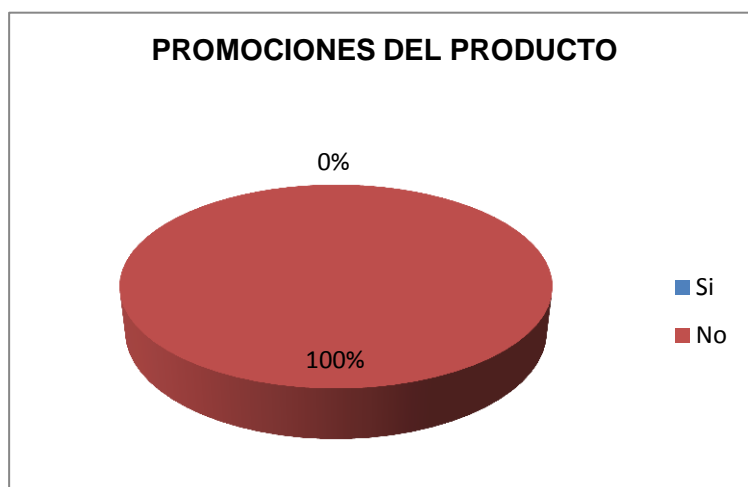
**Los proveedores le han hecho a Usted algún tipo de promoción al momento de adquirir este producto?**

**CUADRO Nº 28****PROMOCIONES DEL PRODUCTO**

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	0	0
No	219	100
Total	219	100,00

**Fuente:** Investigación Directa a familias Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nº 21****Análisis e interpretación**

Mediante el análisis de esta pregunta 100% de los encuestados dicen que los proveedores no les han hecho ningún tipo de promoción porque los vendedores son pequeños productores y no cuentan con suficientes ingresos para dar promociones.

## **g. DISCUSIÓN**

### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Entendida la demanda como el número de unidades de un determinado bien que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado. Según condiciones como precio, calidad, ingresos, gustos y preferencias.

### **DEMANDA POTENCIAL**

Para poder determinar la demanda potencial, se estableció la demanda utilizando el total de la población de la provincia de Zamora Chinchipe del año del último censo del 2010 proyectada para el año 2013, con una tasa de crecimiento poblacional del 2.0%, dividida para 4 miembros por integrante de las familias, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto.

La demanda Potencial en la presente es de 24.242 familias las misma que se las multiplica por el 76.34% de las personas que consumen chocolate en forma general, serán proyectadas para los diez años de vida útil del proyecto, tomando en consideración que la tasa de crecimiento según datos del INEN es del 2.0%



**CUADRO N° 29**  
**DEMANDA POTENCIAL**

<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN TOTAL TASA DE C 2.0%</b>	<b>CONSUMO GENERAL %  76.34</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>
<b>0</b>	<b>24.242</b>	<b>76.34</b>	<b>18.506,43</b>
1	24.727	76.34	18.876,59
2	25.222	76.34	19.254,47
3	25.727	76.34	19.639,99
4	26.242	76.34	20.033,14
5	26.767	76.34	20.433,92
6	27.302	76.34	20.842,34
7	27.848	76.34	21.259,16
8	28.404	76.34	21.683,61
9	28.972	76.34	22.117,22
10	29.551	76.34	22.559,23

**Fuente:** INEC y Cuadro Nro.4  
**Elaboración:** La Autora

## DEMANDA REAL

Para poder determinar la demanda real, se utilizó un procedimiento matemático simple, el mismo que nos indica que si la muestra de 393 familias existentes en la Provincia de Zamora Chinchipe y las mismas que a su vez conforman el 69.47 % de las familias que consumen chocolate natural, entonces en la provincia de Zamora Chinchipe que tiene una población por familias de 24.242 habitantes, y según el cuadro N° 4, nos determina que 69.47% familias compran chocolate natural para su consumo.

### CUADRO N° 30

#### DEMANDA REAL

años	Demanda potencial 76.34%	Demanda real 69.47%
0	18.506,43	12.856.41
1	18.876,59	13.113,56
3	19.254,47	13.376,08
3	19.639,99	13.643,90
4	20.033,14	13.917,02
5	20.433,92	14.195.44
6	20.842,34	14.479,17
7	21.259,16	14.768,73
8	21.683,61	15.063,60
9	22.117,22	15.364,83
10	22.559,23	15.732,80

Fuente: Cuadro Nro.5Y 29

Elaboración: La Autora

## DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva se establece que de las 200 familias de la Provincia de Zamora, que el 73.26% están dispuestos a adquirir chocolate natural en caso de implantar una nueva empresa, entonces si la población de la provincia de Zamora Chinchipe consume chocolate es de 24.242 familias, el 73.26% nos da 359.412 familias dispuestas a comprar el producto.

A continuación representamos un cuadro comparativo de la proyección de la demanda, la misma nos muestra la cantidad efectiva en libras para poder obtener esta cantidad multiplicamos la Demanda real en libras por la demanda efectiva que es 73.26%, para ello utilizamos como fuente los datos de los cuadros N° 4, 5, 15,29.

## CUADRO N° 31

## DEMANDA EFECTIVA DEL CHOCOLATE EN LIBRAS

años	Demanda potencial	Demanda real 69.47%	Consumo anual	Demanda real en libras	Demanda efectiva de chocolate en libras 73.26%
0	18.506,43	12.856.41	38.16	490.600,60	359.414
1	18.876,59	13.113,56	38.16	500.413,44	366.616
3	19.254,47	13.376,08	38.16	510.431,21	373.942
3	19.639,99	13.643,90	38.16	520.651,22	381.429
4	20.033,14	13.917,02	38.16	531.073,48	389.064
5	20.433,92	14.195,44	38.16	540.324,23	395.842
6	20.842,34	14.479,17	38.16	552.525,12	404.780
7	21.259,16	14.768,73	38.16	563.574,73	412.874
8	21.683,61	15.063,60	38.16	574.829,97	421.120.
9	22.117,22	15.364,83	38.16	586.321,12	429.539
10	22.559,23	15.732,80	38.16	600.363.64	439.826

Fuente: Cuadro Nro. 4 .5, 15, 29.

Elaboración: La Autora

## **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 del chocolate se recolectó la información mediante la aplicación de encuestas a los comerciantes de los establecimientos existentes en la provincia de Zamora Chinchipe, en una muestra significativa tales como: tiendas, puestos en el mercado, minimarket y bodegas lugares que son de mayor concentración de acopio de estos productos para su venta.

## **OFERTA ACTUAL**

Para poder determinar la oferta actual hemos recolectado información sobre la cantidad que vende mensualmente cada establecimiento,. Para lo cual se utiliza los datos de cuadro N° 18. Para obtener la oferta total se multiplica la oferta anual promedio, por el número de establecimientos que tiene la provincia de Zamora Chinchipe, distinguiéndolo por el tipo de comercio, según datos extraídos del SRI

## CUADRO N° 32

### OFERTA TOTAL

NEGOCIOS	N° DE NEGOCIOS	OFERTA PROMEDIO ANUAL	OFERTA TOTAL LIBRAS DE CHOCOLATE
Tiendas	112	887.44	99.393.28
Minimarket	12	887.44	10.649.28
Puestos en el mercado	80	887.44	70.995.2
Bodegas	15	887.44	13.311.6
<b>Total</b>	<b>219</b>	<b>100,00</b>	<b>194.349</b>

Fuente: S.R.I. y cuadro 23.

Elaboración: La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La oferta total existente en la provincia de Zamora Chinchipe es de 194.349 libras para la proyección de la oferta se ha tomado el dato del Servicio de Rentas Internas, en el cual estos establecimientos crecen en un porcentaje del 2.3% anual datos del 2012 al 2013.

**OFERTA PROYECTADA DE CHOCOLATE POR LIBRAS EN LA  
PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE**

**CUADRO N° 33**

Año	<b>Oferta proyectada 2.3%</b>
0	<b>194.349</b>
1	198.819
2	203.392
3	208.070
4	212.856
5	217.752
6	222.760
7	227.883
8	233.125
9	238.487
10	243.972

**Fuente:** Tasa de crecimiento 2,3% empresarial

**Elaboración:** La Autora.

### **ANÁLISIS DE LA OFERTA Y 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.

## DEMANDA INSATISFECHA

**Cuadro N.34**

<b>Año</b>	<b>Demanda Efectiva del chocolate en libras</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha en libras</b>
<b>0</b>	<b>359.414</b>	<b>194.349</b>	<b>165.065</b>
1	366.616	198.819	167.797
2	373.942	203.392	170.550
3	381.429	208.070	173.359
4	389.064	212.856	176.208
5	395.842	217.752	178.090
6	404.780	222.760	182.020
7	412.874	227.883	184.991
8	421.120.	233.125	187.995
9	429.539	238.487	191.052
10	439.826	243.972	195.854

**Fuente:** Cuadro 31,33.

**Elaboración:** La Autora



## PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

El plan de comercialización, son actividades que permiten lograr que el bien o servicio que ofrece esté al alcance de los consumidores.

### Objetivo

El objetivo del Plan de Comercialización para la venta de chocolate es que el producto llegue a las familias con una excelente condición, calidad y precio, con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes.

### DESCRIPCIÓN DE LAS 4 P'S

#### ➤ PRODUCTO

El producto que ofreceré al mercado será presentado en funda de papel color café etiquetado que consta la información nutricional del producto, para garantizar la conservación del mismo.

- Nombre de la Empresa **“DOÑA JULIA”**
- Componentes nutricionales (en la parte delantera)
- Registro sanitario: En tramite
- Normas INEN -
- PVP -
- Peso: 1 libra
- Dirección de la empresa: calles sin nombre y Manuel Rodríguez.
- Fecha de fabricación y expiración

Gráfico Nº 22



### ➤ PRECIO.

Los dos determinantes principales del precio son los costos de producción y la competencia. No resulta rentable vender un producto a un precio inferior a los costos de producción, pero es imposible hacerlo a un precio superior al de los productos similares. No obstante, existen muchos otros factores que determinan el precio final.

Con lo expuesto anteriormente la fijación del precio al producto estará regido por el costo unitario de producción más un margen de utilidad, el cual será flexible a los cambios del entorno de mercado para así tener un producto con un precio competitivo.

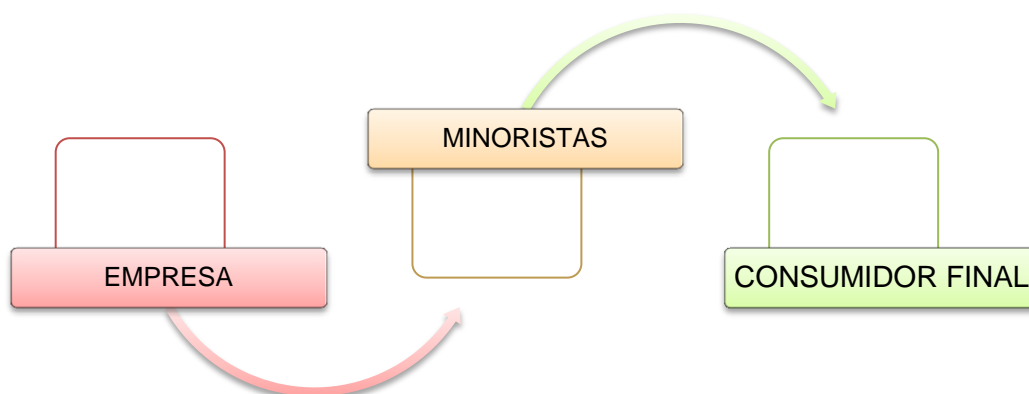
➤ **PLAZA O DISTRIBUCIÓN.**

La empresa utilizará dos canales de distribución, que a continuación expondremos:

1. Venta directa de la empresa.- Los consumidores finales podrán hacer los pedidos directamente a la planta productora ubicada en la ciudad de zumba.
2. Venta a través de intermediarios.- Las mismas que serán efectuadas por establecimientos comerciales de la parroquia zumba y provincia de Zamora Chinchipe.

➤ **CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

**Gráfico Nº 23**



### ➤ PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Para dar a conocer el producto o servicio a la clientela se deben utilizar una serie de herramientas o medios de comunicación, respecto a los que se debe conocer los que os resulten más rentables. Es recomendable analizar no sólo el precio, sino también su impacto sobre el público objetivo,

Los resultados de las encuestas realizadas indican que la radio y el periódico son los medios publicitarios por el que más se entera la ciudadanía de los avisos comerciales sobre todo en horas de la mañana y de la noche, por lo tanto utilizare estos medios publicitarios para dar a conocer el producto. La publicidad tendrá un mensaje que indique los beneficios que tiene consumir el chocolate.

- ✓ Participar en las ferias que se dan en el medio.
- ✓ Prensa (avisos publicitarios) donde se detallan las características del producto.
- ✓ Hacer uso de los medios de comunicación como la radio: Mision San Antonio.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico que a continuación se expone, determina los requerimientos empresariales en función de tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos.

### **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

#### **Tamaño Del Proyecto.**

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de producción de la empresa durante el ciclo de vida del proyecto, tomando como base el equipo y maquinaria identificado para el proceso de producción y las unidades a producir por cada año.

### **HORAS – HOMBRE PARA LA PRODUCCIÓN**

En lo que tiene que ver con la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales de 8 horas –día por 5 días de la semana, por 260 días-año laborables.

## CAPACIDAD INSTALADA

Tomando en cuenta la capacidad de producción que tiene la maquinaria y equipo para elaborar chocolate, la empresa trabajará ocho horas diarias con la ayuda de 2 obreros, en cada una se utilizará 0.75 quintal de cacao dando una producción por hora de 54,25 libras de chocolate en polvo. Lo que significa que diarios se utilizará 6 quintales de cacao fabricándose 434 libras diarias de chocolate. Valor que multiplicado por 5 días se obtendrá una producción semanal de 2170 y anual 112.840 libras, cantidad que es el resultado de multiplicar la producción semanal por las semanas que posee el año ( $52 \times 434$ ), cubriéndose un 68.36% de la demanda insatisfecha. ( $112.840 \times 100 / 165.065$ ).

Para obtener la producción por hora se utilizó la siguiente regla de tres:

$$\begin{aligned}
 &1 \text{ quintal de cacao} = 72 \text{ libras de chocolate} \\
 X & \quad \quad \quad 54.25 \text{ libras de chocolate por hora} \quad (434 / 8 \text{ horas} = 54.25) \\
 &= 0.75 \text{ quintal de cacao}
 \end{aligned}$$

Quintales por horas  $0.75 \times 8 \text{ horas} = 6 \text{ quintales diarios}$ .

**CUADRO N.35**  
**CAPACIDAD INSTALADA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA EN LIBRAS</b>	<b>CHOCOLATE EN POLVO (LIBRAS) ANUAL</b>	<b>% DE SITUACIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA</b>
1	165.065	112.840	68,36

**Fuente:** cuadro Nro.32

**Elaboración:** La Autora

### **CAPACIDAD UTILIZADA**

Es la cantidad de productos que se van a producir tomando en cuenta la capacidad instalada de la maquinaria. Si tomamos en consideración que cada empresa que se inicia en cualquier tipo de negocio, es siempre menos del 100% de su capacidad instalada debido a ciertos factores como: apertura de mercado, selección de intermediarios, acoplamiento del proceso productivo, capacitación del personal, entre otros, es por eso que en el presente proyecto, para los tres primeros años de vida útil se utilizará el 80%, los siguientes tres años el 85%, los subsiguientes tres años el 90% y el décimo año el 95%. En el siguiente cuadro se presenta la capacidad utilizada para los 10 años de vida útil del proyecto

**CUADRO N.36****CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>AÑO</b>	<b>Chocolate en polvo (libras)</b>	<b>% CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
1	<b>112.840</b>	80%	90.272
2	<b>112.840</b>	80%	90.272
3	<b>112.840</b>	80%	90.272
4	<b>112.840</b>	85%	95.914
5	<b>112.840</b>	85%	95.914
6	<b>112.840</b>	85%	95.914
7	<b>112.840</b>	90%	101.556
8	<b>112.840</b>	90%	101.556
9	<b>112.840</b>	90%	101.556
10	<b>112.840</b>	95%	107.198

**LOCALIZACION DE LA EMPRESA.**

La finalidad de contemplar este punto en el proyecto es llegar a determinar el lugar exacto donde se va instalar la empresa, es decir, precisar cuál es la mejor localización que permita ahorrar recursos y lógicamente aumentar la producción.

Entre los factores que se puede señalar dentro de la localización están: el mercado, la disponibilidad de la materia prima y los recursos, el fácil acceso



de los consumidores a la planta, la facilidad del transporte, servicios básicos, etc.

Dentro de la localización tenemos los principios fundamentales, los cuales marcan dos etapas que antes que oponerse, se complementan, ellas son: la **macrolocalización y la microlocalización.**

**Macrolocalización.-** Aquí se llega a definir la zona general, las ciudades y región en donde se va a localizar la unidad de producción, en este caso es en la parroquia zumba.

Para realizar la selección del lugar óptimo, en donde se pueda producir con efectividad, se debe buscar el lugar en el cual la producción y comercialización del chocolate, sea de la mejor forma y a su vez determinar factores como: clima, disponibilidad de la materia prima, grado de asociación, comunicaciones etc.

Gráfico Nº 24

## Macro localización



**Micro localización.-** Es la fase complementaria de la anterior por cuanto, luego de definir en forma general la provincia de Zamora, tengo que especificar el lugar exacto en donde va estar ubicada la empresa, La localización señalada cuenta con un gran número de factores condicionantes favorables como el fácil acceso a la planta, los servicios básicos de agua, luz y teléfono, suficiente espacio físico para la producción y una apropiada infraestructura para la distribución.

### **Factores de la localización**

Son aquellos 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 chocolate, cuenta con los siguientes factores:

1. **Insumos.-** Para la disponibilidad de la materia prima, se considera que es de fácil abastecimiento, específicamente se la obtendrá del Cantón Chinchipe.
2. **Mano de Obra.-** para la puesta en marcha del proyecto será necesario, mano de obra calificada, teniendo presente que la mano de obra que dispone el cantón es abundante y diversificada ya que cuenta con gente con formación artesanal de nivel medio y superior y que por falta de gestión empresarial no se generan fuentes de trabajo.
3. **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, servicios telefónico y alcantarillado.
4. **Vías de comunicación.-** otro factor que se requiere para la puesta en marcha de toda empresa, constituye a la disponibilidad de vías de

comunicación adecuadas 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.

5. **Mercado Potencial.**- lo constituyen las familias de la parroquia zumba y la Provincia de Zamora Chinchipe.

Por los factores anteriormente determinados, la empresa se ubica en:

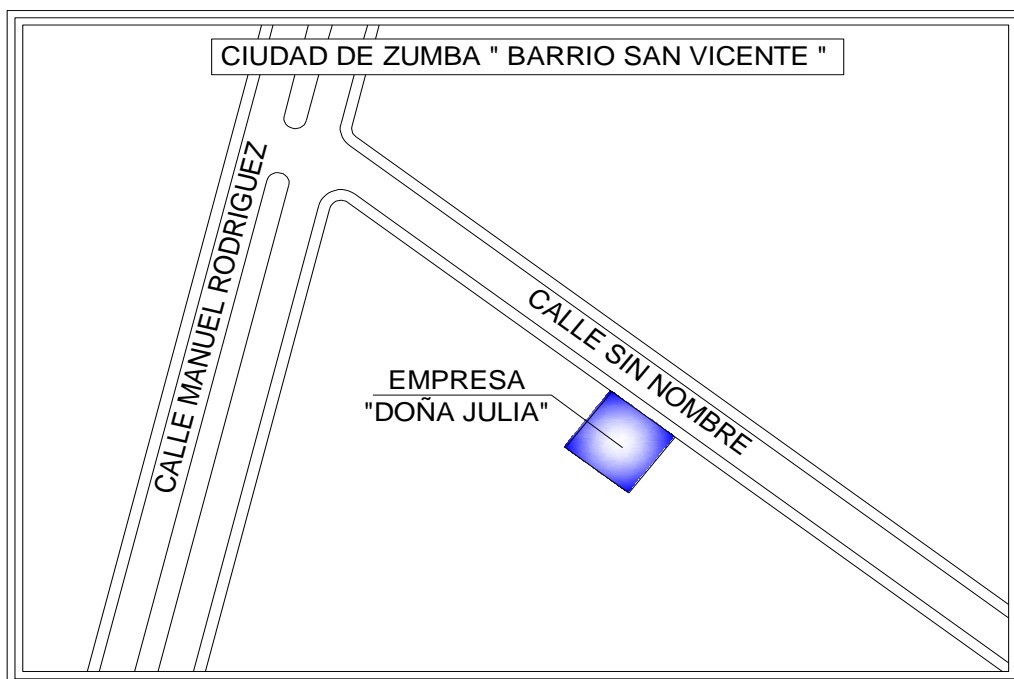
Cantón: Chinchipe

Parroquia: Zumba

Barrio: San Vicente

Calles: Manuel Rodríguez y calle Sin Nombre

#### Gráfico N° 25



## INGENIERIA DEL PROYECTO

La Ingeniería del proyecto tiene que ver en si con el equipamiento que se le tiene que dar a la empresa para que se pueda realizar una buena producción, es decir se tiene que dar solución a todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta, indicado la maquinaria necesaria y en si el proceso productivo.

