



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BARRAS DE CHOCOLATE EN PASTA BASE EN LA PARROQUIA TRES DE NOVIEMBRE, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DE ORELLANA”

**Tesis previa a optar el Grado de
Ingeniero Comercial**

AUTOR

CLEBER VINICIO VERDEZOTO REMACHE

DIRECTOR

ING. GALO SALCEDO LÓPEZ, MAE.

LOJA - ECUADOR

2015

ING. GALO SALCEDO LÓPEZ, MAE.

DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Haber dirigido la Tesis de Grado cuyo Título es **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BARRAS DE CHOCOLATE EN PASTA BASE EN LA PARROQUIA TRES DE NOVIEMBRE, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DE ORELLANA”**. realizada por el egresado de la Carrera de Administración de Empresas: *Sr. Cleber Verdezoto*, previa la obtención del título de ***Ingeniero Comercial***; el presente trabajo luego de haber sido sometido a varias revisiones y correcciones en su forma y en su contenido ha sido autorizada su presentación.

Lo certifico para los fines pertinentes.

Loja, 03 enero 2015



ING. GALO SALCEDO LÓPEZ, MAE.

Director de Tesis

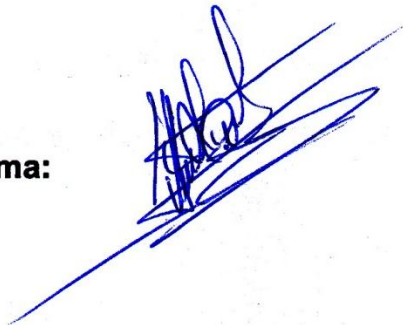
AUTORÍA

Yo, Cleber Verdezoto, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y 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.

Autor: CLEBER VINICIO VERDEZOTO REMACHE

Firma:

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping, stylized strokes that form the name Cleber Verdezoto Remache.

Cédula: 0201745296

Fecha: Loja, febrero de 2015

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

Yo, Cleber Verdezoto, declaro ser autor de la tesis titulada: ***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BARRAS DE CHOCOLATE EN PASTA BASE EN LA PARROQUIA TRES DE NOVIEMBRE, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DE ORELLANA”***, como requisito para obtener el grado de Ingeniero Comercial; autorizó al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja, para que confines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 04 días del mes de Febrero del dos mil quince, firma el autor.

Firma: _____

Autor. Cleber Vinicio Verdezoto Remache

Cédula: 0201745296

Dirección: Parroquia Tres de Noviembre – Canton Joya de los sachas - Orellana

Teléfonos: 0980933590 - 0990064503

Correo electrónico: flac_04@yahoo.es

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Galo Salcedo López, MAE

Tribunal de Grado:

Dr. Mg. Luis Quizhpe Salinas (PRESIDENTE)

Ing. Mg. Edison Espinosa Bailón (VOCAL)

Ing. Mg. Carlos Rodriguez Armijos (VOCAL)

DEDICATORIA

A mi esposa, mis padres, y mi hermano, por quienes cada día tienen sentido mi vida, testigos silenciosos de mis luchas cotidianas, en busca de un mejor futuro, para ellos mi esperanza, mi alegría y la culminación de este trabajo y lo que él representa. Han sido ustedes el pilar fundamental que me sostiene, el apoyo incondicional, el consejo sabio y oportuno para lograr lo que hoy les ofrezco.

A mis familiares y amigos que con entusiasmo y cariño me dieron valor y coraje para caminar hacia la meta propuesta.

A todos aquellos que están convencidos que solo el estudio y la superación harán un mundo mejor, ya que solo se tienen conocimientos en su mente podrán impulsar al espíritu y al corazón para vencer.

A todos ustedes dedico el producto de mi esfuerzo.

El Autor

A G R A D E C I M I E N T O

Mi agradecimiento primeramente a Dios Todopoderoso, por el don de la vida y por todas las oportunidades que puso a mi disposición, a la Universidad Nacional de Loja, porque en sus aulas y con la tutoría de su prestigiosa planta docentes, pude cimentar el fundamento cognitivo que hoy me permite cumplir con una meta más en mi vida. Para todos ellos mi gratitud y respeto especialmente para el Ing. **Galo Salcedo López**. MAE; por ser ella quien acertadamente dirigió este trabajo investigativo.

A mis padres, hermano, familiares, compañeros y amigos, por estar ahí en mi vida estudiantil y ahora aquí en la etapa profesional, gracias por estar siempre en el lugar, en el momento y en tiempo exacto. Gracias de todo corazón.

El Autor

a. TITULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BARRAS DE CHOCOLATE EN PASTA BASE EN LA PARROQUIA TRES DE NOVIEMBRE, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DE ORELLANA”

b. RESUMEN

El cacao en el Ecuador ha dominado por varios siglos la generación de divisas para el país, antes del boom petrolero, dando lugar al apareamiento de los primeros capitales y desarrollando sectores importantes como la banca, industria y el comercio. El cacao es uno de los más significativos símbolos del país. Durante casi un siglo el orden socioeconómico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del cacao.

Hoy el Ecuador posee una gran superioridad en este producto: más del 70% de la producción mundial del cacao fino de aroma se encuentra en nuestras tierras, convirtiéndonos en el mayor productor de cacao fino o de aroma del mundo. Esto ha generado una fama importante y favorable para el país. Este tipo de cacao, tiene características individuales distintivas, de toques florales, frutales, nueces, almendras, especies que lo hace único y especial.

Nuestros industriales procesan el grano para obtener semielaborados con las mismas virtudes de exquisitas tonalidades de aroma y sabor únicos del cacao ecuatoriano.

El objetivo general del presente trabajo investigativo esta orientado a la creación de una empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base en la parroquia tres de Noviembre, del cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana, con el objeto de buscar una alternativa que genere recursos y al mismo tiempo dar una idea diferente de inversión, se ha propuesto implementar esta una micro empresa que puede mejorar la calidad alimenticia de los ecuatorianos.

Para la consecución de los objetivos se utilizaron varios métodos y técnicas de investigación que permitieron cumplir con la normativa exigida para este tipo de trabajos, entre los principales destacan los métodos: Inductivo, descriptivo, y técnicas como: la observación, entrevista, encuesta, y la muestra. El presente trabajo de tesis consta de cuatro estudios importantes:

El Estudio de Mercado determino que el mercado meta está conformado por las familias de la Provincia de Orellana, ya que son ellas las que cuentan con la capacidad económica para comprar el producto que se va a ofrecer. También en base a los resultados se pudo establecer que la demanda efectiva anual es de 4030443,00 libras, la oferta es de 215640,00 y la demanda insatisfecha es de 3814830,00 libras de chocolate en pasta base.

El Estudio técnico determinó una capacidad instalada de 208.000,00 libras que significa el 5,45% de la demanda insatisfecha; en tanto que la capacidad utilizada es de 166.400,00 libras de chocolate en pasta base, que representa el 80% del total de la capacidad instaladas.

Se identificó la macro y micro localización óptima del proyecto concluyendo que se ubicará en la parroquia tres de noviembre del cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana; local ubicado frente al colegio 12 de Febrero en la Av. Los Fundadores, vía salida a Lago Agrio, ya que es el lugar idóneo para la ejecución de las actividades. La empresa estará legalmente constituida como Compañía de nombre Colectivo, constituida por tres socios.

El proyecto requiere de una inversión inicial de USD. 94517,38, que se encontrara detallada por los activos fijos con un total de USD. 59901,66; activos diferidos USD. 4630,50 y un capital de trabajo de USD. 29.985,12; su

financiamiento se encontrara conformado por un 73,55% de recursos propios y el 26,45% de financiamiento otorgado por el Banco Nacional de Fomento a 10 años plazo.

Además se estableció que el costo total para el primer año es de USD. 354895,49 y los ingresos son de USD. 514134,97,00, posteriormente se determinó en el Estado de Resultados que el proyecto lograra utilidades para el primer año de USD. 91363,65; de igual forma se calcularon los flujos para los diez años de vida útil, siendo para el primer año de USD. 99015,17 y para los demás años son todos positivos.

El flujo de caja realizado permitió elaborar la Evaluación financiera, cuyos indicadores financieros son: valor actual Neto (VAN) de 515392,61; tasa Interna de retorno (TIR) alcanza el 106,66%, Relación Beneficio Costo (B/C) de 1,45; Periodo de Recuperación de Capital (PRC) de 5 mes y 12 días; finalmente, el Análisis de Sensibilidad de muestra que el proyecto soporta un incremento en los Costos del 31,40% y una disminución en los ingresos del 21,65%.