### PROCESO PRODUCTIVO.

#### Objetivo.

Realizar el proceso productivo para la transformación de la materia prima en producto terminado la cual es la siguiente:

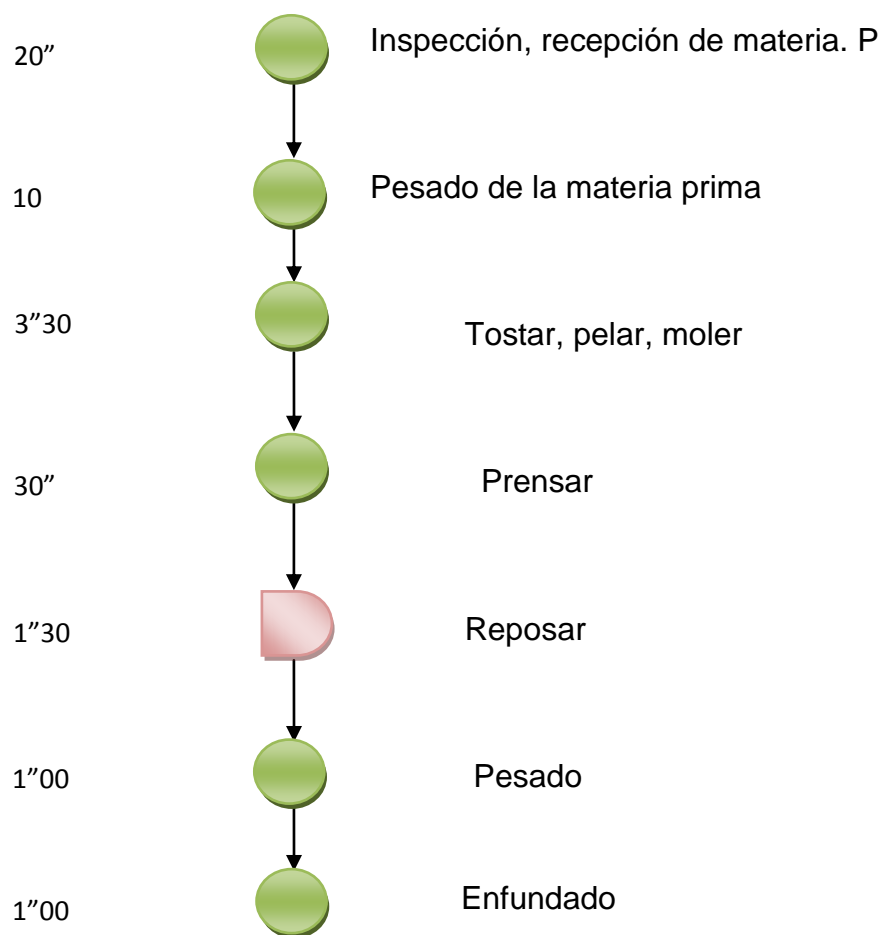
Realizar el proceso productivo para la transformación de la materia prima en producto terminado la cual es la siguiente:

- 1. Recepción e Inspección:** Se receipta la materia prima que este en buen estado para hacer procesada, que en este caso es el chocolate que será elaborado a base de cacao.(20 minutos)
- 2. Pesado de la materia prima:** aquí se procede a pesar por quintales (100) libras.( 10minutos)
- 3. Tostar:** aquí se procede a tostar la materia prima(cacao) que llegue todo a un colar negro.( 30 minutos)
- 4. Pelar :** Luego que ya este tostado, y se procede a pelar la pulpa del cacao que este bien limpio.(30 minutos)

5. **Moler:** ya que se encuentre bien limpio, se procede a molerlo hasta obtener la pasta líquida y sólida del cacao (30 minutos)
6. **Prensarlo :** aquí se procede a prensarlo en barras (30min)
7. **Reposar:** se deja reposar que este frío, y se lo vuelve a moler para obtener el polvo del chocolate .(1"30)
8. **Pesado:** ya que se encuentra en polvo se procede a pesarlo por libras.(1 hora)
9. **Enfundado:** Una vez que ya está listo por libras se lo enfunda y se lo sella (1hora)

Gráfico N° 26

**FLUJO DE PROCESO PARA 434 LIBRAS CHOCOLATE EN POLVO**  
**DIARIOS**



**TOTAL 8.00 HORAS**

**Nota:** El control de calida se lo reliza en el proceso

## DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Gráfico Nº 27

Máquina en secuencia procesadora de cacao





**Gráfico N° 28**

Prensadora

**Gráfico N° 29**

Balanza industrial

**Gráfico N° 30**

Perchas para vender el chocolate



**Gráfico N° 31**

Mesa de trabajo



**Gráfico N° 32**

Fundas etiquetadas



**Gráfico N° 33**

Selladora de fundas



La empresa a constituirse poseerá el siguiente equipo de oficina, muebles y enseres

### **MUEBLES Y ENSERES**

- Escritorio ejecutivo 1
- Silla giratoria tipo gerente 1
- Escritorios pequeños 4
- Sillas de cuero 4
- Archivadores pequeños 3
- Perchas pequeñas 10
- Sillas auxiliares de plástico 5
- Mesa de trabajo 1

### **EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

- Computadoras Pentium IV 3
- Impresoras 3

### **SUMINISTRO DE OFICINA**

- Facturas 500
- Esferográficos 96
- Lápices 96
- Frasco de goma 1

- Hojas de papel bond  
(resmas) 5
- Caja de grapas 5
- Borradores blancos 25
- Correctores 12
- Tijeras punta redonda 4

### **SUMINISTROS DE PRODUCCIÓN**

- Mandiles 4
- Guantes 8
- Lentes (gafas) 8
- Cascos con visera 4
- Mascarillas desechables (cajas) 3
- Extinguidor (5 libras) 1

### **SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA**

- Escobas 5
- Trapeadores 3
- Toallas pequeñas 4
- Desodorantes ambientales 12
- Papel higiénicos 250
- Detergente 10

### **PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

- Hojas volantes
- Anuncios publicitarios

## **REQUERIMIENTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS**

### **Personal Administrativo**

- Gerente 1
- secretaria contadora 1
- conserje- guardián 1

### **Personal de Producción**

- Jefe de producción 1
- Operarios 2

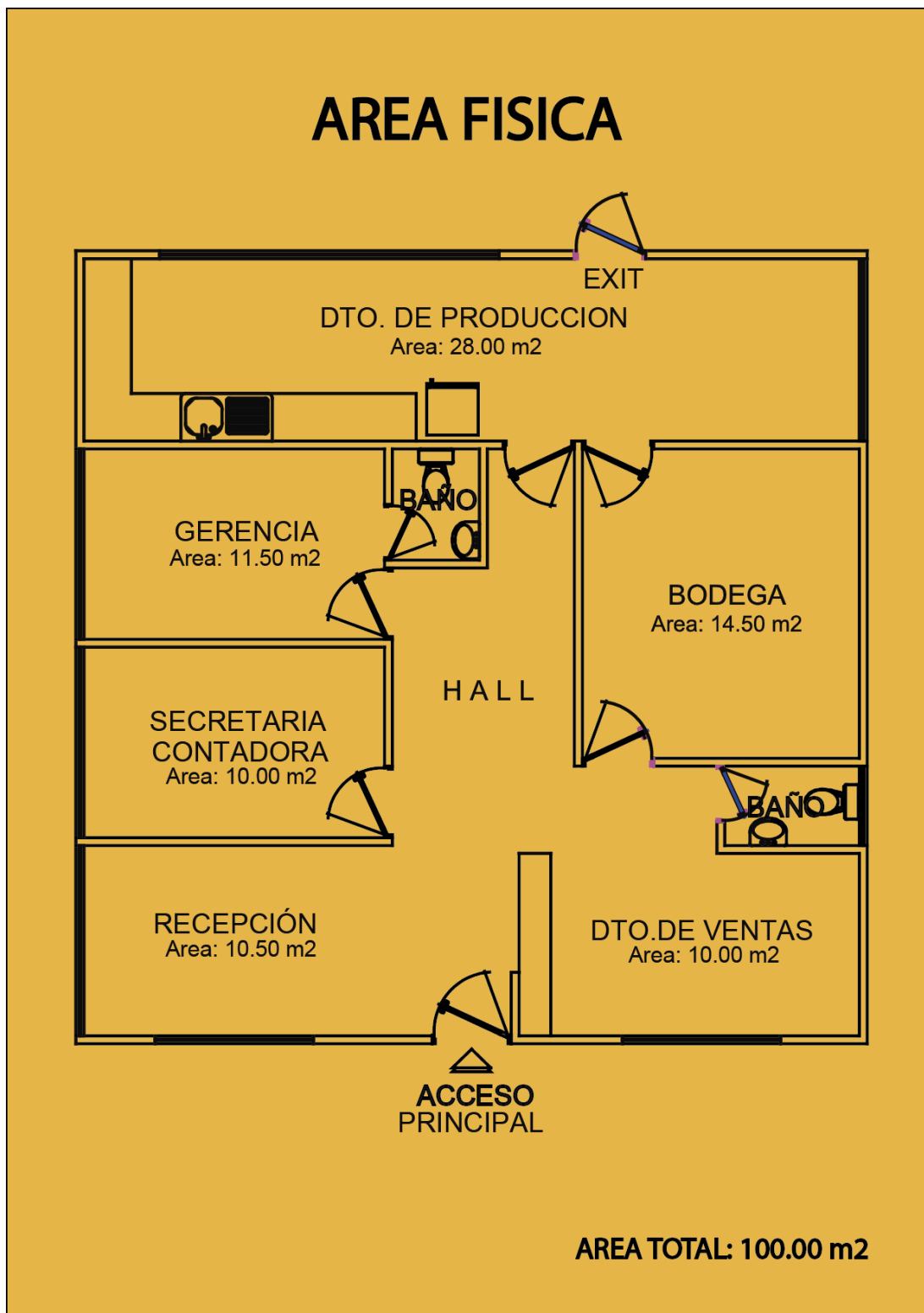
### **Personal de Ventas**

- Jefe de ventas 1
- agente vendedor 1

### **Distribución Física de la planta de producción**

Para el desarrollo adecuado para las actividades de la empresa se arrendará un local que tiene 100 m<sup>2</sup>, con todos los servicios básicos y será distribuido así:

Gráfico Nº 34



## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **BASE LEGAL**

Para la implementación de esta empresa se adoptará la forma jurídica de Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura:

**Razón social:** La razón social de la empresa es: **“DOÑA JULIA”**

**Objeto social:** comercializa: **CHOCOLATE CASERO**

**Plazo de duración:** Será constituida por el lapso de 5 años

**Domicilio:** El domicilio de la presente empresa estará en:

**PROVINCIA** : ZAMORA CHINCHIPE

**CANTÓN** : CHINCHIPE

**PARROQUIA** : ZUMBA

**BARRIO** : SAN VICENTE

**CALLES** : MANUEL RODRIGUEZ y CALLE SIN NOMBRE.

**CAPITAL** : El capital será de 55.195.41 dolares americanos.

**DURACIÓN:** El tiempo de duración de la empresa será de 30 años, término del cual podrá ser renovado si así lo decida

## **TIPO DE EMPRESA**

“**Doña Julia**” será una empresa secundaria transformadora ya que trasforma la materia prima en este caso es el cacao en producto terminado que es el chocolate en polvo.

## **MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

En el Registro de Escrituras públicas a su cargo insertar una que contenga la constitución de la compañía de responsabilidad limitada “**CHOCOLATE DOÑA JULIA**”, de acuerdo a las siguientes estipulaciones:

**PRIMERA** Concurren al otorgamiento de esta escritura de constitución de compañía de responsabilidad limitada a la señora: ANA LUCIA CÁRDENAS CHALÁN casada, cédula No.1900486968, a la señora: LUPE YOLANDA CÁRDENAS CHALÁN casada, con cédula No.1900486935; CRISTINA JERMANIA CÁRDENAS CHALÁN, casada, con cédula No.1103579817; todas de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, con domicilio en zumba, sin prohibición para establecer esta compañía; y quienes comparecen por sus propios derechos.

**SEGUNDA.-** Es convenientes constituir la compañía de responsabilidad limitada “**CHOCOLATE DOÑA JULIA**”, que se registrará por las Leyes del Ecuador y el siguiente Estatuto.

**TERCERA.-**ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “**CHOCOLATE DOÑA JULIA**”



## **CAPÍTULO PRIMERO**

### **RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN**

**ARTÍCULO UNO.-** La Compañía llevará la razón social de “**CHOCOLATE DOÑA JULIA**”

**ARTÍCULO DOS.-** El domicilio principal de la compañía es la parroquia Zumba; por resolución de la junta general de socios podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del País o del exterior, conforme a Ley

**ARTÍCULO TRES.-**La compañía tiene como objetivo social principal: la producción y comercialización de chocolate natural en polvo.

**ARTÍCULO CUATRO.-** El plazo de duración de la compañía es de treinta años, contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil; pero la junta general de socios podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración, en la forma prevista en los Estatutos y en la Ley de Compañías

## **CAPÍTULO SEGUNDO**

### **DEL CAPITAL SOCIAL**

**ARTÍCULO CINCO.-**El capital social de la compañía es de 55.550.86.dolares americanos de los Estados Unido de América.-El capital está íntegramente suscrito y pagado en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

**ARTÍCULO SEIS.**-La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la junta general de socios.

Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento de capital la proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

**ARTÍCULO SIETE.**- El pago del aumento de capital podrá hacerse en especie, por compensación de créditos, por capitalización de utilidades, por capitalización de la reserva proveniente de la revalorización de patrimonio o por los demás medios previstos en la Ley.

**ARTÍCULO OCHO.**- La compañía puede reducir el capital social por resolución de la junta general de socios, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la Ley,

**ARTÍCULO NUEVE.**-Las aportaciones a esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime de los socios, que la cesión o venta se celebre por escritura pública que se margine en la matriz de la escritura constitutiva y se inscriba en el Registro Mercantil y se observe las pertinentes disposiciones legales.

Los socios tienen derecho preferente para adquirir las aportaciones de los otros socios a prorrata de las suya, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

**ARTÍCULO DIEZ.**-Las resoluciones de aumento y reducción de capital se tomarán con el consentimiento unánime de los socios y las modificaciones

correspondientes a la escritura pública constitutiva se harán sujetándose a las solemnidades previstas por la Ley para la fundación de la compañía de responsabilidad limitada.

### **CAPÍTULO TERCERO**

#### **DE LOS SOCIOS: OBLIGACIONES Y DERECHOS**

**ARTÍCULO ONCE.**-Son obligaciones de los socios: a) Tomar su cargo las funciones que le fueren encomendadas por la junta general de socios, por el Gerente General, según sus atribuciones; b) cumplir con las encomiendas y deberes que le asignaren la Junta General de socios, el Gerente General; c) cumplir con las obligaciones de los socios previstas en la Ley de Compañías; d) Las demás que le señale este Estatuto.

**ARTÍCULO DOCE.**- Los socios de la Compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones: a) intervenir con voz y voto en las sesiones de junta general de socios y en las deliberaciones de la compañía, personalmente o mediante un mandato a un socio o extraño con poder notarial o carta poder.

**ARTÍCULO TRECE.**-La responsabilidad de los socios por las obligaciones sociales en la que determina la Ley.

## **CAPÍTULO CUARTO**

### **DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN**

**ARTÍCULO CATORCE.-** El gobierno y administración de la compañía se ejerce por medio de la Junta General de Socio, el Presidente Administrativo y el Gerente General.

**ARTÍCULO QUINCE.-** La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

**ARTÍCULO DIECISEIS.-**Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para la validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de junta general de socios en la modalidad de junta universal; esto es que la junta puede 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 lo asistentes.

**ARTÍCULO DIECISIETE.-** Las juntas ordinarias se reunirán por lo menos una en el año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía; y las extraordinarias en cualquier tiempo en que fuesen convocadas. En las sesiones de junta general tanto ordinarias, como extraordinarias se tratarán únicamente los asuntos puntualizada en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

**ARTÍCULO DIECIOCHO.-** Las juntas generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el Presidente de la Compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios y con ocho días por lo menos de anticipación al señalado para la sesión de la junta. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, hora y el orden del día u objeto de la sesión.

**ARTÍCULO DIECINUEVE.-** El quórum para las sesiones de junta general de socios en la primera convocatoria será más de la mitad del número de socios de la compañía, en la segunda convocatoria se podrá sesionar con el número de socios presente, lo que se indicará en la convocatoria.

La sesión no podrá continuar válidamente sin el quórum establecido.

**ARTÍCULO VIENTE.-** Con las excepciones que señale este Estatuto y la Ley de Compañías, las resoluciones se tomarán con los votos favorables de la mayoría absoluta de los socios concurrentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**ARTÍCULO VEINTIUNO.-** Las resoluciones de la junta general de socios tomadas con arreglo a la Ley y a lo que dispone este Estatuto, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto, estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

**ARTÍCULO VEINTIDOS.-** Las sesiones de la Junta General de Socios serán presididas por el Presidente Administrativo de la Compañía y a su falta por la

persona designada en cada caso de entre los socios. Actuará de secretario el Gerente General o el Socio que la junta elija en cada caso.

**ARTÍCULO VEINTITRES.**-Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas, escritas en el anverso y reverso, las mismas que llevarán las firmas de presidente.

**ARTÍCULO VEINTICUATRO.**-Son atribuciones privativas de la junta general de socios: a) resolver sobre el aumento o disminución de capital, la fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, prórroga del plazo de duración; y, en general resolver cualquier reforma al contrario constitutivo y Estatuto; b) nombrar al Presidente Administrativo y al Gerente General de la compañía, señalándoles su remuneración y removerlo por causa justificada; c) conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores; d) resolver sobre la reforma de reparto de utilidades; e) acordar la exclusión de socios, de acuerdo con las causas establecidas en la ley; f) resolver el establecimiento de sucursales, agencias, oficinas, representaciones; g) resolver cualquier asunto que no sea de competencia privativa del Presidente Administrativo y del Gerente General y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía.

**ARTÍCULO VEINTICINCO.**-Las resoluciones de la junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

Sección Dos: del presidente administrativo.

**ARTÍCULO VEINTISEIS.-**El Presidente Administrativo de la compañía será nombrado por la junta general de socio, puede ser socio o no, durará dos años en el ejercicio de su cargo pudiendo ser indefinidamente reelegido.

**ARTÍCULO VEINTISIETE.-** Son deberes y atribuciones del Presidente Administrativo de la Compañía: a) vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e informar anualmente, o cuando se le solicitare, de estos particulares a la junta general de socios; b) convocar y presidir las sesiones de la junta general de socios y suscribir las actas; c) vigilar la contabilidad y la preparación de los informes a la junta general de socios sobre el estado económico y movimiento financiero y contable de la compañía.

### **Sección Tres.- Del Gerente General**

**ARTÍCULO VEINTIOCHO.-**El Gerente General podrá ser un socio o no, nombrado por la junta general de socios y durará dos años en su cargo pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Percibirá la remuneración que señale la junta general de socios.

**ARTÍCULO VEINTINUEVE.-** Son deberes y atribuciones del Gerente General de la Compañía: a) representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial; b) perseguir el cumplimiento del fin social de la compañía; c) dirigir la gestión económica-financiera de la compañía; d) gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía; e) realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la

compañía y suscribir los documentos correspondientes; f) realizar inversiones y adquisiciones hasta el momento autorizado por la junta general de socios.

## **CAPÍTULO QUINTO**

### **DE LA FISCALIZACIÓN Y ASESORÍA CONTABLE**

**ARTÍCULO TREINTA.**-Los socios de la compañía nombraran entre ellos a un interventor, para que vigile, inspecciones, controle y fiscalice los actos de los administradores y las operaciones sociales, con derecho ilimitado y la dependencia de la administración. El interventor durará dos años en sus funciones y puede ser indefinidamente reelegido.

**ARTÍCULO TREINTA Y UNO.**- Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, la junta general de socios podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada.

## **CAPÍTULO SEXTO**

### **DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

**ARTÍCULO TREINTA Y DOS.**- La disolución y liquidación de la compañía se rige por las pertinentes disposiciones de la Ley de Compañías y de este Estatuto. El encargado de la liquidación será el Gerente General de la Compañía o, en su falta la persona que la junte designe.

**ARTÍCULO TREINTA Y TRES.**-A la muerte de un socio la compañía continuará con los supervivientes y con los herederos.



**ARTÍCULO TREINTA Y CUATRO.**-En la liquidación de la compañía el remanente del patrimonio será distribuido entre los socios, una vez cumplidas las obligaciones, en proporción al aporte pagado de cada socio.

**DISPOSICIÓN GENERAL.**- Todo lo no previsto en este Estatuto y en los Reglamentos de la compañía será conocido y resuelto por la junta general de socios.

**REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA COMPAÑÍA.**- De conformidad con lo establecido en el artículo décimo cuarto de estos Estatutos, la representación legal de la compañía corresponde al Gerente, y a los socios han convenido en designar para el cargo a la accionista Sra. Ana Lucia Cárdenas Chalan, quien manifiesta aceptar sus cargos, quedando expresamente facultados para obtener la aprobación legal de la compañía y su respectiva inscripción.

Ud. Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de etilo que aseguren la plena validez del contrato de constitución de esta compañía.

Atentamente,

f).....

Abogada.-Gabriela Armijos Maurad: Zumba.

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Es necesario determinar un modelo de estructura administrativa que le permita, a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente

### **Niveles Administrativos**

Los niveles administrativos de la Empresa Chocolate Doña Julia y Cía. Ltda., está establecida por 5 niveles jerárquicos que son:

#### **A. Nivel directivo**

Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas.

#### **B. Nivel ejecutivo**

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.

Este nivel, se encarga de manejar Planes, Programas, Métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes

y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización.

### **C. Nivel asesor**

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa. Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica

### **D. Nivel auxiliar o de apoyo**

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

### **E. Nivel operativo**

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad.

**Organigrama.-** Se define como la agrupación de la organización mediante la representación gráfica de la estructura, las interrelaciones, obligaciones y autoridad para visualizar la agrupación detallada dentro de ella.

- **Organigrama Estructural.-** representa el esquema básico de una organización, permitiendo conocer de una forma objetiva sus unidades administrativas, apreciándose la organización de la empresa como un todo.
- **Organigrama Funcional.-** expresa las funciones que deberá cumplir cada representante y miembros de los diferentes niveles autoridad, coordinación etc.
- **Organigrama Posicional.-** recoge los nombres de las personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales.