En las conclusiones encontramos la síntesis más relevante de los resultados obtenidos del trabajo de investigación; así mismo se plantea las respectivas recomendaciones necesarias para su posterior implementación a objeto de coadyuvar al desarrollo de la región.

ABSTRACT

The cocoa in Ecuador has dominated for centuries generating foreign exchange for the country, before the oil boom, leading to the appearance of the first capital and developing important sectors such as banking, industry and trade. Cocoa is one of the most significant symbols of the country. For nearly a century the Ecuadorian socioeconomic order largely developed around the international cocoa market.

Today, Ecuador has a great superiority in this product: over 70% of world production of fine cocoa aroma is in our land, becoming the largest producer of fine or flavor cocoa in the world. This has created a significant and positive reputation for the country. This type of cocoa has distinctive individual characteristics of floral notes, fruit, nueces, almonds, spices that make it unique and special.

Our industrial process for semi grain with the same virtues of luscious shades unique aroma and flavor of Ecuadorian cocoa.

The overall objective of this research work is aimed at creating a producer and marketer of chocolate bars based pasta in the parish November 3, Joya cantón of Sachas, Orellana Province, in order to seek an alternative generating resources and at the same time give a different investment idea has been proposed to implement this a micro business that can improve the nutritional quality of Ecuadorians.

Inductive, descriptive, and techniques such as: To achieve the objectives several methods and research techniques that enabled regulatory

compliance required for this type of work, the main methods used include observation, interview, survey, and the sample. This thesis consists of four major studies:

The Market Study determined that the target market is made up of the families of the Province of Orellana, since it is they who have the financial capacity to buy the product that is being offered. Also based on the results it was established that the annual effective demand of 4,030,443.00 pounds, the offer is 215,640.00 and the unmet demand is 3,814,830.00 pounds of chocolate based pasta.

The technical study determined an installed capacity of 208,000.00 pounds which means 5.45% of unmet demand; while capacity utilization is 166,400.00 pounds of chocolate based pasta, which represents 80% of total installed capacity.

Optimal macro and micro location was identified concluding project to be located in the parish of the canton November 3 Jewel of Sachas, Orellana Province; premises located opposite the school on February 12th Av. Founders, via output to Lago Agrio, since it is the ideal place for the implementation of activities. The company will be legally constituted as Company Name Collective, consisting of three members.

The project requires an initial investment of USD. 94517.38, which was found by detailed fixed assets totaling USD. 59901.66; Deferred assets USD. 4630.50 and working capital of USD. 29985.12; funding was found comprised

of a 73.55% of capital and 26.45% of the funding provided by the National Development Bank 10-year term.

Furthermore it was established that the total cost for the first year is USD. 354,895.49 and revenues are USD. 514,134,97,00 subsequently determined in the income statement the project to achieve profits for the first year of USD. 91,363.65; likewise flows for the ten year life were calculated to be for the first year of USD. 99,015.17 and for the other years are all positive. The cash flow made it possible to develop the financial evaluation, whose financial indicators are: Net (VAN) present value of 515,392.61; Internal rate of return (IRR) reaches 106.66%, Benefit Cost Ratio (B / C) of 1.45; Capital Recovery Period (PRC) of 5 months and 12 days; Finally, the sensitivity analysis shows that the project supports an increase in the costs of 31.40% and a decrease in revenue of 21.65%.

The conclusions are the most important synthesis of the results of the research; likewise raises the respective recommendations for its future implementation coadyvar object to the development of the region.

c. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene la finalidad de analizar la posibilidad de implementar una micro empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base en el cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana, ofreciendo una alternativa diferente en cuanto a inversión; teniendo como objetivos específicos el de realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y la demanda de las barras de chocolate en pasta base en la Provincia de Orellana, determinar los requerimientos técnicos a través de un estudio así como también la macro y micro localización y la ingeniería del proyecto, realizar un estudio económico financiero para determinar las fuentes de financiamiento, inversión , presupuestos evaluación económica, hacer un estudio administrativo para diseñar la estructura de la empresa y determinar a que tipo de organización jurídica pertenece.

El trabajo inicia con el resumen, en donde se especifica los aspectos más relevantes a los que se llegó para un mayor comprensión del tema, también se realizó la Revisión de Literatura, la misma que tiene relación con las etapas de un proyecto de inversión.

En lo que se refiere a los Materiales y Métodos, se realizó una descripción de los métodos y técnicas que se utilizaron para el desarrollo de la investigación, además se determinó el cálculo del tamaño de la muestra, estableciendo que se aplicaron 396 encuestas a las familias de la Provincia de Orellana.

Seguidamente se procedió a efectuar la tabulación e interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los demandantes y ofertantes de las barras de chocolate en pasta base en la Provincia de Orellana, esto posibilitó su discusión mediante la estructuración del estudio de mercado, el mismo que permitió establecer la demanda, oferta y la demanda insatisfecha, planteando además estrategias de comercialización enfocadas al producto, precio, plaza y promoción.

Posteriormente se realizó el Estudio Técnico, en donde se trató la temática del tamaño y localización, con la finalidad de determinar la capacidad instalada y utilizada, así como la mejor ubicación de esta empresa a nivel macro y micro, considerando algunos factores que influyen en esta decisión. En la Ingeniería del Proyecto se incluye la descripción del proceso de producción, especificación de requerimientos y la distribución de la planta.

En el Estudio Administrativo se determinó su estructura orgánica funcional, esto es la base legal y organizacional, también se elaboraron los organigramas, estructural, funcional y posicional, y además el manual de funciones en donde se especifica la naturaleza, funciones principales, características y requisitos mínimos de cada uno de los puestos.

En lo referente al Estudio Financiero, en primer lugar se realizó el cálculo de los recursos necesarios que se requieren para la instalación y funcionamiento de la empresa y se determinó las fuentes de donde se obtendrá los recursos económicos. El cálculo de la inversión total, los costos totales, el costo unitario y los ingresos por ventas están respaldados en los

respectivos presupuestos, elementos indispensables para realizar la Evaluación Financiera en la que se verificó la viabilidad del proyecto a través de los indicadores financieros como el Valor actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RB/C), el periodo de Recuperación de Capital (PR/C) y el Análisis de Sensibilidad.

Conjuntamente se presenta la bibliografía utilizada y los anexos respectivos que complementan el trabajo, esperando que este sea un aporte sustancial y un incentivo para incrementar las inversiones en el Cantón Joya de los Sachas Provincia de Orellana.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

HISTORIA DEL CACAO

Hace 3000

Los Olmecas es una civilización Mesoamericana más antigua, su habitad era en las selvas tropicales del sur de Veracruz en el Golfo de México, un lugar que debido a su clima reúne las condiciones necesarias para el crecimiento del árbol del cacao. Muchos historiadores están convencidos que ellos fueron la primera civilización que cultivó dicho árbol.

El Xocoatl (600)

Alrededor del siglo IV antes de cristo, los mayas se establecieron en una extensa región del sur de México actual, su clima húmedo favorecía el crecimiento del árbol del cacao, al que los mayas llamaron “cacahuaqcht”, según sus creencias este árbol pertenecía a los dioses y las vainas que crecían en su tronco eran un regalo de ellos hacia los hombres.¹

Año 1200

Después de la caída del imperio Maya los toltecs continuaron con su cultivo dándole el nombre de *árbol del paraíso*. Los granos de este árbol se convirtieron en la moneda de cambio de toda América Central. Los Aztecas daban también importancia al cacao, al que según ellos debían su sabiduría y su fuerza.

¹. HISTORIA DEL CACAO. Revista del Chocolate y del Cacao.

Hernan Cortez (1519)

Cuando Hernán Cortez llegó a las costas de Tabasco, el emperador Moctezuma cree que es el rey de los dioses. Quetzalcoalt, cuyo regreso por mar predicen las leyendas y le da la bienvenida a la vez que acepta su dominio y le ofrece sus plantaciones de cacao. Además le da una bebida amarga en vasos de oro la cual tiene propiedades afrodisiacas. Un tiempo después al establecerse el proceso de colonización de los españoles en América Central y América del Sur los primeros granos fueron llevados a Europa.