Gráfico Nº 35

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA  
"DOÑA JULIA CIA. LTDA."**

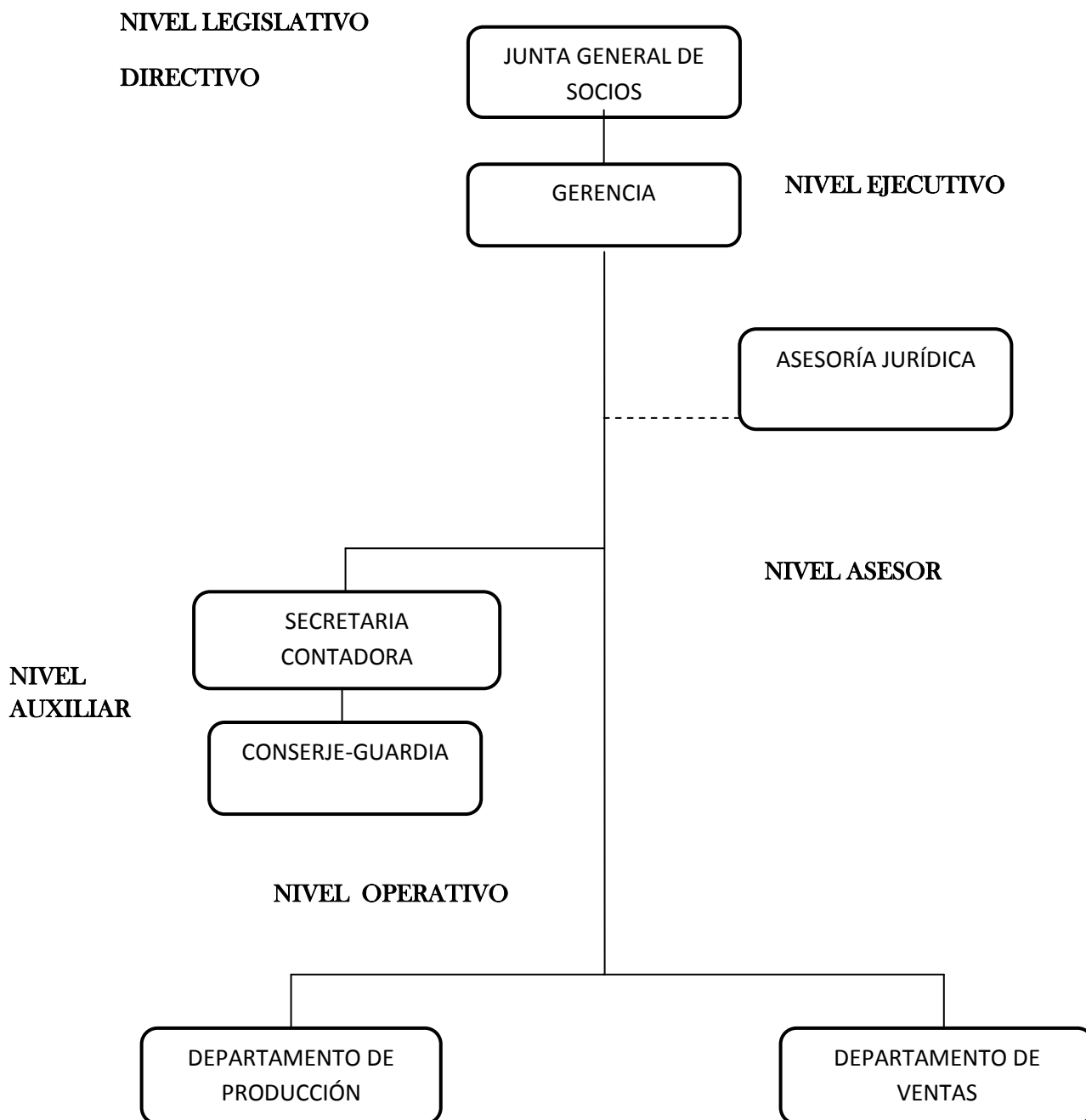
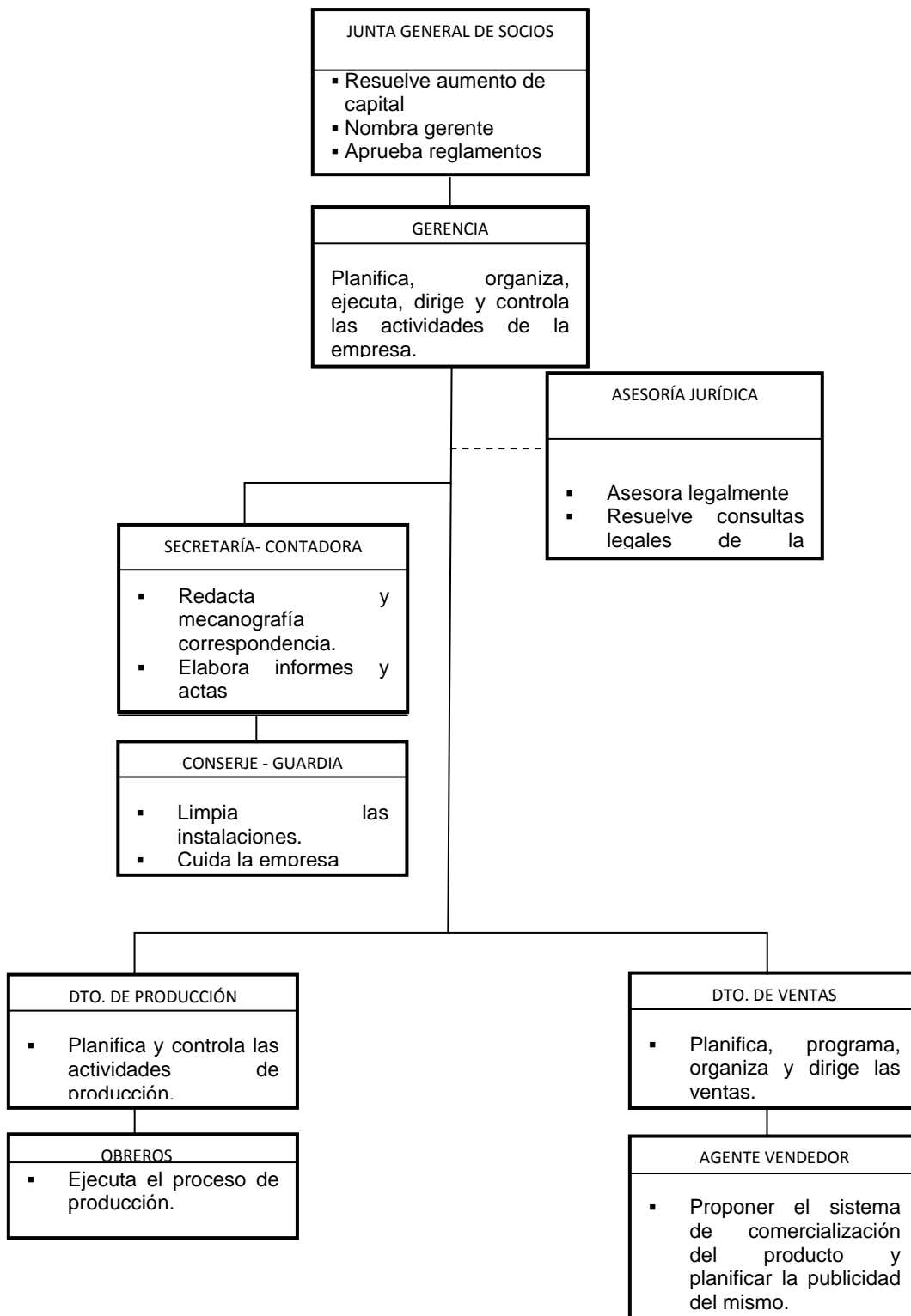


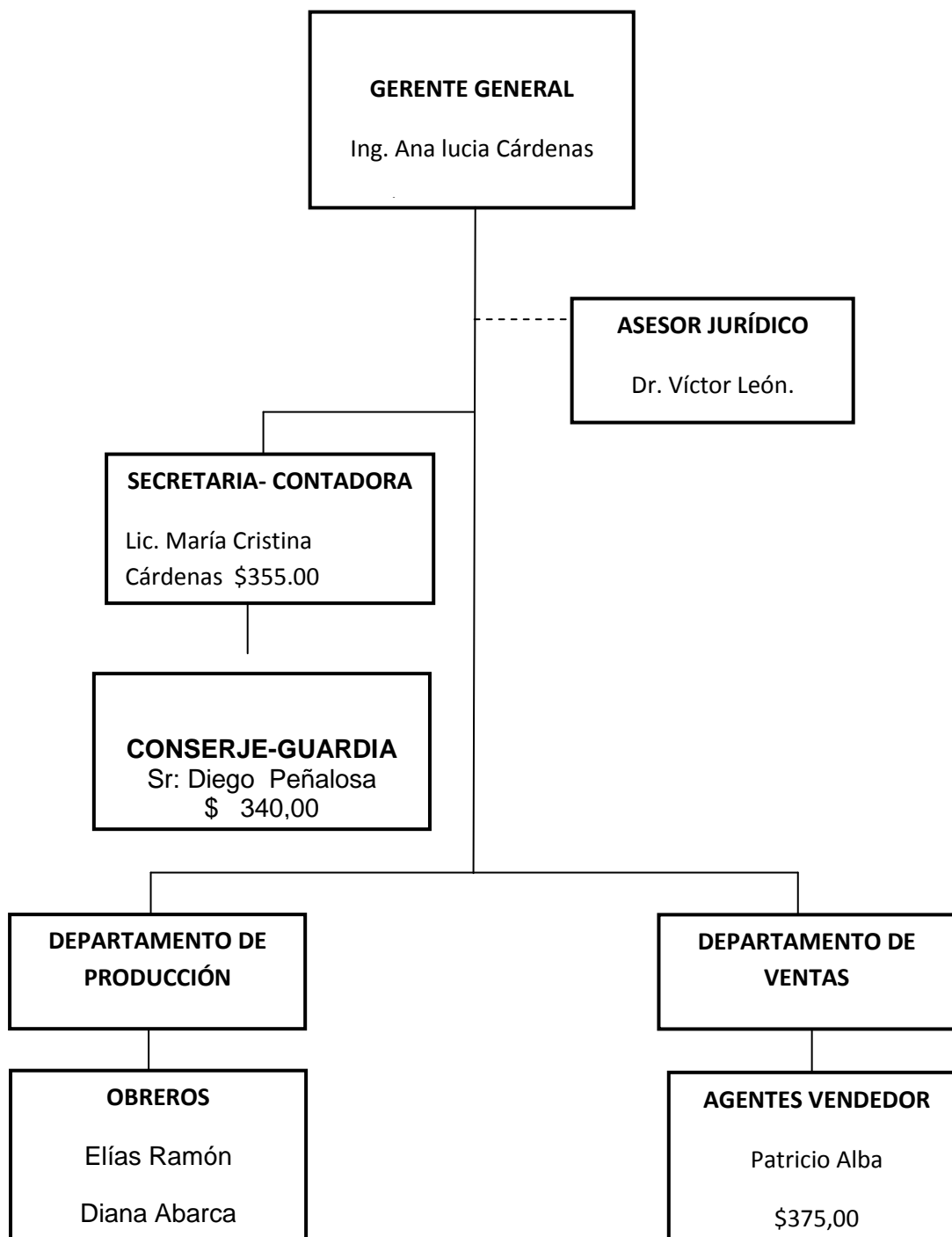
Gráfico Nº 36

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

“DOÑA JULIA” CIA. LTDA.”



**Gráfico Nº 37**  
**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA**  
**DOÑA JULIA” CIA. LTDA.**



<b>CÓDIGO</b>	:	<b>01</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	:	<b>Gerente</b>
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	:	<b>Junta General de Accionistas</b>
Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa.		
<b><u>FUNCIONES TÍPICAS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar y dirigir las labores administrativas de la Entidad</li> <li>- Ejercer la representación legal de la empresa.</li> <li>- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de producción, finanzas y de mercadeo.</li> <li>- Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa.</li> <li>- Nombrar y contratar personal cumpliendo con los requisitos del caso.</li> <li>- Organizar cursos de capacitación.</li> <li>- Presentar ante el directorio programas de producción, pronósticos de venta del producto y más documentos de trabajo para su aprobación.</li> </ul>		
<b><u>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</u></b>		
El puesto requiere de formación en administración de empresas, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.		
<b><u>REQUISITOS MÍNIMOS</u></b>		
EDUCACIÓN: Ingeniero Comercial en Administración de Empresas.		
EXPERIENCIA:3 años en trabajos afines.		



<b>CÓDIGO</b>	:	<b>02</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	:	<b>Asesor Juridico (temporal)</b>
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	:	<b>Gerente</b>

**FUNCIONES TÍPICAS**

- Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Realizar los trámites legales de la empresa.
- Preparar informes y dictámenes de tipo legal.
- Prestar sus servicios temporalmente cuando se amerite de ellos.

**CARACTERÍSTICA DE LA CLASE.**

Responsabilidad en la legalización de documentos.

**REQUISITOS MÍNIMOS**

- Ser profesional en el área judicial (Abogado).
- Conocer sobre administración bancaria.
- Experiencia en casos similares (1 años)

<b>CÓDIGO</b>	:	<b>03</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	:	<b>Secretaria - Contadora</b>
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	:	<b>Gerente</b>
<p>Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la empresa, Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.</p>		
<p><b><u>FUNCIONES TÍPICAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas</li> <li>- Manejar datos e información confidencial de la empresa</li> <li>- Llevar las actas de las reuniones al gerente.</li> <li>- Mantener la información administrativa al día</li> <li>- Llevar actualizado el sistema contable de la empresa</li> <li>- Preparar estados financieros de la empresa</li> <li>- Determinar el control previo sobre gastos</li> <li>- Ejecutar operaciones contables</li> <li>- Realizar análisis financieros</li> </ul>		
<p><b><u>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</u></b></p> <p>Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables</p>		
<p><b><u>REQUISITOS MÍNIMOS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Título en Contabilidad y Auditoria</li> <li>- Experiencia mínima 3 años</li> <li>- Cursos de Relaciones Humanas</li> </ul>		

<b>CÓDIGO</b>	:	<b>03</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	:	<b>Secretaria - Contadora</b>
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	:	<b>Gerente</b>
<p>Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la empresa, Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.</p>		
<b><u>FUNCIONES TÍPICAS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas</li><li>- Manejar datos e información confidencial de la empresa</li><li>- Llevar las actas de las reuniones al gerente.</li><li>- Mantener la información administrativa al día</li><li>- Llevar actualizado el sistema contable de la empresa</li><li>- Preparar estados financieros de la empresa</li><li>- Determinar el control previo sobre gastos</li><li>- Ejecutar operaciones contables</li><li>- Realizar análisis financieros</li></ul>		
<b><u>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</u></b>		
<p>Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables</p>		
<b><u>REQUISITOS MÍNIMOS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Título en Contabilidad y Auditoria</li><li>- Experiencia mínima 3 años</li><li>- Cursos de Relaciones Humanas</li></ul>		

<b>CÓDIGO</b>	:	<b>04</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	:	<b>Conserje Guardián</b>
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	:	<b>Gerente</b>
Ejecución de labores de limpieza, custodia de la Empresa y realización de trámites administrativos.		
<b><u>FUNCIONES TÍPICAS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Realizar las labores de aseo diario de la empresa</li><li>- Llevar y traer mensajes o correspondencia dentro y fuera de la empresa</li><li>- Recibir, almacenar y controlar las entregas y existencias de materia prima y productos terminados (papeletas).</li></ul>		
<b><u>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</u></b>		
Es el responsable por el cumplimiento de labores sencillas y rutinarias, sujeto a disposiciones y normas dispuestas por sus superiores.		
<b><u>REQUISITOS MÍNIMOS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Título de Bachiller</li><li>- Experiencia mínima 3 años</li><li>- Curso de preparación física y defensa personal</li><li>- Cursos de Relaciones Humanas.</li></ul>		

<b>CÓDIGO</b>	:	<b>05</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	:	<b>Jefe de producción</b>
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	:	<b>Gerente</b>
<p>Organizar labores de producción y mantenimiento de la maquinaria para el personal de obreros en el Departamento a su cargo.</p>		
<p><b><u>FUNCIONES TÍPICAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores del departamento.</li> <li>- Elaborar y hacer ejecutar los programas de producción.</li> <li>- Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento.</li> <li>- Presentar informes de los requerimientos del departamento.</li> <li>- Controlar inventarios de materias primas e insumos.</li> <li>- Controlar el buen uso de la maquinaria y equipos.</li> <li>- Realizar un correcto control de calidad del producto.</li> <li>- Asesorar a los directivos de la empresa en asuntos de producción.</li> </ul>		
<p><b><u>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</u></b></p> <p>El puesto requiere de formación en administración de empresas, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.</p>		
<p><b><u>REQUISITOS MÍNIMOS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación profesional en el área de administración de empresas, especialización en procesamiento de alimentos.</li> <li>- Experiencia mínima 2 años</li> </ul>		

<b>CÓDIGO</b>	:	<b>06</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	:	<b>obreros</b>
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	:	<b>Jefe de Producción</b>
Ejecutar actividades de transformación de la materia prima, y elaboración del producto.		
<b><u>FUNCIONES TÍPICAS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Ejecutar el proceso de producción.</li><li>- Velar por la seguridad de la maquinaria y equipo de trabajo.</li><li>- Realizar la limpieza diaria del taller de trabajo.</li></ul> Informar sobre el requerimiento de materiales e insumos		
<b><u>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</u></b>		
El puesto no requiere de formación especializada, requiere habilidad y destreza suficiente para cumplir las labores de producción. Es un puesto que requiere de alta movilidad y alto grado de responsabilidad.		
<b><u>REQUISITOS MÍNIMOS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Bachiller en Educación media.</li><li>- Conocimiento de manejo de maquinaria</li><li>- Buen estado de salud física y mental</li></ul>		

<b>CÓDIGO</b>	:	<b>07</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	:	<b>Jefe de Ventas</b>
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	:	<b>Gerente</b>
Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades que se realicen en la Empresa en referencia a Ventas y Publicidad		
<b><u>FUNCIONES TÍPICAS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proponer el sistema de comercialización del producto y planificar la publicidad del mismo.</li> <li>- Establecer metas y objetivos.</li> <li>- Calcular la demanda y pronosticar las ventas.</li> <li>- Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas.</li> <li>- Mantener contacto con los consumidores y proveedores, a fin de determinar la información necesaria, sobre calidad y precios.</li> <li>- Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores.</li> </ul>		
<b><u>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</u></b>		
El puesto requiere de formación en administración de empresas o marketing, con criterio formado, alta iniciativa y capacidad para supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.		
<b><u>REQUISITOS MÍNIMOS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingeniero en Administración de Empresas.</li> <li>- Tener título en administración en Mercadotecnia o economía.</li> <li>- Experiencia mínima tres años</li> <li>- Tener cursos de capacitación en ventas</li> </ul>		

<b>CÓDIGO</b>	:	<b>08</b>
<b>TITULO DEL PUESTO</b>	:	<b>Agente vendedor</b>
<b>SUPERIOR INMEDIATO</b>	:	<b>Jefe de Ventas</b>
Colaborar con las labores de ventas del producto a los intermediarios		
<b><u>FUNCIONES TÍPICAS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Recibir cordialmente al cliente.</li><li>- Atender y vender los productos.</li><li>- Hacer llegar el producto a los intermediarios</li><li>- Comunicar a los consumidores las características del producto</li><li>- Informar a los intermediarios sobre las políticas de venta y promoción de</li><li>- Disponibilidad a otras tareas que se de deleguen.</li></ul>		
<b><u>CARACTERÍSTICAS DE CLASE</u></b>		
Responsabilidad técnica y económica, tener iniciativa para dar a conocer el producto.		
<b><u>REQUISITOS MÍNIMOS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>- Título de bachillerato.</li><li>- Experiencia de un dos en ventas</li><li>- Buenas relaciones interpersonales.</li></ul>		



## **ESTUDIO FINANCIERO.**

El estudio financiero determina cuál 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 productos la obtenemos mediante los estudios anteriores, 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.

## **INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

### **ACTIVOS FIJOS**

- **Maquinaria y Equipo**

Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la planta de la tecnología necesaria para efectuar el proceso de producción, estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

**CUADRO N.37****PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA Y EQUIPO**

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Maquina procesadora: Tostadora, peladora, moledora	1	5.732,00	5.732,00
Balanza industrial	1	356,00	356,00
Selladora de fundas	1	69,00	69,00
Prensadora	1	980,00	980,00
<b>TOTAL</b>			<b>7.137,00</b>

**Fuente:** Maquinarias Henriques C.A. Guayaquil.

**Elaboración:** La autora

- **Herramientas**

Corresponde a los valores que son necesarios para dotar a la planta de los complementos para la tecnología a fin de realizar adecuadamente el proceso de producción, estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

**CUADRO N.38****PRESUPUESTO PARA HERRAMIENTAS**

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Kit de herramientas para vehículo (130 piezas)	1	\$ 235,00	\$ 235,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 235,00</b>

**Fuente:** Ferretería de la ciudad de Loja

**Elaboración:** La Autora

**CUADRO N.39****PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OPERACIONES**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>VAL. UNIT.</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Mandiles	4	\$ 17,00	\$ 68,00
Guantes de cuero	8	\$ 21,00	\$ 168,00
Lentes (gafas)	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Cascos con visera	4	\$ 5,99	\$ 23,96
Mascarillas desechables (cajas)	3	\$ 5,50	\$ 16,50
Extintor (5 libras)	1	\$ 20,00	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 320,46</b>

**Fuente:** SERVIPROF

**Elaboración:** La Autora

- **Equipo de Oficina**

Constituyen los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente, estos son:

**CUADRO N.40****PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>VAL. UNIT</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Computadoras	3	750,00	2.250,00
Impresora multifunción	3	110,00	330,00
Total:			2.580,00

**Fuente:** COMPUNET

**Elaboración:** La autora

**CUADRO N.41**  
**PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE OFICINA**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Teléfono programador para central telefónica	1	\$ 79,00	\$ 79,00
Teléfono Panasonic simples	2	\$ 32,00	\$ 64,00
Grapadora KW-trio	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Perforadora KW trio	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Sacagrapas	2	\$ 1,20	\$ 2,40
Papelera	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Calculadora	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Total:			\$ 217,40

**Fuente:** Comercial Morales

**Elaboración:** La autora

**- Muebles y Enseres**

Comprenden todos los bienes que son necesarios para la adecuación de las oficinas y demás lugares de trabajo, de acuerdo con la función para la que fueron diseñados.

**CUADRO N.42****PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y ENSERES**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>VAL. UNIT</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Silla giratoria tipo gerente	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Escritorios pequeños	4	\$ 178,00	\$ 712,00
Sillas de cuero	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Archivadores pequeños	3	\$ 65,00	\$ 195,00
Perchas pequeñas	10	\$ 80,00	\$ 800,00
Sillas auxiliares de plástico	5	\$ 6,00	\$ 30,00
Mesa de trabajo	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Total:			\$ 2.212,00

**Fuente:** Mueblería Albán

**Elaboración:** La autora

**- Vehículo**

Para efectuar las labores de recolección de materia prima y distribución del producto ya terminado se necesita contar con un vehículo. En este proyecto compraremos una camioneta 4x4 propia para carga, se ha considerado el siguiente presupuesto:

**CUADRO N.43****PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VAL. TOTAL
Caminoneta doble cabina Chevrolet Dmaz 4 x 4	1	\$ 24.500,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 24.500,00</b>

**Fuente:** Comercializadora de Vehículos Edy Car

**Elaboración:** La autora

**ACTIVOS DIFERIDOS****CUADRO N.44****Presupuesto de Activos Diferido**

ACTIVOS	VALOR
Honorarios del Abogado	\$ 260,00
Notaría	\$ 252,00
Registro Mercantil	\$ 1.150,00
Estudio de factibilidad	\$ 1.000,00
Permisos de sanidad	\$ 120,00
Permiso municipal	\$ 250,00
Gastos de Constitución	\$ 600,00
Patentes	\$ 158,00
Subtotal	\$ 3.790,00
5% de imprevistos	\$ 189,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.979,50</b>

**Fuente:** Notaría, Registro Mercantil, Abogado, Municipio

**Elaboración:** La autora

## ACTIVOS CIRCULANTES

En mi proyecto el capital de operación corresponderá a la adquisición de materia prima y materiales directos, mano de obra directa, gastos de administración y ventas, gastos de fabricación e imprevistos, gastos financieros y amortizaciones.

Para este proyecto se establecerá el capital de operación para un mes, puesto que luego de haber transcurrido este periodo se empezará a generar ingresos por ventas.

**Materia Prima Directa.-** Son todos los materiales que intervienen directamente en la transformación del producto y que son visibles en este.

La materia prima que requiere la empresa es el cacao, la mismo que será adquirido en los diferentes establecimientos de la parroquia Zumba.

### Cuadro Nº 45

#### PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

DENOMINACIÓN	MEDIDA	CANTIDAD	V/U.	VAL. TOTAL
Cacao	Quintales	496,50	125,00	62.062,00
Total				62.062,00

Fuente: Acrim

Elaboración: La autora

### **Materiales Indirectos**

Los materiales indirectos a requerirse en el proceso de producción son los siguientes.

**Cuadro Nº 46**

#### **PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT,</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Fundas etiquetadas	90.272	0,22	19.859,84
<b>TOTAL</b>			19.859,84

**Fuente:** ECUAPLAST. Guayaquil

**Elaboración:** La autora

- **Combustible.-** él lo fundamental para el vehículo que va utilizar la empresa. Se calcula 43 galones que esta \$1.46 que nos da un valor mensual \$ 62.78 y anual es de \$753,36



Cuadro Nº 47

## PRESUPUESTO PARA COMBUSTIBLE

DENOMINACIÓN	CONS.GLNS.	VAL. UNIT.	VAL. MENSUAL	VAL. ANUAL
Gasolina extra	43	\$ 1,46	\$ 62,78	\$ 753,36
TOTAL				\$ 753,36

**Fuente:** Estación de Servicios Reina del Cisne.

**Elaboración:** La autora

Cuadro Nº 48

## PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO

DENOMINACIÓN	VAL. TOTAL
Mantenimiento de Maq. Y Equipo	\$ 142,74
Mantenimiento de Eq. de Oficina	\$ 4,35
Mantenimiento de Muebles y Enseres	\$ 44,24
Mantenimiento de Vehículo	\$ 1.012,80
Mantenimiento de Eq. de Computación	\$ 174,90
Mantenimiento de Eq. De Seguridad	\$ 6,41
Mantenimiento de Herramientas	\$ 4,70
TOTAL	\$ 1.390,14

- **Mano de Obra Directa.-** La constituyen los obreros que se encargan de todo el proceso de producción, en este caso laborarán 2 obreros.