Años más tarde al introducir la receta la idea de añadir azúcar y vainilla permitió que el chocolate conquistara Europa.²

La Iglesia y el Chocolate (1662)

Después de que el Papa Pio V hubiera dicho que el cacao como bebida no debía romper el ayuno, la iglesia empezó a ser más tolerante con la bebida. En ese año el cardenal Brancaccio trasmite al juzgado de Salomón las palabras “El chocolate no debe romper el ayuno” es decir hasta Pascua uno no puede tener el gusto de saborear el Chocolate.

Una nueva etapa del chocolate (1674)

En toda Europa el chocolate sigue siendo una bebida y en Inglaterra un grupo de pasteleros tienen la genial idea de mezclarlo con los pasteles, de esta manera nace una nueva etapa para el chocolate durante el siglo XVIII arrancan con fuerza en Francia los caramelos de chocolate.

². HISTORIA DEL CACAO. Revista del Chocolate y del Cacao.

El chocolate y los impuestos (1704)

Se a finales del siglo XVII cuando el chocolate ingresa en Alemania por la puerta grande. Aunque debido a su política de restricciones sobre las importaciones. Federico I de Prusia golpea el chocolate un los impuestos.

Venezuela y el cacao (1801)

En el siglo XVIII el chocolate regresa a América. Venezuela se erige como líder en la producción del cacao. En 1810 produce la mitad de cacao requerido en el mundo y la tercera parte de la producción que consumen los españoles.

El cultivo del cacao

El cultivo del árbol del cacao tiene su complejidad con lo cual se requieren de cuidados específicos para que este pueda llegar a dar frutos.

Los primeros seis meses de vida deben pasarlos en un vivero donde recibirán los cuidados necesarios, transcurrido ese tiempo podrán ser trasplantados al campo aunque deberán estar debajo de árboles más grandes que les protejan del sol y el viento, lo cual favorecerá su crecimiento. La siembra debe realizarse al inicio de la temporada de lluvias debido a que es una buena manera para que el árbol coja asiento antes de que llegue la temporada más fuerte de lluvias.³

La temperatura óptima para el buen desarrollo del árbol debe de ser desde 21° a 25° ya que es prácticamente imposible que pueda sobrevivir a una

³. CACAO Y CHOCOLATE.com.

temperatura inferior, de igual manera una temperatura más alta puede hacer que el árbol sufra alteraciones fisiológicas, por lo que es conveniente tenerlos a la sombra. La temperatura influirá en el número de flores que tendrá el árbol, ya que cuanto más elevada sea, más flores tendrá, se calcula que un árbol puede dar entre 6.000 a 10.000 flores de las cuales solamente unas pocas se convierten en frutos. Los arboles florecen dos veces al año, aunque la primera floración se da en los meses de: junio y julio y de la que se puede decir que es la mejor, la segunda tiene lugar en los meses de septiembre a octubre, aunque esta es mucho menor que la primera. Otro punto a tener en cuenta es el suelo el mismo que debe tener un buen drenaje, por cuanto si está muy húmedo las raíces pueden ahogarse y si les falta agua pueden secarse.

Pasado tres años de su plantación se recortan las puntas del árbol para conseguir de esta manera su crecimiento y unas buenas cosechas. Aunque el árbol del cacao no es productivo hasta pasado cinco años su grado máximo de producción no llega hasta el octavo a décimo año. Al tener una vida prolongada, alrededor de cien años, puede dar frutos durante varias décadas en las cuales la producción es constante.

Cacao materia prima del chocolate

El chocolate se obtiene por la mezcla de azúcar con cacao, que puede ser descascarillado o en forma de pasta, y manteca de cacao. Ambos pueden utilizarse mezclados o en forma aislada. Por ejemplo el chocolate blanco solo contiene manteca de cacao. Además de estos ingredientes esenciales

se pueden añadir aditivos, como estabilizantes, espesantes, aromatizantes o reguladores de la acidez a parte de leche, nata o frutos secos.