### Cuadro N° 49

#### PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA PARA EL PRIMER AÑO

DENOMINACIÓN	Obreros
Sueldo Básico Unificado	346,80
Décimo Tercer Sueldo	28,90
Décimo cuarto Sueldo	28,33
Vacaciones	14,45
Aportes IESS 11,15%	38,67
Aportes IECE 0,5%	1,73
Fondos de Reserva	0,00
Aportes SECAP 0.5%	1,73
Líquido a Pagar	460,62
Número de obreros	2
TOTAL MENSUAL	921,24
TOTAL AL AÑO	11.054,87

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborables

**Elaboración:** La autora

## Cuadro Nº 50

**PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA PARA EL  
SEGUNDO AÑO**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>Obreros</b>
Sueldo Básico Unificado	346,80
Décimo Tercer Sueldo	28,90
Décimo cuarto Sueldo	28,33
Vacaciones	14,45
Aportes IESS 11,15%	38,67
Aportes IECE 0,5%	1,73
Fondos de Reserva	28,90
Aportes SECAP 0.5%	1,73
Líquido a Pagar	489,52
Número de obreros	2
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>979,04</b>
<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>11.748,47</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborables

**Elaboración:** La autora

## **GASTOS DE OPERACIÓN**

### **Gastos Administrativos**

- **Agua Potable.-** Esta información se la obtuvo en el Ilustre Municipio de Chinchipe.

La empresa consumirá un promedio de 97 m<sup>3</sup>, dando un total al mes de \$14.55 y anualmente será de \$ 174,6

### Cuadro Nº 51

#### PRESUPUESTO PARA USO DE AGUA POTABLE

DENOMINACIÓN	CANT. (m3)	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de agua	97	\$ 0,15	\$ 14,55	\$ 174,60
TOTAL				\$ 174,60

**Fuente:** Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del Cantón Chinchipe.

**Elaboración:** La Autora

- **Energía Eléctrica.-** Se calcula sobre la base de los gastos de iluminación requerida para las oficinas y producción de la empresa. El precio es de \$ 0.079 por cada kilovatio según la Empresa Eléctrica Regional del Sur; se estima un promedio de consumo de 483,00 kw/h, esto representa un costo mensual de \$ 38,16 y anual de \$ 457,88

### Cuadro Nº 52

#### PRESUPUESTO PARA USO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACIÓN	CANT. (Kw./h)	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de energía eléctrica sector industrial	483,00	0,079	38,16	457,88
TOTAL				457,88

**Fuente:** Empresa Eléctrica Regional Sur Suc. Zumba

**Elaboración:** La Autora

- **Servicio Telefónico.-** Se lo calcula en base de la ejecución de las actividades administrativas y comerciales de la empresa.

Se ha estimado un consumo mensual aproximado de 120-200 minutos con un costo de \$0,175-0.063 el minuto, esto nos da un valor mensual de 21,00-12,60 para la ejecución de las actividades administrativas y comerciales de la empresa, cuyo valor asciende a \$ 403.20.

### Cuadro Nº 53

#### PRESUPUESTO DE TELÉFONO

DESCRIPCIÓN	CONSUMO (minutos)	VALOR DE LA TARIFA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Celular	120	\$ 0,175	\$ 21,00	\$ 252,00
Teléfono fijo (mes)	200	\$ 0,063	\$ 12,60	\$ 151,20
Total				\$ 403,20

**Fuente:**Conatel

**Elaboración:** La autora

- **Presupuesto de arriendo.-** esto es lo que va a pagar la empresa por el arriendo del local de 100.00m. pagando mensual un valor de \$300,00 y anuales 3600,00

**Cuadro Nº 54**  
**PRESUPUESTO DE ARRIENDO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo para empresa	1	300,00	300,00	3.600,00
Total				3.600,00

**Fuente:** Casas renteras

**Elaboración:** la autora

- **Útiles de Oficina.-** Se estima que para material de oficina, corresponden los siguientes elementos como facturas, esferográficos entre otros.

**Cuadro Nº 55**  
**PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA**

DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Facturas	500	\$ 0,02	\$ 10,00
Esferográficos	96	\$ 0,30	\$ 28,80
Lápices	96	\$ 0,25	\$ 24,00
Frasco de goma	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Hojas de papel bond (resmas)	5	\$ 3,80	\$ 19,00
Caja de grapas	5	\$ 1,20	\$ 6,00
Borradores blancos	25	\$ 0,15	\$ 3,75
Correctores	12	\$ 1,00	\$ 12,00
Tijeras punta redonda	4	\$ 0,35	\$ 1,40
Total			\$ 107,95

**Fuente:** Librería Zárate & Zárate

**Elaboración:** La autora

- **Útiles de Aseo.-** Son aquellos implementos que serán utilizados para el aseo de la empresa.

**Cuadro Nº 56**

**PRESUPUESTO PARA UTENSILIOS DE ASEO**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>VAL. UNIT.</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Escobas	5	\$ 1,60	\$ 8,00
Trapeadores	3	\$ 2,25	\$ 6,75
Toallas pequeñas	4	\$ 0,75	\$ 3,00
Desodorantes ambientales	12	\$ 1,38	\$ 16,56
Papel higiénicos	250	\$ 0,35	\$ 87,50
Detergente	10	\$ 1,56	\$ 15,60
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 137,41</b>

**Fuente:** Comercial Morales

**Elaboración:** La autora

- **Sueldos de Administración.-** Se refiere a los sueldos para el personal que trabajará en la parte administrativa, los mismos que se ubican en los puestos que se indican:

## Cuadro N° 57

## PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN PARA EL PRIMER AÑO

RUBROS/PUESTOS	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	JEFE DE VENTAS	AGENTE VENDEDOR	CONSERJE BODEGUERO
Sueldo Básico Unificado	\$ 525,00	\$ 355,00	\$ 410,00	\$ 375,00	\$ 340,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 43,75	\$ 29,58	\$ 34,17	\$ 31,25	\$ 28,33
Décimo cuarto Sueldo	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
Vacaciones	\$ 21,88	\$ 14,79	\$ 17,08	\$ 15,63	\$ 14,17
Aportes IESS 11,15%	\$ 58,54	\$ 39,58	\$ 45,72	\$ 41,81	\$ 37,91
Aportes IECE 0,5%	\$ 2,63	\$ 1,78	\$ 2,05	\$ 1,88	\$ 1,70
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Aportes SECAP 0.5%	\$ 2,63	\$ 1,78	\$ 2,05	\$ 1,88	\$ 1,70
Líquido a Pagar	\$ 682,75	\$ 470,84	\$ 539,40	\$ 495,77	\$ 452,14
Número de obreros	1	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	\$ 682,75	\$ 470,84	\$ 539,40	\$ 495,77	\$ 452,14
TOTAL AL AÑO	\$ 8.192,95	\$ 5.650,09	\$ 6.472,78	\$ 5.949,25	\$ 5.425,72
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 31.690,79				



Cuadro N° 58

**PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN PARA EL SEGUNDO AÑO**

RUBROS/PUESTOS	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	JEFE DE VENTAS	AGENTE VENDEDOR	CONSERJE BODEGUERO
Sueldo Básico Unificado	\$ 525,00	\$ 355,00	\$ 410,00	\$ 375,00	\$ 340,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 43,75	\$ 29,58	\$ 34,17	\$ 31,25	\$ 28,33
Décimo cuarto Sueldo	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
Vacaciones	\$ 21,88	\$ 14,79	\$ 17,08	\$ 15,63	\$ 14,17
Aportes IESS 11,15%	\$ 58,54	\$ 39,58	\$ 45,72	\$ 41,81	\$ 37,91
Aportes IECE 0,5%	\$ 2,63	\$ 1,78	\$ 2,05	\$ 1,88	\$ 1,70
Fondos de Reserva	\$ 43,75	\$ 29,58	\$ 34,17	\$ 31,25	\$ 28,33
Aportes SECAP 0.5%	\$ 2,63	\$ 1,78	\$ 2,05	\$ 1,88	\$ 1,70
Líquido a Pagar	\$ 726,50	\$ 500,42	\$ 573,57	\$ 527,02	\$ 480,48
Número de obreros	1	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	\$ 726,50	\$ 500,42	\$ 573,57	\$ 527,02	\$ 480,48
TOTAL AL AÑO	\$ 8.717,95	\$ 6.005,09	\$ 6.882,78	\$ 6.324,25	\$ 5.765,72
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 33.695,79				

- **Amortización de Activos Diferidos.-** Para establecer el valor de la amortización de activos diferidos de cada año, se procede a dividir el valor total del activo diferido de cada año, que es de **3.979,50** para los **10** años de vida útil del proyecto, obteniendo como resultado de la amortización la cantidad de \$ **397,95**

**FORMULA:**

$$\text{Amortización de Activos Diferidos} = \frac{\text{Valor Total Activo Diferido}}{\text{Vida util del Proyecto}}$$

**CUADRO N.59****AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO**

<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACT. DIF.</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	\$ 3.979,50	\$ 397,95	\$ 3.581,55
2	\$ 3.581,55	\$ 397,95	\$ 3.183,60
3	\$ 3.183,60	\$ 397,95	\$ 2.785,65
4	\$ 2.785,65	\$ 397,95	\$ 2.387,70
5	\$ 2.387,70	\$ 397,95	\$ 1.989,75
6	\$ 1.989,75	\$ 397,95	\$ 1.591,80
7	\$ 1.591,80	\$ 397,95	\$ 1.193,85
8	\$ 1.193,85	\$ 397,95	\$ 795,90
9	\$ 795,90	\$ 397,95	\$ 397,95
10	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 0,00

Fuente: Cuadro N° 44

Elaborado por: La Autora

## GASTOS DE VENTA

- **Publicidad y Propaganda.-** Se basa en las cuñas publicitarias que se realizarán en la radio y avisos publicitarios, por medio de las cuales se dará a conocer el producto.

-

### CUADRO N.60

#### PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio (spot publicitario)	8	\$ 5,00	\$ 40,00	480,00
Prensa (avisos publicitarios)	8	\$ 12,00	\$ 96,00	1.152,00
TOTAL				1.632,00

**Fuente:** Diario el Zamorano, Radio Misión San Antonio

**Elaboración:** La autora

- **Activos Fijos.-** Comparten las características que no son objeto de transacciones corrientes, son tangibles, se usan a lo largo de la vida útil del proyecto y algunas de ellas se deprecian al paso del tiempo. Para este proyecto ascienden a \$ 39.061,95. A continuación de desglosan:

**CUADRO N. 61**  
**RESUMEN EN ACTIVOS FIJOS**

ACTIVOS	ANEXOS	VALOR
Maquinaria y Equipo	7	\$ 7.137,00
Vehículo	8	\$ 24.500,00
Herramientas	11	\$ 235,00
Suministros de Operación	12	\$ 320,46
Muebles y Enseres	18	\$ 2.212,00
Equipo de Oficina	19	\$ 217,40
Equipo de Computación	20	\$ 2.580,00
Subtotal		\$ 37.201,86
Imprevistos 5%		\$ 1.860,09
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 39.061,95</b>

**Fuente:** Anexos

**Elaboración:** La autora

- **Activos Diferidos.-** Este tipo de inversiones están sujetas de amortización, tienen una incidencia directa en el flujo de caja mediante una disminución de la amortización anual. Están dirigidas a cubrir costos de constitución de la empresa, los estudios y diseños definitivos, los permisos municipales, etc. En este caso, los activos diferidos ascienden a: \$ 3.979,50, los mismos que se detallan a continuación.

**CUADRO N. 62**  
**RESUMEN ACTIVOS DIFERIDOS**

ACTIVOS	VALOR
Honorarios del Abogado	\$ 260,00
Notaría	\$ 252,00
Registro Mercantil	\$ 1.150,00
Estudio de factibilidad	\$ 1.000,00
Permisos de sanidad	\$ 120,00
Permiso municipal	\$ 250,00
Gastos de Constitución	\$ 600,00
Patentes	\$ 158,00
Subtotal	\$ 3.790,00
5% de imprevistos	\$ 189,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.979,50</b>

**Fuente:** Notaría, Registro Mercantil, Abogado, Municipio

**Elaboración:** La autora

- **Capital de trabajo.**- Comúnmente definido como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para hacer funcionar una empresa. En este trabajo el capital de trabajo asciende a \$ 12.153.95, así lo demuestra el siguiente cuadro:

**CUADRO N. 63**  
**RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO**

ACTIVOS	ANEXOS	VALOR
<b>Rubros calculados para un mes de operación</b>		
Materia prima directa	3	\$ 5.171,83
Materiales indirectos	4	\$ 1.654,99
Mano de obra directa	5	\$ 921,24
Mano de obra indirecta	6	\$ 464,86
Combustible	10	\$ 62,78
Mantenimiento	13	\$ 115,84
Energía eléctrica	14	\$ 38,16
Agua Potable	15	\$ 14,55
Sueldos administrativos	17	\$ 2.640,90
Utensilios de Aseo	25	\$ 11,45
Suministros de oficina	26	\$ 9,00
Consumo telefónico	27	\$ 33,60
Arriendo	28	\$ 300,00
Publicidad y propaganda	29	\$ 136,00
Subtotal		\$ 11.575,19
Imprevistos 5%		\$ 578,76
<b>TOTAL:</b>		<b>\$ 12.153,95</b>

**Fuente:** Anexos

**Elaboración:** La autora

El total de la inversión requerida para la ejecución del presente proyecto asciende a **\$ 55.195.41**, valor que se lo desglosa a continuación en un pequeño resumen.

**CUADRO N. 64**  
**RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL**

ACTIVOS	VALOR
Activo fijo	\$ 39.061,95
Activo diferido	\$ 3.979,50
Activo circulante	\$ 12.153,95
<b>Total:</b>	<b>\$ 55.195,41</b>

**Fuente:** Cuadros 61, 62 y 63

**Elaboración:** La autora

### **FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN**

Son aquellos recursos económicos que sirven para cubrir la inversión inicial de un proyecto. En este caso se hará uso de dos clases de fuentes: las internas y las externas.

### **FUENTES INTERNAS Y FUENTES EXTERNAS**

**Fuentes internas.-** Son recursos económicos provenientes de los socios de la empresa a instalarse. En el presente caso el capital social financia el 75% de la inversión es decir \$ 41.396.56.

**Fuentes externas.-** Son recursos económicos provenientes de entidades financieras que a través de créditos ayudan a cubrir inversiones de proyectos como el presente, que será capitalizado con el 25% es decir con \$ 13.798.85.

### CUADRO N. 65

#### FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	\$ 13.798,85	25,00%
Capital social	\$ 41.396,56	75,00%
TOTAL:	\$ 55.195,41	100,00%

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento

**Elaboración:** La autora

#### Amortización

El préstamo a adquirir al Banco Nacional de Fomento para el sector productivo está dado con una tasa de interés del 11.83%, pagaderos en forma semestral durante diez años de vida que tendrá el presente proyecto.



**CUADRO N. 66**  
**AMORTIZACIÓN**

<b>CAPITAL:</b>	13.798,85	<b>PAGO:</b>	SEMESTRAL	
<b>INTERÉS:</b>	11,83%			
<b>TIEMPO:</b>	10 AÑOS			
<b>SEMESTRES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>CAPITAL RED.</b>
0				\$ 13.798,85
1	\$ 689,94	\$ 816,20	\$ 1.506,14	\$ 13.108,91
2	\$ 689,94	\$ 775,39	\$ 1.465,33	\$ 12.418,97
3	\$ 689,94	\$ 734,58	\$ 1.424,52	\$ 11.729,02
4	\$ 689,94	\$ 693,77	\$ 1.383,71	\$ 11.039,08
5	\$ 689,94	\$ 652,96	\$ 1.342,90	\$ 10.349,14
6	\$ 689,94	\$ 612,15	\$ 1.302,09	\$ 9.659,20
7	\$ 689,94	\$ 571,34	\$ 1.261,28	\$ 8.969,25
8	\$ 689,94	\$ 530,53	\$ 1.220,47	\$ 8.279,31
9	\$ 689,94	\$ 489,72	\$ 1.179,66	\$ 7.589,37
10	\$ 689,94	\$ 448,91	\$ 1.138,85	\$ 6.899,43
11	\$ 689,94	\$ 408,10	\$ 1.098,04	\$ 6.209,48
12	\$ 689,94	\$ 367,29	\$ 1.057,23	\$ 5.519,54
13	\$ 689,94	\$ 326,48	\$ 1.016,42	\$ 4.829,60
14	\$ 689,94	\$ 285,67	\$ 975,61	\$ 4.139,66
15	\$ 689,94	\$ 244,86	\$ 934,80	\$ 3.449,71
16	\$ 689,94	\$ 204,05	\$ 893,99	\$ 2.759,77
17	\$ 689,94	\$ 163,24	\$ 853,18	\$ 2.069,83
18	\$ 689,94	\$ 122,43	\$ 812,37	\$ 1.379,89
19	\$ 689,94	\$ 81,62	\$ 771,56	\$ 689,94

20	\$ 689,94	\$ 40,81	\$ 730,75	\$ 0,00
	\$ 13.798,85	\$ 8.570,12	\$ 22.368,97	

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento

**Elaboración:** La autora

## **PRESUPUESTO TOTAL**

Es un instrumento financiero para la toma de decisiones en el cual se estiman los costos en que se incurrirá en un periodo de tiempo determinado, sirve para planear y controlar.

## **COSTO PRIMO**

- Materia Prima Directa
- Materiales Indirectos
- Mano de Obra Directa
- Mano de obra indirecta

## **COSTO DE PRODUCCIÓN**

- Depreciación de Maquinaria y Equipo
- Depreciación de Vehículo
- Combustible
- Depreciación de Herramientas
- Suministro de operaciones

- Mantenimiento
- Energía eléctrica
- Agua potable
- Amortización de activos diferidos

### **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

- Sueldos de Administración
- Depreciación de Muebles y Enseres
- Depreciación de Equipo de Oficina
- Depreciación de Equipo de Computación
- Utensilios de Aseo
- Suministros de oficina
- Uso telefónico
- Arriendo

### **GASTOS DE VENTAS**

- Publicidad y propaganda

### **GASTOS FINANCIEROS**

- Intereses por préstamos

CUADRO N. 67

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS DIEZ AÑOS										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTO PRIMO</b>										
Materia Prima Directa	\$ 62.062,00	\$ 63.737,67	\$ 65.458,59	\$ 67.225,97	\$ 69.041,07	\$ 70.905,18	\$ 72.819,62	\$ 74.785,75	\$ 76.804,97	\$ 78.878,70
Materiales Indirectos	\$ 19.859,84	\$ 20.396,06	\$ 20.946,75	\$ 21.512,31	\$ 22.093,14	\$ 22.689,66	\$ 23.302,28	\$ 23.931,44	\$ 24.577,59	\$ 25.241,18
Mano de Obra Directa	\$ 11.054,87	\$ 12.065,68	\$ 12.391,45	\$ 12.726,02	\$ 13.069,62	\$ 13.422,50	\$ 13.784,91	\$ 14.157,10	\$ 14.539,34	\$ 14.931,91
Mano de obra indirecta	\$ 5.578,29	\$ 6.088,56	\$ 6.252,95	\$ 6.421,78	\$ 6.595,17	\$ 6.773,24	\$ 6.956,12	\$ 7.143,93	\$ 7.336,82	\$ 7.534,91
<b>Total costo primo</b>	<b>\$ 98.555,00</b>	<b>\$ 102.287,97</b>	<b>\$ 105.049,74</b>	<b>\$ 107.886,09</b>	<b>\$ 110.799,01</b>	<b>\$ 113.790,58</b>	<b>\$ 116.862,93</b>	<b>\$ 120.018,23</b>	<b>\$ 123.258,72</b>	<b>\$ 126.586,71</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>										
Depreciación de Maquinaria y Equipo	\$ 642,33	\$ 642,33	\$ 642,33	\$ 642,33	\$ 642,33	\$ 642,33	\$ 642,33	\$ 642,33	\$ 642,33	\$ 642,33
Depreciación de Vehículo	\$ 3.920,00	\$ 3.920,00	\$ 3.920,00	\$ 3.920,00	\$ 3.920,00	\$ 4.182,40	\$ 4.182,40	\$ 4.182,40	\$ 4.182,40	\$ 4.182,40
Combustible	\$ 753,36	\$ 773,70	\$ 794,59	\$ 816,04	\$ 838,08	\$ 860,71	\$ 883,94	\$ 907,81	\$ 932,32	\$ 957,50
Depreciación de Herramientas	\$ 21,15	\$ 21,15	\$ 21,15	\$ 21,15	\$ 21,15	\$ 21,15	\$ 21,15	\$ 21,15	\$ 21,15	\$ 21,15
Suministro de operaciones	\$ 320,46	\$ 329,11	\$ 338,00	\$ 347,12	\$ 356,50	\$ 366,12	\$ 376,01	\$ 386,16	\$ 396,59	\$ 407,29
Mantenimiento	\$ 1.390,14	\$ 1.427,67	\$ 1.466,22	\$ 1.505,81	\$ 1.546,46	\$ 1.588,22	\$ 1.631,10	\$ 1.675,14	\$ 1.720,37	\$ 1.766,82
Energía eléctrica	\$ 457,88	\$ 470,25	\$ 482,94	\$ 495,98	\$ 509,37	\$ 523,13	\$ 537,25	\$ 551,76	\$ 566,66	\$ 581,96
Agua potable	\$ 174,60	\$ 179,31	\$ 184,16	\$ 189,13	\$ 194,23	\$ 199,48	\$ 204,86	\$ 210,40	\$ 216,08	\$ 221,91
Amortización de activos diferidos	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 397,95
Imprevistos 5%	\$ 403,89	\$ 408,07	\$ 412,37	\$ 416,78	\$ 421,30	\$ 426,03	\$ 430,97	\$ 436,11	\$ 441,55	\$ 447,28
<b>Total carga proceso de fabricación</b>	<b>\$ 8.481,76</b>	<b>\$ 8.569,55</b>	<b>\$ 8.659,70</b>	<b>\$ 8.752,29</b>	<b>\$ 8.847,38</b>	<b>\$ 9.220,56</b>	<b>\$ 9.320,85</b>	<b>\$ 9.423,85</b>	<b>\$ 9.529,63</b>	<b>\$ 9.638,27</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>										
<b>ADMINISTRATIVOS</b>										
Sueldos de Administración	\$ 31.690,79	\$ 34.605,58	\$ 35.539,93	\$ 36.499,50	\$ 37.484,99	\$ 38.497,09	\$ 39.536,51	\$ 40.603,99	\$ 41.700,30	\$ 42.826,21
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 199,08	\$ 199,08	\$ 199,08	\$ 199,08	\$ 199,08	\$ 199,08	\$ 199,08	\$ 199,08	\$ 199,08	\$ 199,08
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 19,57	\$ 19,57	\$ 19,57	\$ 19,57	\$ 19,57	\$ 19,57	\$ 19,57	\$ 19,57	\$ 19,57	\$ 19,57
Depre. de Equipo de Computación	\$ 573,36	\$ 573,36	\$ 573,36	\$ 633,37	\$ 633,37	\$ 633,37	\$ 736,70	\$ 736,70	\$ 736,70	\$ 860,04
Utensilios de Aseo	\$ 137,41	\$ 141,12	\$ 144,93	\$ 148,84	\$ 152,86	\$ 156,99	\$ 161,23	\$ 165,58	\$ 170,05	\$ 174,64
Suministros de oficina	\$ 107,95	\$ 110,86	\$ 113,86	\$ 116,93	\$ 120,09	\$ 123,33	\$ 126,66	\$ 130,08	\$ 133,59	\$ 137,20
Uso telefónico	\$ 403,20	\$ 414,09	\$ 425,27	\$ 436,75	\$ 448,54	\$ 460,65	\$ 473,09	\$ 485,86	\$ 498,98	\$ 512,45
Arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.697,20	\$ 3.797,02	\$ 3.899,54	\$ 4.004,83	\$ 4.112,96	\$ 4.224,01	\$ 4.338,06	\$ 4.455,19	\$ 4.575,48
Imprevistos 5%	\$ 1.836,57	\$ 1.988,04	\$ 2.040,65	\$ 2.097,68	\$ 2.153,17	\$ 2.210,15	\$ 2.273,84	\$ 2.333,95	\$ 2.395,67	\$ 2.465,23
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$ 38.567,93</b>	<b>\$ 41.748,90</b>	<b>\$ 42.853,67</b>	<b>\$ 44.051,26</b>	<b>\$ 45.216,49</b>	<b>\$ 46.413,18</b>	<b>\$ 47.750,69</b>	<b>\$ 49.012,88</b>	<b>\$ 50.309,14</b>	<b>\$ 51.769,91</b>
<b>VENTAS</b>										
Publicidad y propaganda	\$ 1.632,00	\$ 1.676,06	\$ 1.721,32	\$ 1.767,79	\$ 1.815,52	\$ 1.864,54	\$ 1.914,89	\$ 1.966,59	\$ 2.019,69	\$ 2.074,22
Imprevistos 5%	\$ 81,60	\$ 83,80	\$ 86,07	\$ 88,39	\$ 90,78	\$ 93,23	\$ 95,74	\$ 98,33	\$ 100,98	\$ 103,71
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>\$ 1.713,60</b>	<b>\$ 1.759,87</b>	<b>\$ 1.807,38</b>	<b>\$ 1.856,18</b>	<b>\$ 1.906,30</b>	<b>\$ 1.957,77</b>	<b>\$ 2.010,63</b>	<b>\$ 2.064,92</b>	<b>\$ 2.120,67</b>	<b>\$ 2.177,93</b>
<b>FINANCIEROS</b>										
Intereses por préstamo	\$ 1.591,59	\$ 1.428,35	\$ 1.265,11	\$ 1.101,87	\$ 938,63	\$ 775,39	\$ 612,15	\$ 448,91	\$ 285,67	\$ 122,43
<b>Total gastos financieros</b>	<b>\$ 1.591,59</b>	<b>\$ 1.428,35</b>	<b>\$ 1.265,11</b>	<b>\$ 1.101,87</b>	<b>\$ 938,63</b>	<b>\$ 775,39</b>	<b>\$ 612,15</b>	<b>\$ 448,91</b>	<b>\$ 285,67</b>	<b>\$ 122,43</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 148.909,89</b>	<b>\$ 155.794,64</b>	<b>\$ 159.635,61</b>	<b>\$ 163.647,70</b>	<b>\$ 167.707,82</b>	<b>\$ 172.157,49</b>	<b>\$ 176.557,25</b>	<b>\$ 180.968,78</b>	<b>\$ 185.503,83</b>	<b>\$ 190.295,24</b>

Proyección de los costos con una tasa anual de 2.70 % es la inflación anual de diciembre 2013 -2012, según el B.C.E.

**Fuente:** Cuadros: Anexos

**Elaboración:** La autora

## **COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN**

Es aquel costo que tiene un producto sin ninguna utilidad., para obtener el costo unitario de producción de los chocolates en polvo por libra se ha utilizado la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$\text{C.U.P} = \frac{\text{Costo total}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

Número de unidades producidas

### **Año 1**

$$\text{C.U.P} = \$ \underline{148.909.89}$$

$$\$ 90.272$$

$$\text{C.P.U} = \$ 1.65$$

## **PRECIO UNITARIO DE VENTA**

Es el precio que se lo obtiene agregando la utilidad al costo unitario de producción. Para este proyecto se tiene el siguiente precio:

$$\text{P.U.V.} = \text{Costo unitario de producción} + \text{utilidad}$$

$$\text{P.U.V.} = \$ 1.65 + 20\% = \text{USD } \$ 1.98$$

El precio unitario de venta de la libra de chocolate en polvo para los diez años de vida útil es el siguiente:

CUADRO N. 68

## PRECIO UNITARIOS DE LA LIBRA DE CHOCOLATE EN POLVO

Denominación	Año 1 Total anual	Año 2 Total anual	Año 3 Total anual	Año 4 Total anual	Año 5 Total anual	Año 6 Total anual	Año 7 Total anual	Año 8 Total anual	Año 9 Total anual	Año 10 Total anual
Total de costos	\$ 148.909,89	\$ 155.794,64	\$ 159.635,61	\$ 163.647,70	\$ 167.707,82	\$ 172.157,49	\$ 176.557,25	\$ 180.968,78	\$ 185.503,83	\$ 190.295,24
Número de libras de chocolate en polvo	\$ 90.272	\$ 90.272	\$ 90.272	\$ 95.914	\$ 95.914	\$ 95.914	\$ 101.556	\$ 101.556	\$ 101.556	\$ 107.198
Costo unitario del producto	\$ 1,65	\$ 1,73	\$ 1,77	\$ 1,71	\$ 1,75	\$ 1,79	\$ 1,74	\$ 1,78	\$ 1,83	\$ 1,78
Margen de utilidad	20%	20%	20%	30%	30%	30%	40%	40%	40%	50%
Precio de venta de chocolate en polvo	\$ 1,98	\$ 2,07	\$ 2,12	\$ 2,22	\$ 2,27	\$ 2,33	\$ 2,43	\$ 2,49	\$ 2,56	\$ 2,66

Fuente: Cuadros: 36 y 67

Elaboración: La autora

## **COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

Se desglosan los costos totales en fijos y variables con la finalidad de calcular el punto de equilibrio:

**Costos Fijos.-** Son aquellos que se mantienen constantes durante el período 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.

**Costos Variables.-** Son aquellas que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

Se describe a continuación los costos fijos y variables de tres años: uno, cinco y diez.

CUADRO N. 69

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS AÑOS 1, 5 Y 10						
DESCRIPCION	ANO 1		ANO 5		ANO 10	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
<b>COSTO PRIMO</b>						
Materia Prima Directa		\$ 62.062,00		\$ 69.041,07		\$ 78.878,70
Materiales Indirecto		\$ 19.859,84		\$ 22.093,14		\$ 25.241,18
Mano de Obra Directa		\$ 11.054,87		\$ 13.069,62		\$ 14.931,91
Mano de obra indirecta	\$ 5.578,29		\$ 6.595,17		\$ 7.534,91	
<b>Total costo primo</b>	<b>\$ 5.578,29</b>	<b>\$ 92.976,71</b>	<b>\$ 6.595,17</b>	<b>\$ 104.203,84</b>	<b>\$ 7.534,91</b>	<b>\$ 119.051,79</b>
<b>COSTO PROCESO PRODUCCION</b>						
Depreciación de Maquinaria y Equipo	\$ 642,33		\$ 642,33		\$ 642,33	
Depreciación de Vehículo	\$ 3.920,00		\$ 3.920,00		\$ 4.182,40	
Combustible	\$ 753,36		\$ 838,08		\$ 957,50	
Depreciación de Herramientas	\$ 21,15		\$ 21,15		\$ 21,15	
Suministro de operaciones	\$ 320,46		\$ 356,50		\$ 407,29	
Mantenimiento	\$ 1.390,14		\$ 1.546,46		\$ 1.766,82	
Energía eléctrica		\$ 457,88		\$ 509,37		\$ 581,96
Agua potable		\$ 174,60		\$ 194,23		\$ 221,91
Amortización de activos diferidos	\$ 397,95		\$ 397,95		\$ 397,95	
Imprevistos 5%	\$ 403,89		\$ 421,30		\$ 458,97	
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>\$ 7.849,28</b>	<b>\$ 632,48</b>	<b>\$ 8.143,77</b>	<b>\$ 703,61</b>	<b>\$ 8.834,40</b>	<b>\$ 803,87</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>						
<b>ADMINISTRATIVOS</b>						
Sueldos de Admiistración	\$ 31.690,79		\$ 37.484,99		\$ 42.826,21	
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 199,08		\$ 199,08		\$ 199,08	
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 19,57		\$ 19,57		\$ 19,57	
Depre. de Equipo de Computación	\$ 573,36		\$ 633,37		\$ 860,04	
Utensilios de Aseo	\$ 137,41		\$ 152,86		\$ 174,64	
Suministros de oficina	\$ 107,95		\$ 120,09		\$ 137,20	
Uso telefónico	\$ 403,20		\$ 448,54		\$ 512,45	
Arriendo		\$ 3.600,00		\$ 4.004,83		\$ 4.575,48
Imprevistos 5%	\$ 1.836,57		\$ 2.153,17		\$ 2.465,23	
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$ 34.967,93</b>	<b>\$ 3.600,00</b>	<b>\$ 41.211,66</b>	<b>\$ 4.004,83</b>	<b>\$ 47.194,43</b>	<b>\$ 4.575,48</b>
<b>VENTAS</b>						
Publicidad y propaganda	\$ 1.632,00		\$ 1.815,52		\$ 2.074,22	
Imprevistos 5%	\$ 81,60		\$ 90,78		\$ 103,71	
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>\$ 1.713,60</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 1.906,30</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 2.177,93</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>FINANCIEROS</b>						
Intereses por préstamo	\$ 1.591,59		\$ 938,63		\$ 122,43	
<b>Total gastos financieros</b>	<b>\$ 1.591,59</b>		<b>\$ 938,63</b>		<b>\$ 122,43</b>	
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 51.700,69</b>	<b>\$ 97.209,19</b>	<b>\$ 58.795,53</b>	<b>\$ 108.912,28</b>	<b>\$ 65.864,10</b>	<b>\$ 124.431,14</b>
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	\$ 148.909,89		\$ 167.707,82		\$ 190.295,24	

Fuente: Cuadro 67

Elaboración: La autora



## INGRESOS

Para llegar a obtener los ingresos del presente proyecto, se los obtiene mediante las ventas del chocolate en polvo por libras. Para determinar los ingresos se multiplica el número de unidades a producir por el precio de venta.

Así se lo detalla en el siguiente cuadro:

### CUADRO N. 70

#### INGRESO POR VENTAS

AÑOS	Nro. libras de chocolate en polvo	Precio de venta	Ingreso por ventas
1	90.272	\$ 1,98	\$ 178.691,86
2	90.272	\$ 2,07	\$ 186.953,56
3	90.272	\$ 2,12	\$ 191.562,73
4	95.914	\$ 2,22	\$ 212.742,01
5	95.914	\$ 2,27	\$ 218.020,16
6	95.914	\$ 2,33	\$ 223.804,73
7	101.556	\$ 2,43	\$ 247.180,15
8	101.556	\$ 2,49	\$ 253.356,29
9	101.556	\$ 2,56	\$ 259.705,36
10	107.198	\$ 2,66	\$ 285.442,86

**Fuente:** Cuadro N° 36 y 68.

**Elaboración:** La autora

## **PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de actividad en el cual los ingresos igualan a los costos y gastos totales, y en el que la utilidad es igual a cero. En otras palabras, aquel punto medido en unidades de producción y venta o valor de esas ventas, en el cual empresa ha recuperado su inversión y puede empezar a generar ganancias.

Se representa el punto de equilibrio del año 1, 5 y 10.

**Primer año****1. Método matemático****a. En función de las ventas**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{\$ 51.700,69}{\$ 1,00 - \frac{\$ 97.209,19}{\$ 178.691,86}}$$

$$PE = \frac{\$ 51.700,69}{\$ 1,00 - 0,54}$$

$$PE = \frac{\$ 51.700,69}{\$ 0,46}$$

$$PE = \$ 113.379,85$$

**b. En función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 51.700,69}{\$ 178.691,86 - \$ 97.209,19} \times 100$$

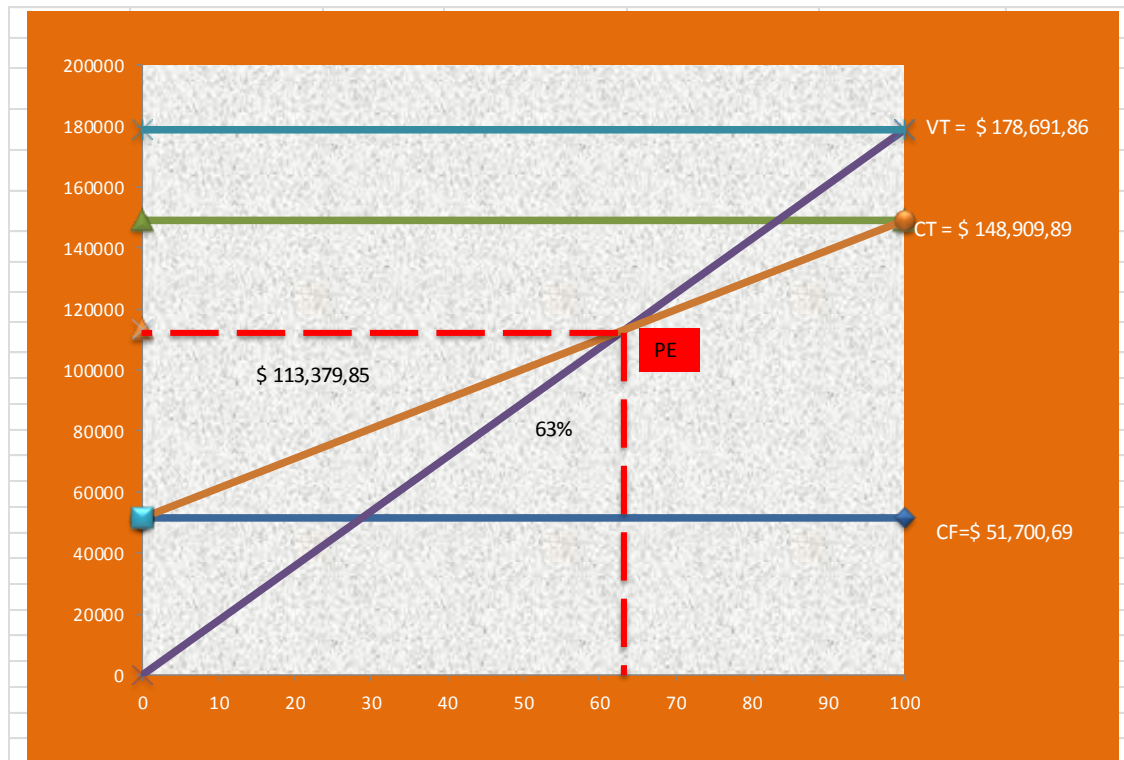
$$PE = \frac{\$ 51.700,69}{\$ 81.482,67} \times 100$$

$$PE = 0,63 \times 100$$

$$PE = 63 \%$$

## 2. Método gráfico

GRAFICO 38



### Análisis:

La gráfica muestra que el punto de equilibrio se obtendrá cuando se venda \$ 113.379.85 utilizando para ello un 63% de la capacidad instalada. Aquí la empresa ni gana ni pierde, en caso de querer obtener ganancias debe vender más y utilizar mayor capacidad instalada; y en caso de obtener pérdidas significa que la empresa está vendiendo menos de lo establecido porque también utiliza una capacidad de producción menor.

## Quinto año

### 1. Método matemático

#### a. En función de las ventas

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{\$ 58.795,53}{1 - \frac{\$ 108.912,28}{\$ 218.020,16}}$$

$$PE = \frac{\$ 58.795,53}{1 - 0,50}$$

$$PE = \frac{\$ 58.795,53}{\$ 0,50}$$

$$\$ 117.485,67$$

#### b. En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 58.795,53}{\$ 218.020,16 - \$ 108.912,28} \times 100$$

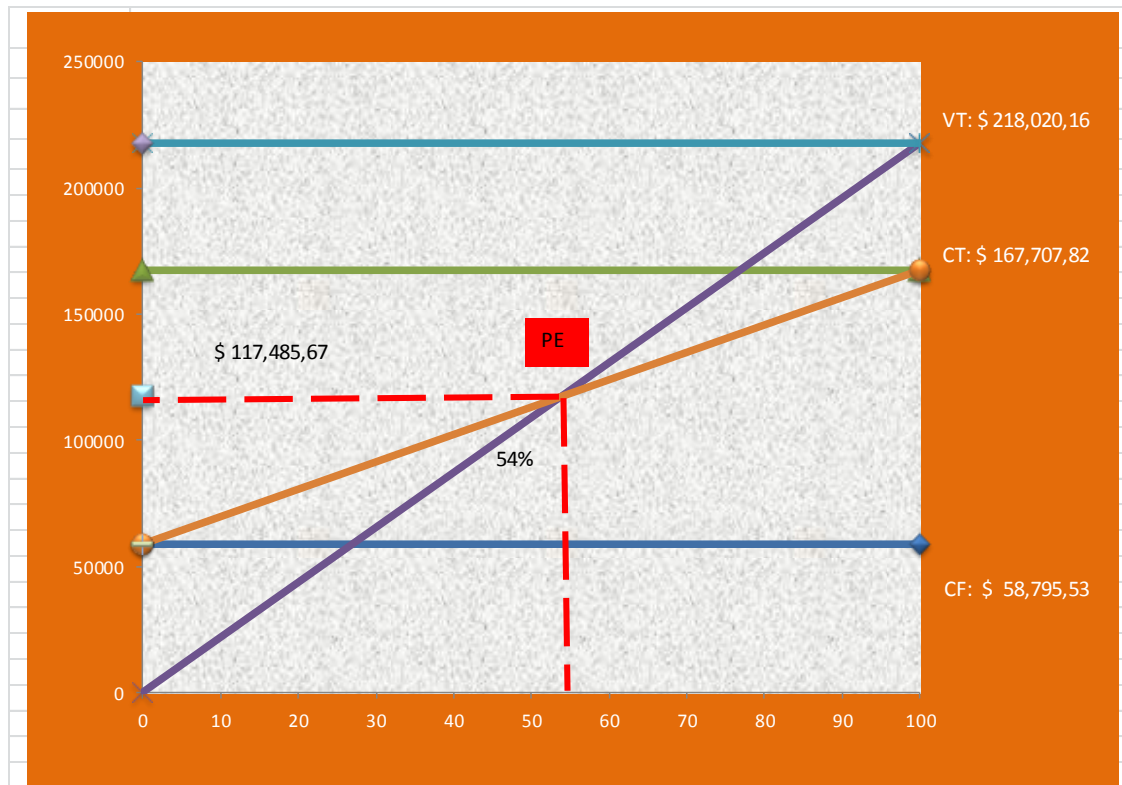
$$PE = \frac{\$ 58.795,53}{\$ 109.107,88} \times 100$$

$$PE = \$ 0,54 \times 100$$

$$PE = 54 \%$$

### 2. Método gráfico

GRAFICO 22



### Análisis:

La gráfica muestra que el punto de equilibrio se obtendrá cuando se venda \$ 117.485.67 utilizando para ello un 54% de la capacidad instalada. Aquí la empresa ni gana ni pierde, en caso de querer obtener ganancias debe vender más y utilizar mayor capacidad instalada; y en caso de obtener pérdidas significa que la empresa está vendiendo menos de lo establecido porque también utiliza una capacidad de producción menor.

**Décimo año****1. Método matemático****a. En función de las ventas**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{\$ 65.864,10}{1 - \frac{\$ 124.431,14}{\$ 285.442,86}}$$

$$PE = \frac{\$ 65.864,10}{1 - 0,44}$$

$$PE = \frac{\$ 65.864,10}{\$ 0,56}$$

$$PE = \$ 116.764,40$$

**b. En función de la capacidad instalada**

$$PE = \frac{\$ 65.864,10}{\$ 285.442,86 - \$ 124.431,14} \times 100$$

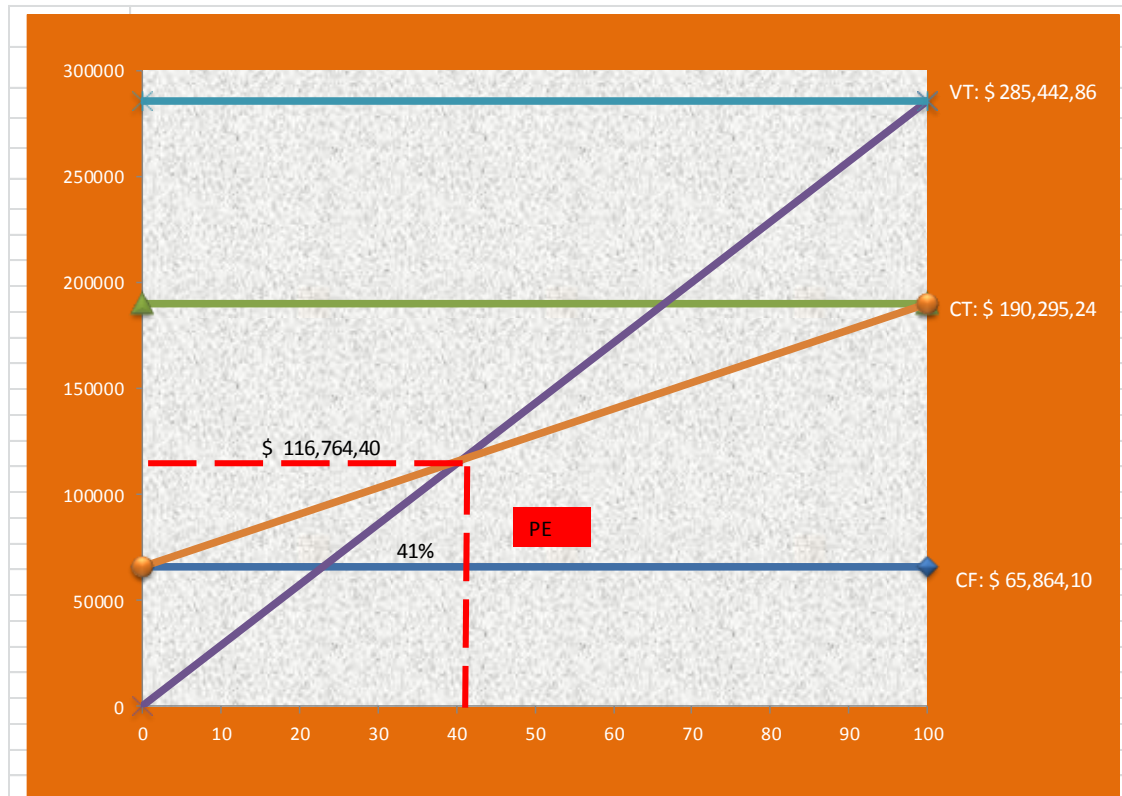
$$PE = \frac{\$ 65.864,10}{\$ 161.011,72} \times 100$$

$$PE = \$ 0,41 \times 100$$

$$PE = 41 \%$$

## 2. Método gráfico

GRAFICO 40



### Análisis:

La gráfica muestra que el punto de equilibrio se obtendrá cuando se venda \$ 116.764.40 utilizando para ello un 41% de la capacidad instalada. Aquí la empresa ni gana ni pierde, en caso de querer obtener ganancias debe vender más y utilizar mayor capacidad instalada; y en caso de obtener pérdidas significa que la empresa está vendiendo menos de lo establecido porque también utiliza una capacidad de producción menor.



## **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

Este estado de pérdidas y ganancias tiene la finalidad de llegar a determinar la utilidad líquida luego de haber pagado todos los impuestos y reserva legal.

En este proyecto se obtuvo los siguientes resultados:

- Las ventas estimadas para el periodo de vida útil del proyecto, como única fuente de ingresos.
- A estos ingresos se les resta los costos de producción, obteniéndose la utilidad bruta en ventas.
- La utilidad menos la operaciones (15%) el reparto a trabajadores, según lo determina la ley, quedando la utilidad antes del pago de impuestos.
- Menos el impuesto a la renta (25 %), resultando la utilidad neta del ejercicio.
- Menos (10%) de reservas legal
- Finalmente se obtiene la utilidad neta.

## CUADRO N. 71

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	<b>Ingreso por ventas</b>	\$ 178.691,86	\$ 186.953,56	\$ 191.562,73	\$ 212.742,01	\$ 218.020,16	\$ 223.804,73	\$ 247.180,15	\$ 253.356,29	\$ 259.705,36	\$ 285.442,86
-	Costos total	\$ 148.909,89	\$ 155.794,64	\$ 159.635,61	\$ 163.647,70	\$ 167.707,82	\$ 172.157,49	\$ 176.557,25	\$ 180.968,78	\$ 185.503,83	\$ 190.295,24
=	Utilidad bruta en ventas	\$ 29.781,98	\$ 31.158,93	\$ 31.927,12	\$ 49.094,31	\$ 50.312,34	\$ 51.647,25	\$ 70.622,90	\$ 72.387,51	\$ 74.201,53	\$ 95.147,62
-	15% utilidad a trabajadores	\$ 4.467,30	\$ 4.673,84	\$ 4.789,07	\$ 7.364,15	\$ 7.546,85	\$ 7.747,09	\$ 10.593,44	\$ 10.858,13	\$ 11.130,23	\$ 14.272,14
=	Utilidad antes de Imp. a la renta	\$ 25.314,68	\$ 26.485,09	\$ 27.138,05	\$ 41.730,16	\$ 42.765,49	\$ 43.900,16	\$ 60.029,47	\$ 61.529,39	\$ 63.071,30	\$ 80.875,48
-	25% Impuesto a la renta	\$ 6.328,67	\$ 6.621,27	\$ 6.784,51	\$ 10.432,54	\$ 10.691,37	\$ 10.975,04	\$ 15.007,37	\$ 15.382,35	\$ 15.767,83	\$ 20.218,87
=	Utilidad neta del ejercicio	\$ 18.986,01	\$ 19.863,82	\$ 20.353,54	\$ 31.297,62	\$ 32.074,12	\$ 32.925,12	\$ 45.022,10	\$ 46.147,04	\$ 47.303,48	\$ 60.656,61
-	10% de reserva legal	\$ 1.898,60	\$ 1.986,38	\$ 2.035,35	\$ 3.129,76	\$ 3.207,41	\$ 3.292,51	\$ 4.502,21	\$ 4.614,70	\$ 4.730,35	\$ 6.065,66
=	Utilidad líquida	\$ 17.087,41	\$ 17.877,43	\$ 18.318,19	\$ 28.167,86	\$ 28.866,71	\$ 29.632,61	\$ 40.519,89	\$ 41.532,34	\$ 42.573,13	\$ 54.590,95

Fuente: Cuadros: 67 y 70

Elaboración: La autora

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

Tiene la finalidad de llegar a comprobar la rentabilidad o no de un proyecto para lo cual hace uso de varios criterios de valuación como: VAN, TIR RB/C, PERIO DE RECUPERACIÓN, ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

## **FLUJO DE CAJA**

El flujo de caja se constituye el documento básico para realizar la valuación financiera, es elaborado a base de todos los ingresos es decir las ventas y el valor residual, así como también por los egresos compuestos por los costos y reparto de utilidades.

**CUADRO N. 72**  
**FLUJO DE CAJA**

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>											
Ventas		\$ 178.691,86	\$ 186.953,56	\$ 191.562,73	\$ 212.742,01	\$ 218.020,16	\$ 223.804,73	\$ 247.180,15	\$ 253.356,29	\$ 259.705,36	\$ 285.442,86
Crédito Banco de Fomento	\$ 13.798,85										
Capital propio	\$ 41.396,56										
Valor de rescate				\$ 859,91		\$ 4.900,00	\$ 949,91			\$ 1.104,89	\$ 7.498,01
<b>Total de ingresos</b>	\$ 55.195,41	\$ 178.691,86	\$ 186.953,56	\$ 192.422,64	\$ 212.742,01	\$ 222.920,16	\$ 224.754,64	\$ 247.180,15	\$ 253.356,29	\$ 260.810,25	\$ 292.940,87
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijo	\$ 39.061,95				\$ 2.850,00		\$ 26.140,00	\$ 3.315,00			\$ 3.870,00
Activo Diferido	\$ 3.979,50										
Activo Circulante	\$ 12.153,95										
Presupuesto de operación		\$ 148.909,89	\$ 155.794,64	\$ 159.635,61	\$ 166.497,70	\$ 167.707,82	\$ 198.297,49	\$ 179.872,25	\$ 180.968,78	\$ 185.503,83	\$ 194.165,24
- Depreciación y Amortizac.		\$ 5.773,44	\$ 5.773,44	\$ 5.773,44	\$ 5.833,44	\$ 5.833,44	\$ 6.095,84	\$ 6.199,18	\$ 6.199,18	\$ 6.199,18	\$ 6.322,52
- Amortización de capital		\$ 1.379,89	\$ 1.379,89	\$ 1.379,89	\$ 1.379,89	\$ 1.379,89	\$ 1.379,89	\$ 1.379,89	\$ 1.379,89	\$ 1.379,89	\$ 1.379,89
<b>Total de egresos</b>	\$ 55.195,41	\$ 141.756,56	\$ 148.641,31	\$ 152.482,29	\$ 159.284,37	\$ 160.494,49	\$ 190.821,76	\$ 172.293,19	\$ 173.389,72	\$ 177.924,77	\$ 186.462,84
<b>FLUJO DE CAJA</b>	\$ 0,00	\$ 36.935,30	\$ 38.312,25	\$ 39.940,36	\$ 53.457,64	\$ 62.425,67	\$ 33.932,88	\$ 74.886,96	\$ 79.966,58	\$ 82.885,49	\$ 106.478,03

Fuente: Cuadros: 67 y 70

Elaboración: La autora

Existe una reinversión en los años 4, 7 y 10 del equipo de computación; y en el año 6 del vehículo.

## VALOR ACTUAL NETO

El VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

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, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Este criterio plantea:

VAN > 0 = Financiamiento conveniente

VAN = 0 = Financiamiento indiferente

VAN < 0 = Financiamiento inconveniente

- El factor de actualización se calcula con la siguiente fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Dónde: i = interés

n = años

**CUADRO N. 73**  
**VALOR ACTUAL NETO**

VIDA ÚTIL	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO DE CAJA	FACTOR ACTUAL 10,21%	FLUJO NETO ACTUAL
0	55.195,41			
1		\$ 36.935,30	\$ 0,89	\$ 33.028,08
2		\$ 38.312,25	\$ 0,80	\$ 30.635,22
3		\$ 39.940,36	\$ 0,72	\$ 28.558,60
4		\$ 53.457,64	\$ 0,64	\$ 34.180,35
5		\$ 62.425,67	\$ 0,57	\$ 35.692,06
6		\$ 33.932,88	\$ 0,51	\$ 17.348,85
7		\$ 74.886,96	\$ 0,46	\$ 34.237,18
8		\$ 79.966,58	\$ 0,41	\$ 32.692,03
9		\$ 82.885,49	\$ 0,37	\$ 30.300,76
10		\$ 106.478,03	\$ 0,33	\$ 34.807,82
<b>Total</b>				<b>\$ 311.480,95</b>

**Fuente:** Cuadro 72

**Elaboración:** La autora

$VAN = \text{Sumatoria VAN} - \text{Inversión inicial}$

$VAN = 311.480,95 - 55.195,41$

$VAN = 256.285,54$

**Resultado:** El VAN del proyecto es de \$ 256.285,54 por lo que se acepta el proyecto, ya que es mayor a la inversión inicial.

## TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa de descuento que hace que la actualización de los flujos netos de caja sean igual al Valor Actual de los flujos de inversión. Es el método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.

La TIR establece la siguiente regla de decisión:

TIR	>	k (costo de capital)	=	Se acepta el proyecto
TIR	=	k	=	Es indiferente
TIR	<	k	=	Se rechaza

Se utiliza primero la siguiente fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Luego se utiliza la fórmula para obtener la TIR

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

**CUADRO N. 74**  
**TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		<b>74,00%</b>		<b>75,00%</b>	
0	<b>-\$ 55.195,41</b>		<b>-\$ 55.195,41</b>		<b>-\$ 55.195,41</b>
1	\$ 36.935,30	0,574713	\$ 21.227,18	0,571429	\$ 21.105,89
2	\$ 38.312,25	0,330295	\$ 12.654,33	0,326531	\$ 12.510,12
3	\$ 39.940,36	0,189824	\$ 7.581,66	0,186589	\$ 7.452,43
4	\$ 53.457,64	0,109095	\$ 5.831,94	0,106622	\$ 5.699,77
5	\$ 62.425,67	0,062698	\$ 3.913,97	0,060927	\$ 3.803,41
6	\$ 33.932,88	0,036033	\$ 1.222,71	0,034815	\$ 1.181,39
7	\$ 74.886,96	0,020709	\$ 1.550,82	0,019895	\$ 1.489,84
8	\$ 79.966,58	0,011902	\$ 951,73	0,011368	\$ 909,08
9	\$ 82.885,49	0,006840	\$ 566,94	0,006496	\$ 538,44
10	\$ 106.478,03	0,003931	\$ 418,57	0,003712	\$ 395,26
			\$ 724,44		-\$ 109,78

Fuente: Cuadro 73

Elaboración: Las autora

	$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$			
TIR =	74	+	1	724,44
				-109,78
TIR =	74,00	+	1	0,87
TIR	74,87			

**Resultado:** El proyecto se acepta, debido a que el 74.87% supera ampliamente a la tasa de oportunidad que es de 11.83%



## PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial. Para este proyecto se calcula de la siguiente forma:

**CUADRO N. 75**

### PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO
0	\$ 55.195,41	
1		\$ 36.935,30
2		\$ 38.312,25
3		\$ 39.940,36
4		\$ 53.457,64
5		\$ 62.425,67
6		\$ 33.932,88
7		\$ 74.886,96
8		\$ 79.966,58
9		\$ 82.885,49
10		\$ 106.478,03
	TOTAL	\$ 609.221,16

Fuente: Cuadro 72

Elaboración: La autora

FLUJO NETO - INVERSION	
P.R.C. = -----	
FLUJO NETO (Ultimo año)	

$$P.R.C. = \frac{609.221.16}{106.478.03} - \frac{-55.195.41}{106.478.03}$$

$$P.R.C. = 5.20 \text{ Años}$$

$$\text{Meses} = 0,20 \times 12 = 2,40 = 2 \text{ meses}$$

$$\text{Días} = 0,40 \times 30 = 12 = 12 \text{ días}$$

**Resultado:** El período de recuperación del capital es de 5 años, 2 meses y 12 días.

## RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Viene a ser el índice de valor actual, ésta relación compara, a base de razones, el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual del desembolso original y de cualquier otro que se haga en el futuro, dividiendo el primero por el segundo,

El criterio de este valuator financiero es:

$B/C > 1 =$  Acepta el proyecto

$B/C = 1 =$  Es indiferente

$B/C < 1 =$  Rechaza el proyecto

Fórmula:

$$RB/C = \frac{BA}{CA}$$

Dónde:

BA = Beneficios actualizados

CA = Costos actualizados

**CUADRO N. 76**  
**RELACIÓN BENEFICIO / COSTO**

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		<b>11,83%</b>			<b>11,83%</b>	
1	\$ 148.909,89	0,89421	\$ 133.157,37	\$ 178.691,86	0,89421	159.788,84
2	\$ 155.794,64	0,79962	\$ 124.576,42	\$ 186.953,56	0,79962	149.491,71
3	\$ 159.635,61	0,71503	\$ 114.144,45	\$ 192.422,64	0,71503	137.588,20
4	\$ 166.497,70	0,63939	\$ 106.457,17	\$ 212.742,01	0,63939	136.025,38
5	\$ 167.707,82	0,57175	\$ 95.887,43	\$ 222.920,16	0,57175	127.455,25
6	\$ 198.297,49	0,51127	\$ 101.383,49	\$ 224.754,64	0,51127	114.910,23
7	\$ 179.872,25	0,45718	\$ 82.234,85	\$ 247.180,15	0,45718	113.006,99
8	\$ 180.968,78	0,40882	\$ 73.983,87	\$ 253.356,29	0,40882	103.577,42
9	\$ 185.503,83	0,36557	\$ 67.815,34	\$ 260.810,25	0,36557	95.345,40
10	\$ 194.165,24	0,32690	\$ 63.472,88	\$ 292.940,87	0,32690	95.762,77
	TOTAL COSTO :		<b>\$ 963.113,28</b>	TOTAL INGRESO:		<b>1.232.952,20</b>

Fuente: Cuadro N° 72

Elaboración: La autora

	INGRESO ACTUALIZADO	\$ 1.232.952,20	
RELACION BENEFICIO COSTO =			<b>1,28</b>
	COSTO ACTUALIZADO	\$ 963.113,28	

**Resultado:** Por cada dólar invertido hay 28 centavos de utilidad en la empresa.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

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. Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento en los costos y una disminución en los ingresos.

Criterio a tomar a consideración:

AS	> 1	=	Proyecto es sensible
AS	= 1	=	No ocurre ningún efecto
AS	< 1	=	Proyecto no es sensible

### Fórmulas:

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

TIR del proyecto = TIR del proyecto – nueva TIR

% de variación =  $\frac{\text{Diferencia de la TIR}}{\text{TIR del proyecto}} \times 100$

TIR del proyecto

% de sensibilidad =  $\frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva TIR}}$

Nueva TIR

**CUADRO N. 77****ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 8,52% EN LOS COSTOS**

AÑOS	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
	ORIGINAL	ORIGINAL		FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		8,52%			42,00%		43,00%	
						-\$ 55.195,41		-\$ 55.195,41
1	\$ 148.909,89	\$ 161.597,01	\$ 178.691,86	\$ 17.094,85	0,70423	\$ 12.038,63	0,69930	\$ 11.954,44
2	\$ 155.794,64	\$ 169.068,34	\$ 186.953,56	\$ 17.885,22	0,49593	\$ 8.869,88	0,48902	\$ 8.746,26
3	\$ 159.635,61	\$ 173.236,56	\$ 192.422,64	\$ 19.186,08	0,34925	\$ 6.700,72	0,34197	\$ 6.561,12
4	\$ 166.497,70	\$ 180.683,30	\$ 212.742,01	\$ 32.058,71	0,24595	\$ 7.884,83	0,23914	\$ 7.666,58
5	\$ 167.707,82	\$ 181.996,52	\$ 222.920,16	\$ 40.923,64	0,17320	\$ 7.088,14	0,16723	\$ 6.843,75
6	\$ 198.297,49	\$ 215.192,43	\$ 224.754,64	\$ 9.562,20	0,12197	\$ 1.166,35	0,11695	\$ 1.118,26
7	\$ 179.872,25	\$ 195.197,37	\$ 247.180,15	\$ 51.982,78	0,08590	\$ 4.465,20	0,08178	\$ 4.251,16
8	\$ 180.968,78	\$ 196.387,32	\$ 253.356,29	\$ 56.968,97	0,06049	\$ 3.446,13	0,05719	\$ 3.257,99
9	\$ 185.503,83	\$ 201.308,76	\$ 260.810,25	\$ 59.501,50	0,04260	\$ 2.534,74	0,03999	\$ 2.379,60
10	\$ 194.165,24	\$ 210.708,12	\$ 292.940,87	\$ 82.232,75	0,03000	\$ 2.466,96	0,02797	\$ 2.299,77
						<b>\$ 1.466,17</b>		<b>-\$ 116,47</b>

Fuente: Cuadros: 72

Elaboración: La autora

$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$			
TIR =	42 +	1.466,17	
		1.466,17	-116,47
TIR =	42,00 +	0,93	
TIR	42,93		
	<b>NTIR = 42,93</b>		<b>TIR DEL PROYECTO 74,87</b>
<b>1)</b>	<b>DIFERENCIA DE TIR</b>	<b>2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN</b>	<b>3) SENSIBILIDAD</b>
Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir		% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100	Sensib. = % Var./ Nueva Tir
Dif.Tir.=	<b>31,94</b>	% Var. = <b>42,66%</b>	Sensibilidad = <b>0,99</b>

CUADRO N. 78

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 6,88% EN LOS INGRESOS								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			6,88%		43,00%		44,00%	
						-\$ 55.195,41		-\$ 55.195,41
1	\$ 148.909,89	\$ 178.691,86	\$ 166.397,86	\$ 17.487,98	0,6993	\$ 12.229,35	0,6944	\$ 12.144,43
2	\$ 155.794,64	\$ 186.953,56	\$ 174.091,16	\$ 18.296,52	0,4890	\$ 8.947,39	0,4823	\$ 8.823,55
3	\$ 159.635,61	\$ 192.422,64	\$ 179.183,97	\$ 19.548,36	0,3420	\$ 6.685,01	0,3349	\$ 6.546,71
4	\$ 166.497,70	\$ 212.742,01	\$ 198.105,36	\$ 31.607,66	0,2391	\$ 7.558,72	0,2326	\$ 7.350,93
5	\$ 167.707,82	\$ 222.920,16	\$ 207.583,25	\$ 39.875,44	0,1672	\$ 6.668,46	0,1615	\$ 6.440,11
6	\$ 198.297,49	\$ 224.754,64	\$ 209.291,52	\$ 10.994,03	0,1169	\$ 1.285,70	0,1122	\$ 1.233,05
7	\$ 179.872,25	\$ 247.180,15	\$ 230.174,16	\$ 50.301,91	0,0818	\$ 4.113,70	0,0779	\$ 3.917,84
8	\$ 180.968,78	\$ 253.356,29	\$ 235.925,38	\$ 54.956,60	0,0572	\$ 3.142,91	0,0541	\$ 2.972,49
9	\$ 185.503,83	\$ 260.810,25	\$ 242.866,51	\$ 57.362,68	0,0400	\$ 2.294,06	0,0376	\$ 2.154,60
10	\$ 194.165,24	\$ 292.940,87	\$ 272.786,54	\$ 78.621,30	0,0280	\$ 2.198,77	0,0261	\$ 2.050,76
						<b>-\$ 71,34</b>		<b>-\$ 1.560,93</b>

Fuente: Cuadros: 72

Elaboración: La autora

$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$								
TIR =		43 +		-71,34				
				-71,34		-1.560,93		
TIR =	43,00	+		0,05				
TIR	42,95							
		<b>NTIR =</b>	<b>42,95</b>				<b>TIR DEL PROYECTO</b>	<b>74,87</b>
<b>1)</b>	<b>DIFERENCIA DE TIR</b>			<b>2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN</b>		<b>3) SENSIBILIDAD</b>		
Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir				% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100		Sensib. = % Var./ Nueva Tir		
Dif. Tir.=	<b>31,92</b>			% Var. = <b>42,63%</b>		Sensibilidad = <b>0,99</b>		

**Resultado:** El proyecto no es sensible a las futuras alteraciones que se darán en la disminución en los ingresos debido a que su resultado es de 0,99 menor a 1

## h) CONCLUSIONES

1. El estudio de mercado desarrollado en la Provincia de Zamora Chinchipe determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y demanda, existe una demanda efectiva anual de **359.414** y una oferta de **194.349** de libras de chocolate, según datos obtenidos de los establecimientos existentes en la localidad, lo que da una demanda insatisfecha de **165.065** libras de chocolate
2. El producto a elaborarse será completamente natural, 100% hecho a base de cacao, en una presentación de 1 libra que son 500 gramos para satisfacer las exigencias de las familias.
3. Los canales de distribución para la comercialización del producto serán a través de un intermediario o podrá hacer sus pedidos directamente a la empresa, Así mismo el intermediario hará llegar el producto a los puntos de venta como bodegas, tiendas, mercados y otros, teniendo como mercado objetivo la provincia de Zamora Chinchipe.
4. Los medios de publicidad a utilizar son: Radio Misión San Antonio y el periódico zamorano, por ser unos de los medios de comunicación con mayor sintonía y alcance, en la cual se pasarán 3 cuñas publicitarias durante el día y publicidad escrita para hacer conocer el producto

5. La capacidad instalada para el primer año del proyecto será de **112.840** y la capacidad utilizada será de **90.272** libras de chocolate al año.
6. La empresa estará localizada en la Ciudad de Zumba, a lado del Parque Central ubicada en el barrio San Vicenta en la calle Manuel Rodríguez, en un área total de **100,00 m<sup>2</sup>** y cuenta con todos los servicios básicos requeridos para el proceso productivo. Estará constituida como Compañía de Colectiva sujetándose a las normas legales establecidas en la Ley de Compañías de nuestro país.
7. La inversión total conformada por activos fijos, diferidos y circulantes de acuerdo al estudio financiero, nos da un total de \$ **55.195,41** dólares.
8. El costo unitario de cada libras de chocolate será de \$ **1,65** centavos de dólar y al sumar un margen de utilidad del **20%** nos da un P.V.P \$ **1,98** centavos de dólar, lo que permite que el producto ingrese al mercado a un precio cómodo para posesionarse frente a la competencia
9. De acuerdo a la evaluación financiera, el proyecto es aceptable, ya que el valor que refleja el VAN es positivo (**\$256.285,54**); la Tasa Interna de Retorno tiene un valor satisfactorio de **74,87%**, supera ampliamente a la tasa de oportunidad que es de **11.83%** vigente en el mercado; la RB / COSTO es de \$ **1,28**, lo que significa que por cada dólar invertido hay 28 centavos de utilidad para la empresa ; la Recuperación de Capital se dará en un plazo de **5 años, 2 mes y 5**



días. Finalmente, realizado el análisis de sensibilidad incrementando los costos y disminuyendo los ingresos se determinó que el proyecto no será sensible al incremento de los costos en el **8.52%**, ni al disminución en los ingresos del **6,88%**.

**i) RECOMENDACIONES**

Efectuadas las conclusiones se llegó a determinar las siguientes recomendaciones:

1. Que se ejecute el proyecto en la Provincia de Zamora Chichipe, por lo que los resultados obtenidos en el análisis de la oferta y demanda han demostrado que existe una demanda insatisfecha considerable del producto a elaborarse.
2. Ampliar los canales de comercialización con miras a la expansión del producto en el mercado, abarcando la Provincia de Zamora Chichipe e ingresar al mercado de otras provincias de la Región Sur del Ecuador.
3. Utilizar los medios de comunicación de mayor acogida, realizando convenios de promoción permanentes con la finalidad de difundir el producto en el mercado.
4. Procurar que la empresa se mantenga en el lugar establecido, con la finalidad de mantener clientes fijos y así aumentar el volumen de las ventas.
5. Mantener un constante cuidado de los costos de producción, para evitar su incremento en el costo unitario y como consecuencia de ello la disminución de las ventas.

6. Que nueva empresa debe organizarse adecuadamente para poder recuperar la inversión efectuada en este proyecto con el fin de cumplir con los objetivos y metas programados.
  
7. Se recomienda la ejecución del proyecto, debido a los excelentes resultados obtenidos a través de los criterios de evaluación financiera propuestos.

**j) BIBLIOGRAFÍA :**

- ✓ AGUIRRE SÁBADA, Alfredo. «Fundamentos de Economía y Administración de Empresas».542 Ediciones Pirámide, S.A. pag.1992
- ✓ BURBANO RUIZ Jorge E, y ORTIZ GÓMEZ. Alberto, “Presupuesto”. McGRAW-HILL Interamericana S.A.2003. Editorial. Nomos S.a. Pág. 53,211,158
- ✓ Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 113.
- ✓ DYKINGSON G. y LEWIS, « E. Planificación, inversión y control financiero»,1984 Deusto. Pág. 47
- ✓ El Poder de la Promoción, de Jeffrey Sussman, Prentice Hall Hispanoamérica S.A., Pág. xi.
- ✓ LEIVA ZEA, Prof. Francisco, « Nociones de metodología de investigación estadística»1980 editado en, Quito, pág., 13-14.
- ✓ MALHOTRA, K. Naresh, PRENTICE-Hall «Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», 1997, Segunda Edición, , Págs. 90 al 92
- ✓ MIRANDA Juan José, “Gestión de Proyectos”. Primera Edición. 1997 MB Editores. Bogotá. Pág. 102,202,201
- ✓ N SAPAG, Chain y R. SPAG Chain, Criterios de Evaluación de Proyectos. Pag.182
- ✓ ORELLANA FUNES, Juan, « Contabilidad de Costos» editorial Educación y Cultura», Pág. 14 al 22.
- ✓ PHILIP, Kotler, Prentice Hall, «Dirección de Mercadotecnia, » Octava Edición, Pág. 11.
- ✓ QUEZADA1 / Ibídem, pág. 54
- ✓ SELDON, Arthur, «Diccionario de Economía»,1975 Edit. Oikos S.A., Barcelona-España, Pág. 115,91.

- ✓ STANTON, ET AL. "**Fundamentos de Marketing**" Ed. McGrawHill, México, 11ª ed., 1999. 170-244pp.
- ✓ TAMAYO, Mario. « *El proceso de la investigación científica*»,. Tercera Edición. Limusa Noriega Editores. 1996
- ✓ ZORRILLA, Santiago. *Introducción a la metodología de la investigación*. Sexta Edición. Editorial Océano. 1998
- ✓ Wang, J., Schramm, D., Holt, R. A dose-response effect from chocolate consumption on plasma epicatechin and oxidative damage. *J Nutr* 2000; 130: 2115S-2119S.
- ✓ <http://admindeempresas.blogspot.com/2007/10/conceptos-sobre-estructura>.
- ✓ <http://uproadmon.blogspot.com/2007/03/manualesadministrativos.html>

**K. ANEXOS****ANEXO Nº 1****FICHA DE RESUMEN****TEMA:**

*“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CHOCOLATE NATURAL EN POLVO EN LA PARROQUIA ZUMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”*

**PROBLEMÁTICA:**

En la mayoría de empresas ecuatorianas se observa un limitado desarrollo empresarial debido a la falta de interés en la realización de proyectos de factibilidad, siendo este el principal factor para la ejecución de dicha empresa o negocio, el bajo interés del mismo ha traído como consecuencia, falta de gestión profesional y competitiva, baja rentabilidad y débil sostenibilidad económica de las empresas, por lo que se debe asegurar y consolidar sus estructuras productivas y tratar de responder a los problemas económicos y dar solución a otros flagelos que azotan como:

La pobreza polarización de ingreso, el desempleo y la problemática ambiental, entre otros, obstáculos que producen daños que van más allá del aspecto económico, que

afecta la calidad de vida colectiva, como también a dar solución a los problemas generados por el sistema productivo vigente y apuntar al logro de objetivos comunes, como el alcanzar el impulso del aparato productivo, para de esta manera tener un aprovechamiento óptimo de recursos, adecuados sistemas administrativos, que contribuyan a elevar el crecimiento y desarrollo socioeconómico del país.

En todo el mundo, los consumidores prestan cada vez mayor atención a las cuestiones que afectan a su salud, y junto a ello existe un creciente interés por los “**alimentos que influyen en el estado de ánimo**”, alimentos que de forma natural elevan el ánimo.

La mayoría de productos contienen preservantes y químicos que afectan de alguna manera la salud humana, y los productos ya existentes no cubren con las necesidades que tiene el ser humano como la alimentación y el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de los actores involucrados, viéndome de ésta manera en la necesidad de crear un producto saludable que es el chocolate natural en polvo, que cumpla con las exigencias de las personas, que no afecte la salud y tenga un exquisito y agradable sabor natural, obteniendo la satisfacción de los clientes, y un ingreso económico rentable.

*El problema identificado es el desaprovechamiento del recurso como es el cacao.*

Y sus causas son, que los productores de cacao, cuentan con poca iniciativa empresarial, falta de estudios de oportunidades en el mercado, y mínimas condiciones técnicas para la producción del chocolate, falta de fuentes de trabajo, y por último la falta de una planta trituratora.

Sus efectos es que los productores no tienen una visión de negocios de cómo aprovechar este recurso que puede ser muy rentable si lo saben aprovechar, optimizar etc., no tienen ni idea de cómo realizar un estudio de mercado por esa razón no saben si el producto es aceptable o no es aceptable en el mercado y cuanta demanda tiene, tampoco cuentan con bases técnicas, de cómo elaborar el producto que en este caso es el (chocolate).

Por estos motivos no cuentan con un trabajo y sus ingresos económicos son muy bajos, que no tienen acceso a la implementación de la planta productora.

Ante esta situación, he visto la necesidad de crear esta empresa con el objetivo de optimizar este recurso (cacao), el producto a producir será completamente natural sin aditivos artificiales que perjudiquen la salud de las personas, sino que cuente con vitaminas nutritivas para la salud, contribuyendo con la buena alimentación de la ciudadanía, que conjuntamente con el servicio y atención del recurso humano se sientan conformes con el sabor, calidad y precio.

Por lo tanto se puede delimitar el problema de la siguiente manera “**La inexistencia de una empresa productora y comercializadora de Chocolate Natural en polvo 100% natural**”, con lo que los productores no saben aprovechar el recurso (cacao) que poseen y es así que no cuentan con una visión empresarial que la pongan en práctica, por estos motivos no tienen fuentes de trabajo y por ende sus ingresos económicos son muy bajos.

## **JUSTIFICACIÓN**



Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Administración de Empresas Modalidad de Estudios a Distancia, previo a la obtención del Título de Ingeniería Comercial, he persuadido plantear como proyecto de investigación el siguiente tema "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CHOCOLATE NATURAL EN POLVO EN LA PARROQUIA ZUMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE"; el mismo que justificare bajo los siguientes aspectos:

- **JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA.-** Permite poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los años de formación universitaria en la Universidad Nacional de Loja, para desarrollar una actividad productiva de forma eficiente, a través de una correcta administración, la optimización de recursos tanto naturales, financiera y humana, lo que ayudará a ampliar los horizontes de la empresa, que me permita obtener el título de Ing. en Administración de Empresas y servirá esta investigación, como fuente de consulta para otros investigadores
- **JUSTIFICACIÓN SOCIAL.-** Siendo un producto de alimentación diario, ayudará en la economía de los consumidores por su bajo precio, y especialmente a la salud porque es producto sano 100% natural , así como también generará fuentes de empleo para las personas que puedan formar parte de este proyecto.
- **JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA.-**La implementación del proyecto, será un gran aporte para la economía nacional y local, mejorará el nivel de vida y generación

de ingresos económicos a los inversionistas así como también a bajar el índice de desempleo y pobreza, utilizando la mano de obra local, evitando de esta manera la emigración.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL.**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de Chocolate Natural en Polvo en el cantón Chinchipe y su comercialización en la Provincia de Zamora Chinchipe.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Desarrollar el Estudio de Mercado para determinar la demanda potencial, real, efectiva, actual e insatisfecha, del mercado objetivo. así como también la oferta actual, que nos permitirá crear una empresa productora de chocolate natural en polvo, aplicando los métodos y técnicas necesarias para la ejecución del mismo.
- Efectuar el Estudio Técnico, para definir capacidad instalada y utilizada, tamaño localización de la empresa a implementar.
- Realizar un Estudio Organizacional con el cual se define el sistema orgánico funcional para el desarrollo administrativo de la empresa.
- Realizar el estudio económico, para determinar el presupuestó, inversiones, costos totales, punto de equilibrio que se va a incurrir para la creación de la empresa.

- Efectuar el estudio Financiero para calcular mediante indicadores financieros como el VAN, TIR, RB/C, A/S, del proyecto para determinar las pérdidas y ganancias y establecer si el proyecto es factible o no.

### **METODOLOGÍA:**

Para realizar el presente trabajo, se ha tomado en consideración a la metodología como un procedimiento general para identificar de una manera precisa la naturaleza del objetivo de la investigación, por lo tanto se empleará métodos, técnicas y procedimientos de investigación.

Para hacer factible la elaboración del presente proyecto de tesis me basare en los procedimientos que recomienda la investigación científica, apoyándome en los siguientes métodos:

#### **- MÉTODO CIENTIFICO.**

El **método científico**, se refiere a la serie de etapas que hay que recorrer para obtener un conocimiento válido desde el punto de vista científico, utilizando para esto instrumentos que resulten fiables. Lo utilizaré en la recopilación de datos tanto en libros, revistas y periódicos e internet para lograr un mayor conocimiento y poder estar en un nivel de emitir criterios y soluciones para el proyecto.

#### **- MÉTODO INDUCTIVO**

La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones

generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular. Emplearé este método en el trabajo investigativo porque partió de una premisa particular como es asegurar, que el producto (chocolate) comienza a tener gran aceptación en el mercado.

- **MÉTODO DEDUCTIVO**

Es el que aspira a demostrar en forma interpretativa, mediante la lógica pura, la conclusión en su totalidad a partir de unas premisas, de manera que se garantiza la veracidad de las conclusiones, si no se invalida la lógica aplicada. Utilicé este método porque partió de una premisa general como es la factibilidad de implementar una empresa productora de chocolate natural en la parroquia Zumba y que mediante investigaciones condujo a saber si es posible o no ejecutar el proyecto.

- **MÉTODO ANALÍTICO**

Este método implica el análisis (del griego análisis, que significa descomposición), esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes. Utilicé este método porque desde el momento en que se revisé uno por uno los diversos documentos que nos proporcionaron los datos buscados como es los estados financieros, además lo utilicé para graficar el punto de equilibrio.

- **MÉTODO ESTADÍSTICO**

El conjunto de los métodos que se utilizan para medir las características de la información, para resumir los valores individuales, y para analizar los datos a fin de extraerles el máximo de información, es lo que se llama métodos estadísticos. Utilicé este método porque ayudó a realizar datos cuantitativos y cualitativos, se elaborarán cuadros y gráficos que permitieron visualizar de mejor manera la información recabada, permitió obtener una clara idea de la distribución de las frecuencias de las características.

• **TÉCNICAS:**

Teniendo como base a la técnica como el conjunto de instrumentos y medios que se encargan de cuantificar, medir y correlacionar datos, de tal grado que se pueda definir con estructura el proceso de investigación; gracias a su aplicación se obtendrán los datos precisos para el desarrollo del Proyecto de Tesis, cuya información será luego procesada para obtener resultados concretos del objeto de estudio; dentro de estas técnicas tenemos:

- **LA OBSERVACIÓN DIRECTA.**

La observación es la técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad. En este proyecto, la técnica de la Observación, nos ayuda a establecer la localización de la empresa y el flujo de proceso de producción.

- **LA ENCUESTA**

Se define el término en cuestión como el método de recogida de información cuantitativa que consiste en interrogar a los miembros de una muestra, sobre la base de un cuestionario perfectamente estructurado. La encuesta fue dirigida a los nueve cantones, a través de la formulación de un cuestionario de preguntas específicas, que tenía como finalidad obtener información necesaria en cuanto al grado de aceptación de del producto.

## ANEXO # 2

## 2.1



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**ENCUESTA A CONSUMIDORES (DEMANDA)**

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CHOCOLATE NATURAL EN POLVO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”** le pedimos muy comedidamente se digne contestar las siguientes preguntas:

**1. ¿Qué ingresos económicos mensuales Ud. percibe?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- |  |   |
|--|---|
| \$ 1 - \$ 200 <input type="checkbox"/> | \$ 601 - \$ 800 <input type="checkbox"/>  |
| \$ 201- \$400 <input type="checkbox"/> | \$ 801 - \$ 1000 <input type="checkbox"/> |
| \$ 401- \$600 <input type="checkbox"/> | \$ 1001 y mas <input type="checkbox"/>    |

**2. En su alimentación diaria consume ud. Chocolate?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- SI                            NO

¿Porqué?.....  
 .....  
 .....

**Si su respuesta es no ha terminado la encuesta muchas gracias**

**3. ¿Conoce en el medio una fábrica productora y comercializadora de Chocolate?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SI  NO

¿Cuál?.....

**4. ¿Con que frecuencia compra Ud. Chocolate?**

*Marque con una(X) las respuestas que considere conveniente*

Diario   
 Semanal   
 Mensual   
 Otros

**5. ¿Qué cantidad de chocolate usted consume al mes?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

1– 2 libras   
 3 – 4 libras   
 5 – 6 libras   
 7 – 8 libras   
 9 libras y más

**6. ¿Dónde compra generalmente el chocolate para su consumo o el uso de su familia?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Bodegas   
 Mercado   
 Minimarket   
 Tiendas   
 Otros



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

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Chocolate sin marca

Chocolate natural

Otras

¿Cuál?.....

**8. ¿Cuál es las características al momento de adquirir chocolate?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Precio	<input type="checkbox"/>	Aroma	<input type="checkbox"/>
Presentación	<input type="checkbox"/>	Sabor	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Marca

¿Cuál?.....

**9. ¿Cuánto paga por cada libra de chocolate?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

\$ 1.00 \$ 1.50

\$ 2.00 - \$ 2.50

\$ 3.00 - \$ 3.50

\$ 3.50 y más

**10. ¿La calidad de chocolate que Ud. consume es?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Mala

Regular

Buenas

Excelentes

**11. Que tipos de promoción le gustaría al momento de adquirir este producto?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SI  NO

¿Porqué?.....

.....  
.....

**12. ¿De qué manera prefiere consumir el chocolate?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Polvo

Barra

Líquido

¿Cuál?.....  
.....

**13. ¿Conoce Usted sobre los beneficios del chocolate natural en polvo?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SI  NO

¿Porqué?.....  
.....  
.....

**14. ¿Estaría dispuesto a comprar Chocolate Natural en Polvo, en caso de implantar una nueva empresa en la parroquia Zumba?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SÍ  NO

¿Porqué?.....  
.....  
.....

**15. ¿Qué presentación le gustaría al momento de adquirir el chocolate natural en polvo?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Funda Plástico 1 libra

Envase de vidrio de 1 libra

Tarrinas de 1 libra

Cajas 1 libra

Otros

¿Cuál?.....

**16. ¿Cuál es el medio de comunicación que Usted preferiría para conocer la existencia de este producto (chocolate)?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- Radio
- TV
- Periódico
- Internet
- Otros

**17. En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

- 6h00-12h00
- 13h00-18h00
- 19h00 en adelante

**Gracias por su colaboración**

**ANEXO # 2.2**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
ENCUESTA A EXPENDEDORES (OFERTA)**

Como egresada de la carrera de Administración de Empresas me encuentro empeñada en elaborar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CHOCOLATE NATURAL EN POLVO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”** le pedimos muy comedidamente se digne contestar las siguientes preguntas:

**1. ¿Expende en su negocio chocolate?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SÍ

NO

¿Porqué?.....  
.....  
.....

**2. ¿Cuál es la procedencia del chocolate que Usted expende?**

Local

Nacional

Extranjeros

Otros

¿Cuál?.....

**3. ¿Qué marca de chocolate tiene mayor aceptación en el consumidor?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Chocolate sin marca

Chocolate natural

Otras

¿Cuál?.....

**4. ¿A qué precio adquiere el chocolate a los proveedores?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

\$ 0.50 – \$ 1.00

\$ 1.50 - \$ 2.00

\$ 2.50 - \$ 3.00

**5. ¿La venta del chocolate la realiza al?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Contado

Crédito

**6. ¿Cuál es el volumen mensual de venta de este producto?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

5– 10 libras

20 – 30 libras

40 – 50 libras

60 –70 libras

80 – 90 libras

90 - o mas

**7. Dentro de las marcas de chocolate ¿cuál es la que mayor demanda tiene?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Chocolate sin marca

Chocolate natural

Otras

**8. ¿Con qué frecuencia vende chocolate?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Diario                       Semanal   
 Quincenal                       Mensual

**9. ¿Cuál es el precio del chocolate por (libras) que usted comercializa al público?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

\$ 1.00 \$ 1.50   
 \$ 2.00 - \$ 2.50   
 \$ 3.00 - \$ 3.50   
 \$ 3.50 y más

**10. ¿Cómo considera la calidad del chocolate que Ud. expende?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Mala   
 Regular   
 Buenas   
 Excelentes

**11. ¿Cuál es el medio de comunicación que Usted prefiere para dar a conocer la existencia del chocolate?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

Radio   
 TV   
 Periódico   
 Internet   
 Otros

**12. ¿Los proveedores le han hecho a Usted algún tipo de promoción al momento de adquirir este producto?**

*Marque con una(X) la respuesta que considere conveniente*

SÍ                       NO

PORQUE.....

Gracias por su colaboración

**ANEXO 3**

**PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/U.</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Cacao	Quintales	496,50	125,00	62.062,00
Total				62.062,00

Fuente: Ecocafé S.A. Guayaquil

Elaboración: La autora

**ANEXO 3-A****PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 2,70%</b>
1	62.062,00
2	63.737,67
3	65.458,59
4	67.225,97
5	69.041,07
6	70.905,18
7	72.819,62
8	74.785,75
9	76.804,97
10	78.878,70

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 4****PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT,</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Fundas etiquetadas	90.272	0,22	19.859,84
TOTAL			19.859,84

Fuente: ECUAPLAST. Guayaquil

Elaboración: La autora

**ANEXO 4-A  
PROYECCIÓN PARA MATERIALES  
INDIRECTOS**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 2,70%</b>
1	19.859,84
2	20.396,06
3	20.946,75
4	21.512,31
5	22.093,14
6	22.689,66
7	23.302,28
8	23.931,44
9	24.577,59
10	25.241,18

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 5  
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA  
PARA EL PRIMER AÑO**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>Obreros</b>
Sueldo Básico Unificado	346,80
Décimo Tercer Sueldo	28,90
Décimo cuarto Sueldo	28,33
Vacaciones	14,45
Aportes IESS 11,15%	38,67
Aportes IECE 0,5%	1,73
Fondos de Reserva	0,00
Aportes SECAP 0.5%	1,73
Líquido a Pagar	460,62
Número de obreros	2
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>921,24</b>
<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>11.054,87</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables

Elaboración: La autora



**PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA PARA  
EL SEGUNDO AÑO**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>Obreros</b>
Sueldo Básico Unificado	346,80
Décimo Tercer Sueldo	28,90
Décimo cuarto Sueldo	28,33
Vacaciones	14,45
Aportes IESS 11,15%	38,67
Aportes IECE 0,5%	1,73
Fondos de Reserva	28,90
Aportes SECAP 0.5%	1,73
Líquido a Pagar	489,52
Número de obreros	2
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>979,04</b>
<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>11.748,47</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables

Elaboración: La autora

**ANEXO 5.A  
PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA  
DIRECTA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	<b>2,70%</b>
1	11.054,87
2	12.065,68
3	12.391,45
4	12.726,02
5	13.069,62
6	13.422,50
7	13.784,91
8	14.157,10
9	14.539,34
10	14.931,91

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 6**  
**PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA PARA EL PRIMER**  
**AÑO**

**JEFE DE PRODUCCIÓN**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VALORES</b>
Sueldo Básico Unificado	350,20
Décimo Tercer Sueldo	29,18
Décimo cuarto Sueldo	28,33
Vacaciones	14,59
Aportes IESS 11,15%	39,05
Aportes IECE 0,5%	1,75
Fondos de Reserva	0,00
Aportes SECAP 0.5%	1,75
Líquido a Pagar	464,86
Número de obreros	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>464,86</b>
<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>5.578,29</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables

Elaboración: La autora

**ANEXO 6-A**  
**PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA PARA EL SEGUNDO**  
**AÑO**

**JEFE DE PRODUCCIÓN**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VALORES</b>
Sueldo Básico Unificado	350,20
Décimo Tercer Sueldo	29,18
Décimo cuarto Sueldo	28,33
Vacaciones	14,59
Aportes IESS 11,15%	39,05
Aportes IECE 0,5%	1,75
Fondos de Reserva	29,18
Aportes SECAP 0.5%	1,75
Líquido a Pagar	494,04
Número de obreros	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>494,04</b>
<b>TOTAL AL AÑO</b>	<b>5.928,49</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborables

Elaboración: La autora

**Anexo 6-B**  
**PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA**  
**INDIRECTA**

AÑOS	VALOR TOTAL 2,70%
1	\$ 5.578,29
2	\$ 6.088,56
3	\$ 6.252,95
4	\$ 6.421,78
5	\$ 6.595,17
6	\$ 6.773,24
7	\$ 6.956,12
8	\$ 7.143,93
9	\$ 7.336,82
10	\$ 7.534,91

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 7**  
**PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA Y EQUIPO**

DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
Tostadora	1	1.832,00	1.832,00
Peladora	1	1.300,00	1.300,00
Moledora	1	2.600,00	2.600,00
Balanza industrial	1	356,00	356,00
Selladora de fundas	1	69,00	69,00
Prensadora	1	980,00	980,00
TOTAL			7.137,00

Fuente: Maquinarias Henriques C.A. Guayaquil

Elaboración: La autora

**ANEXO 7-A****DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>VALOR DEL ACTIVO: \$ 7.137,00</b>				
<b>10 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>10% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	\$ 7.137,00	\$ 713,70		\$ 6.423,30
1	\$ 6.423,30		\$ 642,33	\$ 5.780,97
2	\$ 5.780,97		\$ 642,33	\$ 5.138,64
3	\$ 5.138,64		\$ 642,33	\$ 4.496,31
4	\$ 4.496,31		\$ 642,33	\$ 3.853,98
5	\$ 3.853,98		\$ 642,33	\$ 3.211,65
6	\$ 3.211,65		\$ 642,33	\$ 2.569,32
7	\$ 2.569,32		\$ 642,33	\$ 1.926,99
8	\$ 1.926,99		\$ 642,33	\$ 1.284,66
9	\$ 1.284,66		\$ 642,33	\$ 642,33
10	\$ 642,33		\$ 642,33	\$ 0,00

**ANEXO 8****PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Caminoneta doble cabina Chevrolet Dmaz 4 x 4	1	\$ 24.500,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 24.500,00</b>

Fuente: Comercializadora de Vehículos Edy Car

Elaboración: La autora

**ANEXO 8-A  
DEPRECIACIÓN DE VEHICULO**

<b>VALOR DEL ACTIVO:</b>	<b>24.500,00</b>			
<b>5</b>	<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>20% DEPRECIACIÓN</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	\$ 24.500,00	\$ 4.900,00		\$ 19.600,00
1	\$ 19.600,00		\$ 3.920,00	\$ 15.680,00
2	\$ 15.680,00		\$ 3.920,00	\$ 11.760,00
3	\$ 11.760,00		\$ 3.920,00	\$ 7.840,00
4	\$ 7.840,00		\$ 3.920,00	\$ 3.920,00
5	\$ 3.920,00		\$ 3.920,00	\$ 0,00

**ANEXO 9  
PRESUPUESTO PARA SEGUNDO VEHÍCULO**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Caminoneta doble cabina Chevrolet Dmaz 4 x 4	1	\$ 26.140,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 26.140,00</b>

Fuente: Comercializadora de Vehículos Edy Car

Elaboración: La autora

**DEPRECIACIÓN DE VEHICULO**

<b>VALOR DEL ACTIVO:</b>	<b>\$ 26.140,00</b>			
<b>5</b>	<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>20% DEPRECIACIÓN</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	\$ 26.140,00	\$ 5.228,00		\$ 20.912,00
1	\$ 20.912,00		\$ 4.182,40	\$ 16.729,60
2	\$ 16.729,60		\$ 4.182,40	\$ 12.547,20
3	\$ 12.547,20		\$ 4.182,40	\$ 8.364,80
4	\$ 8.364,80		\$ 4.182,40	\$ 4.182,40
5	\$ 4.182,40		\$ 4.182,40	\$ 0,00

**ANEXO 10****PRESUPUESTO PARA COMBUSTIBLE**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CONS.GLNS.</b>	<b>VAL. UNIT.</b>	<b>VAL. MENSUAL</b>	<b>VAL. ANUAL</b>
Gasolina extra	43	\$ 1,46	\$ 62,78	\$ 753,36
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 753,36</b>

Fuente: Estación de Servicios Reina del Cisne.

Elaboración: La autora

**ANEXO 10 - A  
PROYECCIÓN PARA  
COMBUSTIBLES**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 2,70%</b>
1	\$ 753,36
2	\$ 773,70
3	\$ 794,59
4	\$ 816,04
5	\$ 838,08
6	\$ 860,71
7	\$ 883,94
8	\$ 907,81
9	\$ 932,32
10	\$ 957,50

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 11  
PRESUPUESTO PARA HERRAMIENTAS**

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Kit de herramientas para vehículo (130 piezas)	1	\$ 235,00	\$ 235,00
TOTAL			\$ 235,00

Fuente: EXTINGEC CIA. LTDA. Quito

Elaboración: La Autora

**ANEXO 11 – A  
DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS**

<b>VALOR DEL ACTIVO: \$ 235,00</b>				
<b>10 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>10% DEPRECIACIÓN</b>		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	\$ 235,00	\$ 23,50		\$ 211,50
1	\$ 211,50		\$ 21,15	\$ 190,35
2	\$ 190,35		\$ 21,15	\$ 169,20
3	\$ 169,20		\$ 21,15	\$ 148,05
4	\$ 148,05		\$ 21,15	\$ 126,90
5	\$ 126,90		\$ 21,15	\$ 105,75
6	\$ 105,75		\$ 21,15	\$ 84,60
7	\$ 84,60		\$ 21,15	\$ 63,45
8	\$ 63,45		\$ 21,15	\$ 42,30
9	\$ 42,30		\$ 21,15	\$ 21,15
10	\$ 21,15		\$ 21,15	\$ 0,00

**ANEXO 12**  
**PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OPERACIONES**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>VAL. UNIT.</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Mandiles	4	\$ 17,00	\$ 68,00
Guantes de cuero	8	\$ 21,00	\$ 168,00
Lentes (gafas)	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Cascos con visera	4	\$ 5,99	\$ 23,96
Mascarillas desechables (cajas)	3	\$ 5,50	\$ 16,50
Extintor (5 libras)	1	\$ 20,00	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 320,46</b>

Fuente: SERVIPROF

Elaboración: La Autora

**ANEXO 12 - A**  
**PROYECCIÓN SUMINISTROS DE**  
**OPERACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b> <b>2,70%</b>
1	\$ 496,46
2	\$ 509,86
3	\$ 523,63
4	\$ 537,77
5	\$ 552,29
6	\$ 567,20
7	\$ 582,51
8	\$ 598,24
9	\$ 614,40
10	\$ 630,98

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora



**ANEXO 13**  
**PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Mantenimiento de Maq. Y Equipo	\$ 142,74
Mantenimiento de Eq. de Oficina	\$ 4,35
Mantenimiento de Muebles y Enseres	\$ 44,24
Mantenimiento de Vehículo	\$ 1.012,80
Mantenimiento de Eq. de Computación	\$ 174,90
Mantenimiento de Eq. De Seguridad	\$ 6,41
Mantenimiento de Herramientas	\$ 4,70
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.390,14</b>

**ANEXO 13 - A**  
**PROYECCIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b> <b>2,70%</b>
1	1.390,14
2	1.427,67
3	1.466,22
4	1.505,81
5	1.546,46
6	1.588,22
7	1.631,10
8	1.675,14
9	1.720,37
10	1.766,82

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 14**  
**PRESUPUESTO PARA USO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT. (Kw./h)</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>VAL. MENS.</b>	<b>VAL. ANUAL</b>
Consumo de energía eléctrica sector industrial	483,00	0,079	38,16	457,88
<b>TOTAL</b>				<b>457,88</b>

Fuente: Empresa Eléctrica Regional Sur Suc. Zumba

Elaboración: La Autora

**ANEXOS N° 14 - A**  
**PROYECCIÓN USO DE ENERGÍA ELÉCTRICA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b> <b>2,70%</b>
1	\$ 457,88
2	\$ 470,25
3	\$ 482,94
4	\$ 495,98
5	\$ 509,37
6	\$ 523,13
7	\$ 537,25
8	\$ 551,76
9	\$ 566,66
10	\$ 581,96

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO N° 15**  
**PRESUPUESTO PARA USO DE AGUA POTABLE**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT. (m3)</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>VAL. MENS.</b>	<b>VAL. ANUAL</b>
Consumo de agua	97	\$ 0,15	\$ 14,55	\$ 174,60
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 174,60</b>

Fuente: Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del Cantón Zamora (EMAPAZ)

Elaboración: La Autora

**ANEXO 15 - A**  
**PROYECCIÓN PARA USO DE AGUA POTABLE**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b> <b>2,70%</b>
1	\$ 174,60
2	\$ 179,31
3	\$ 184,16
4	\$ 189,13
5	\$ 194,23
6	\$ 199,48
7	\$ 204,86
8	\$ 210,40
9	\$ 216,08
10	\$ 221,91

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 16****AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO**

<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACT. DIF.</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	\$ 3.979,50	\$ 397,95	\$ 3.581,55
2	\$ 3.581,55	\$ 397,95	\$ 3.183,60
3	\$ 3.183,60	\$ 397,95	\$ 2.785,65
4	\$ 2.785,65	\$ 397,95	\$ 2.387,70
5	\$ 2.387,70	\$ 397,95	\$ 1.989,75
6	\$ 1.989,75	\$ 397,95	\$ 1.591,80
7	\$ 1.591,80	\$ 397,95	\$ 1.193,85
8	\$ 1.193,85	\$ 397,95	\$ 795,90
9	\$ 795,90	\$ 397,95	\$ 397,95
10	\$ 397,95	\$ 397,95	\$ 0,00

**ANEXO 17****PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN PARA EL PRIMER AÑO**

<b>RUBROS/PUESTOS</b>	<b>GERENTE</b>	<b>SECRETARIA CONTADORA</b>	<b>JEFE DE VENTAS</b>	<b>AGENTE VENDEDOR</b>	<b>CONSERJE BODEGUERO</b>
Sueldo Básico Unificado	\$ 525,00	\$ 355,00	\$ 410,00	\$ 375,00	\$ 340,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 43,75	\$ 29,58	\$ 34,17	\$ 31,25	\$ 28,33
Décimo cuarto Sueldo	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
Vacaciones	\$ 21,88	\$ 14,79	\$ 17,08	\$ 15,63	\$ 14,17
Aportes IESS 11,15%	\$ 58,54	\$ 39,58	\$ 45,72	\$ 41,81	\$ 37,91
Aportes IECE 0,5%	\$ 2,63	\$ 1,78	\$ 2,05	\$ 1,88	\$ 1,70
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Aportes SECAP 0.5%	\$ 2,63	\$ 1,78	\$ 2,05	\$ 1,88	\$ 1,70
Líquido a Pagar	\$ 682,75	\$ 470,84	\$ 539,40	\$ 495,77	\$ 452,14
Número de obreros	1	1	1	1	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	\$ 682,75	\$ 470,84	\$ 539,40	\$ 495,77	\$ 452,14
<b>TOTAL AL AÑO</b>	\$ 8.192,95	\$ 5.650,09	\$ 6.472,78	\$ 5.949,25	\$ 5.425,72
<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 31.690,79				

**NEXO 17-A**  
**PRESUPUESTO PARA SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN PARA EL SEGUNDO**  
**AÑO**

<b>RUBROS/PUESTOS</b>	<b>GERENTE</b>	<b>SECRETARIA CONTADORA</b>	<b>JEFE DE VENTAS</b>	<b>AGENTE VENDEDOR</b>	<b>CONSERJE BODEGUERO</b>
Sueldo Básico Unificado	\$ 525,00	\$ 355,00	\$ 410,00	\$ 375,00	\$ 340,00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 43,75	\$ 29,58	\$ 34,17	\$ 31,25	\$ 28,33
Décimo cuarto Sueldo	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
Vacaciones	\$ 21,88	\$ 14,79	\$ 17,08	\$ 15,63	\$ 14,17
Aportes IESS 11,15%	\$ 58,54	\$ 39,58	\$ 45,72	\$ 41,81	\$ 37,91
Aportes IECE 0,5%	\$ 2,63	\$ 1,78	\$ 2,05	\$ 1,88	\$ 1,70
Fondos de Reserva	\$ 43,75	\$ 29,58	\$ 34,17	\$ 31,25	\$ 28,33
Aportes SECAP 0.5%	\$ 2,63	\$ 1,78	\$ 2,05	\$ 1,88	\$ 1,70
Líquido a Pagar	\$ 726,50	\$ 500,42	\$ 573,57	\$ 527,02	\$ 480,48
Número de obreros	1	1	1	1	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	\$ 726,50	\$ 500,42	\$ 573,57	\$ 527,02	\$ 480,48
<b>TOTAL AL AÑO</b>	\$ 8.717,95	\$ 6.005,09	\$ 6.882,78	\$ 6.324,25	\$ 5.765,72
<b>TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$ 33.695,79				

**ANEXOS 17-B**  
**PROYECCIÓN PARA SUELDOS**  
**ADMINISTRATIVOS**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 2,70%</b>
1	\$ 31.690,79
2	\$ 34.605,58
3	\$ 35.539,93
4	\$ 36.499,50
5	\$ 37.484,99
6	\$ 38.497,09
7	\$ 39.536,51
8	\$ 40.603,99
9	\$ 41.700,30
10	\$ 42.826,21

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

## ANEXO 18

**PRESUPUESTO PARA MUEBLES Y ENSERES**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Silla giratoria tipo gerente	1	\$ 85,00	\$ 85,00
Escritorios pequeños	4	\$ 178,00	\$ 712,00
Sillas de cuero	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Archivadores pequeños	3	\$ 65,00	\$ 195,00
Perchas pequeñas	10	\$ 80,00	\$ 800,00
Sillas auxiliares de plástico	5	\$ 6,00	\$ 30,00
Mesa de trabajo	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Total:			\$ 2.212,00

**Fuente:** Mueblería Albán

**Elaboración:** La autora

## ANEXOS N° 18 - A

**DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES**

<b>VALOR DEL ACTIVO: \$ 2.212,00</b>				
<b>10 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>10% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	\$ 2.212,00	\$ 221,20		\$ 1.990,80
1	\$ 1.990,80		\$ 199,08	\$ 1.791,72
2	\$ 1.791,72		\$ 199,08	\$ 1.592,64
3	\$ 1.592,64		\$ 199,08	\$ 1.393,56
4	\$ 1.393,56		\$ 199,08	\$ 1.194,48
5	\$ 1.194,48		\$ 199,08	\$ 995,40
6	\$ 995,40		\$ 199,08	\$ 796,32
7	\$ 796,32		\$ 199,08	\$ 597,24
8	\$ 597,24		\$ 199,08	\$ 398,16
9	\$ 398,16		\$ 199,08	\$ 199,08
10	\$ 199,08		\$ 199,08	\$ 0,00

**ANEXO N° 19**  
**PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE OFICINA**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Teléfono programador para central telefónica	1	\$ 79,00	\$ 79,00
Teléfono panasonic simples	2	\$ 32,00	\$ 64,00
Grapadora KW-trio	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Perforadora KW trio	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Sacagrapas	2	\$ 1,20	\$ 2,40
Papelera	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Calculadora	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Total:			\$ 217,40

Fuente: Comercial Davia Alemán

Elaboración: La autora

**ANEXOS N° 19 - A**  
**DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA**

VALOR DEL ACTIVO: \$ 217,40				
10 AÑOS DE VIDA ÚTIL 10% DEPRECIACIÓN				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	\$ 217,40	\$ 21,74		\$ 195,66
1	\$ 195,66		\$ 19,57	\$ 176,09
2	\$ 176,09		\$ 19,57	\$ 156,53
3	\$ 156,53		\$ 19,57	\$ 136,96
4	\$ 136,96		\$ 19,57	\$ 117,40
5	\$ 117,40		\$ 19,57	\$ 97,83
6	\$ 97,83		\$ 19,57	\$ 78,26
7	\$ 78,26		\$ 19,57	\$ 58,70
8	\$ 58,70		\$ 19,57	\$ 39,13
9	\$ 39,13		\$ 19,57	\$ 19,57
10	\$ 19,57		\$ 19,57	\$ 0,00

**ANEXO 20**  
**PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadoras	3	750,00	2.250,00
Impresora multifunción	3	110,00	330,00
Total:			2.580,00

Fuente: COMPUNET

Elaboración: La autora

**ANEXOS 20- A**  
**DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>VALOR DEL ACTIVO: \$ 2.580,00</b>				
<b>3 AÑOS DE VIDA ÚTIL 33,33% DEPRECIACIÓN</b>				
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	\$ 2.580,00	\$ 859,91		\$ 1.720,09
1	\$ 1.720,09		\$ 573,36	\$ 1.146,72
2	\$ 1.146,72		\$ 573,36	\$ 573,36
3	\$ 573,36		\$ 573,36	\$ 0,00

**ANEXO 21**  
**PRESUPUESTO PARA EL SEGUNDO EQUIPO DE COMPUTACIÓN**  
**(4to. al 6to. año)**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadoras	3	\$ 820,00	\$ 2.460,00
Impresoras	3	\$ 130,00	\$ 390,00
Total:			\$ 2.850,00

Fuente: COMPUNET

Elaboración: La autora



**ANEXOS 21– A****DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>VALOR DEL ACTIVO:       \$ 2.850,00</b>				
<b>3    AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>33,33% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	2.850,00	\$ 949,91		1.900,10
1	\$ 1.900,10		\$ 633,37	\$ 1.266,73
2	\$ 1.266,73		\$ 633,37	\$ 633,37
3	\$ 633,37		\$ 633,37	\$ 0,00

**ANEXO 22****PRESUPUESTO PARA TERCER EQUIPO DE COMPUTACIÓN****(7mo. Al 9no año)**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT</b>	<b>VAL. UNIT</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Computadoras	3	\$ 950,00	\$ 2.850,00
Impresoras	3	\$ 155,00	\$ 465,00
Total:			\$ 3.315,00

Fuente: COMPUNET

Elaboración: La autora

**ANEXOS 22– A****DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>VALOR DEL ACTIVO:       \$ 3.315,00</b>				
<b>3    AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>33,33% DEPRECIACIÓN</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL. RES.</b>	<b>DEPRECIAC.</b>	<b>VAL. ACTUAL</b>
0	\$ 3.315,00	\$ 1.104,89		\$ 2.210,11
1	\$ 2.210,11		\$ 736,70	\$ 1.473,41
2	\$ 1.473,41		\$ 736,70	\$ 736,70
3	\$ 736,70		\$ 736,70	\$ 0,00

**ANEXO 23**  
**PRESUPUESTO PARA EL CUARTO EQUIPO DE**  
**COMPUTACIÓN**  
**(10mo. Año)**

DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadoras Pentium IV	3	\$ 1.110,00	\$ 3.330,00
Impresoras	3	\$ 180,00	\$ 540,00
Total:			\$ 3.870,00

Fuente: COMPUNET

Elaboración: La autora

**ANEXOS 23- A**  
**DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>VALOR DEL ACTIVO:</b>		<b>\$ 3.870,00</b>		
<b>3 AÑOS DE VIDA ÚTIL</b>		<b>DEPRECIACIÓN 33,33% N</b>		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	\$ 3.870,00	\$ 1.289,87		\$ 2.580,13
1	\$ 2.580,13		\$ 860,04	\$ 1.720,09
2	\$ 1.720,09		\$ 860,04	\$ 860,04
3	\$ 860,04		\$ 860,04	\$ 0,00

**ANEXO 24**  
**PRESUPUESTO PARA UTENSILIOS DE ASEO**

DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Escobas	5	\$ 1,60	\$ 8,00
Trapeadores	3	\$ 2,25	\$ 6,75
Toallas pequeñas	4	\$ 0,75	\$ 3,00
Desodorantes ambientales	12	\$ 1,38	\$ 16,56
Papel higiénicos	250	\$ 0,35	\$ 87,50
Detergente	10	\$ 1,56	\$ 15,60
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 137,41</b>

Fuente: Comercial Morales

Elaboración: La autora

**ANEXO 24-A****PROYECCION DE UTILES DE ASEO**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 2,70%</b>
1	\$ 137,41
2	\$ 141,12
3	\$ 144,93
4	\$ 148,84
5	\$ 152,86
6	\$ 156,99
7	\$ 161,23
8	\$ 165,58
9	\$ 170,05
10	\$ 174,64

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 25****PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>VAL. TOTAL</b>
Facturas	500	\$ 0,02	\$ 10,00
Esferográficos	96	\$ 0,30	\$ 28,80
Lápices	96	\$ 0,25	\$ 24,00
Frasco de goma	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Hojas de papel bond (resmas)	5	\$ 3,80	\$ 19,00
Caja de grapas	5	\$ 1,20	\$ 6,00
Borradores blancos	25	\$ 0,15	\$ 3,75
Correctores	12	\$ 1,00	\$ 12,00
Tijeras punta redonda	4	\$ 0,35	\$ 1,40
Total			\$ 107,95

Fuente: Librería Zárate & Zárate

Elaboración: La autora

**ANEXO 25- A**  
**PROYECCIÓN POR SUMINISTROS DE**  
**OFICINA**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b> <b>2,70%</b>
1	\$ 107,95
2	\$ 110,86
3	\$ 113,86
4	\$ 116,93
5	\$ 120,09
6	\$ 123,33
7	\$ 126,66
8	\$ 130,08
9	\$ 133,59
10	\$ 137,20

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 26**  
**PRESUPUESTO DE TELÉFONO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CONSUMO</b> <b>(minutos)</b>	<b>VALOR</b> <b>DE LA</b> <b>TARIFA</b>	<b>VALOR</b> <b>MENSUAL</b>	<b>VALOR</b> <b>ANUAL</b>
Cecular	120	\$ 0,175	\$ 21,00	\$ 252,00
Teléfono fijo (mes)	200	\$ 0,063	\$ 12,60	\$ 151,20
Total				\$ 403,20

Fuente: Conatel

Elaboración: La autora

**ANEXO 26- A**  
**PROYECCION DE TELÉFONO**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 2,70%</b>
1	\$ 403,20
2	\$ 414,09
3	\$ 425,27
4	\$ 436,75
5	\$ 448,54
6	\$ 460,65
7	\$ 473,09
8	\$ 485,86
9	\$ 498,98
10	\$ 512,45

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 27**  
**PRESUPUESTO DE ARRIENDO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Arriendo para empresa	1	300,00	300,00	3.600,00
Total				3.600,00

Fuente: Casas renteras

Elaboración: La autora

**ANEXO 27-A**  
**Proyección del arriendo**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL 2,70%</b>
1	\$ 3.600,00
2	\$ 3.697,20
3	\$ 3.797,02
4	\$ 3.899,54
5	\$ 4.004,83
6	\$ 4.112,96
7	\$ 4.224,01
8	\$ 4.338,06
9	\$ 4.455,19
10	\$ 4.575,48

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 28**  
**PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y**  
**PROPAGANDA**

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Radio (spot publicitario)	8	\$ 5,00	\$ 40,00	480,00
Prensa (avisos publicitarios)	8	\$ 12,00	\$ 96,00	1.152,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.632,00</b>

Fuente: Diario La Hora, Radio Amazonas

Elaboración: La autora

**ANEXO 28 - A**  
**PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y**  
**PROPAGANDA**

AÑOS	VALOR TOTAL 2,70%
1	\$ 1.632,00
2	\$ 1.676,06
3	\$ 1.721,32
4	\$ 1.767,79
5	\$ 1.815,52
6	\$ 1.864,54
7	\$ 1.914,89
8	\$ 1.966,59
9	\$ 2.019,69
10	\$ 2.074,22

Fuente: Inflación 2.70 % tasa anual diciembre 2013- 2012, BCE

Elaboración: La autora

**ANEXO 29**  
**AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

<b>CAPITAL:</b> \$ 13.887,72		<b>PAGO:</b> SEMESTRAL		
<b>INTERÉS:</b> 11,83%				
<b>TIEMPO:</b> 10 AÑOS				
SEMESTRES	CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED.
0				\$ 13.887,72
1	\$ 694,39	\$ 821,46	\$ 1.515,84	\$ 13.193,33
2	\$ 694,39	\$ 780,39	\$ 1.474,77	\$ 12.498,94
3	\$ 694,39	\$ 739,31	\$ 1.433,70	\$ 11.804,56
4	\$ 694,39	\$ 698,24	\$ 1.392,63	\$ 11.110,17
5	\$ 694,39	\$ 657,17	\$ 1.351,55	\$ 10.415,79
6	\$ 694,39	\$ 616,09	\$ 1.310,48	\$ 9.721,40
7	\$ 694,39	\$ 575,02	\$ 1.269,41	\$ 9.027,02
8	\$ 694,39	\$ 533,95	\$ 1.228,33	\$ 8.332,63
9	\$ 694,39	\$ 492,88	\$ 1.187,26	\$ 7.638,24
10	\$ 694,39	\$ 451,80	\$ 1.146,19	\$ 6.943,86
11	\$ 694,39	\$ 410,73	\$ 1.105,11	\$ 6.249,47
12	\$ 694,39	\$ 369,66	\$ 1.064,04	\$ 5.555,09
13	\$ 694,39	\$ 328,58	\$ 1.022,97	\$ 4.860,70

14	\$ 694,39	\$ 287,51	\$ 981,90	\$ 4.166,31
15	\$ 694,39	\$ 246,44	\$ 940,82	\$ 3.471,93
16	\$ 694,39	\$ 205,36	\$ 899,75	\$ 2.777,54
17	\$ 694,39	\$ 164,29	\$ 858,68	\$ 2.083,16
18	\$ 694,39	\$ 123,22	\$ 817,60	\$ 1.388,77
19	\$ 694,39	\$ 82,15	\$ 776,53	\$ 694,39
20	\$ 694,39	\$ 41,07	\$ 735,46	\$ 0,00
	\$ 13.887,72	\$ 8.625,31	\$ 22.513,03	



## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	36
f. RESULTADOS.....	46
g. DISCUSIÓN.....	74
h. CONCLUSIONES .....	185
i. RECOMENDACIONES.....	188
j. BIBLIOGRAFÍA.....	190
k. ANEXOS.....	192
ÍNDICE .....	235