Proceso de Elaboración

La elaboración empieza con la recolección de los mejores granos de cacao de los árboles, que se clasifican y limpian para eliminar las impurezas. Tras este proceso se tuestan con sumo cuidado durante un máximo de 45 minutos. En la torrefacción se desarrollan los aromas típicos del cacao. Después se enfrían de forma muy rápida para no perjudicar los aromas obtenidos y se trituran. Según el tamaño que se desee, se obtiene el cacao descascarillado (más grande) o el cacao en polvo.⁴

Una vez obtenido el cacao, se mezcla con el resto de los ingredientes, que variarán según el tipo de chocolate que se quieran elaborar. Conseguida la pasta homogénea se procede a su refinado, basado en moler muy fino el producto hasta obtener partículas muy pequeñas. El tamaño de estas debe ser minúsculo para que no se note al comerlo. El siguiente paso es agitar de forma mecánica el producto durante varias horas, con lo que, debido a la fricción se calienta (70° -80° c) y se consigue una evaporación del agua y de los ácidos volátiles, de esta manera el sabor del chocolate será más agradable y de mayor calidad. Este proceso se denomina conchado, tras el cual se deja enfriar la pasta y se empieza la etapa del templado.

⁴. CACAO Y CHOCOLATE.com.

El objetivo durante el enfriamiento es la cristalización de la manteca de cacao. En este momento el chocolate ya está listo, solo falta el moldeado, que sirva para dar la forma final al producto. Este puede ser muy variado: chocolatinas, tabletas o bombones, entre otros. Para llevar a cabo esta etapa, se pasa el chocolate por unos moldes calientes, que se someten a vibraciones continuadas para desairear, es decir, eliminar el aire del chocolate. Por último, pasan a un túnel de enfriamiento, donde se endurece y se obtiene el producto listo para su consumo.⁵

Chocolate negro, blanco o con leche.

Hay muchas variedades de chocolate. El *negro* que es el resultado de la mezcla de la pasta y manteca de cacao con azúcar, es uno de los más apreciados por su amargo y sabor. No se le añade ningún otro producto, solo algún aditivo. Este tipo de chocolate debe presentar como mínimo el 50% de pasta de cacao. A partir de esta cantidad es cuando se aprecia el amargo del cacao. Se comercializan chocolates de proporción al 70%, 85% o 99%.

El *chocolate con leche* es el más consumido por la población y el derivado más popular del cacao. Se elabora a base de añadir leche (desnatada o entera) a la pasta y se obtiene el chocolate con leche popular, fino, extrafino o leche desnatada. La proporción de pasta de cacao debe estar por debajo

⁵. CACAO Y CHOCOLATE.com.

del 40%. En casos excepcionales, profesionales de la pastelería utilizan chocolate con leche con el 50% de cacao.⁶

El *chocolate blanco* se elabora solo con manteca de cacao un mínimo de un 20%, mezclada con azúcar y leche. Su composición carece de pasta de cacao y resulta un producto muy dulce y energético.

La industria del Chocolate en el Ecuador

En el Ecuador cerca de 25 empresas exportan chocolate como productos terminado, pero solo unas ocho concentran cerca del 90% de los envíos. De esta manera la clave para abrir más mercados pasa por la asociatividad de los productores, el desarrollo de una marca común de chocolate ecuatoriano para posicionarse en el extranjero, su promoción respectiva y una política pública que ayude y organice a los actores y productores de chocolate. Según los analistas económicos las exportaciones de chocolate y sus derivados crecieron en los últimos cinco años en un 24%, por cuanto el chocolate fino de aroma comenzó a exportarse desde hace aproximadamente una década. Según un análisis de pro ecuador muestra que las exportaciones de cacao y sus derivados fueron por USD 423 millones en el 2012. Parea el año posterior la cifra subió hasta 582 millones. El documento agrada que del total de exportaciones de cacao efectuadas en

⁶. <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/ciencia-y- tecnologia/2008/03/12/175314.php>

el 2012, más del 78% corresponde a cacao en grano; solo el 2,3% es de chocolate.⁷

Entre las marcas locales que envían sus productos al extranjero están: pacari, República del cacao, chchuculululu, cacaoyere, hoja verde gourmet o kallary.

Entre las estrategias de posicionamiento del cacao ecuatoriano, en el exterior, debe considerarse la apropiación de la denominación “arriba” o “fino de aroma”. Esta estrategia de tomarse en cuenta antes de que otros países cacaoteros incursionen en este rubro.

Según datos de la República del Cacao, el 5% del cacao mundial es considerado fino de aroma y Ecuador produce más de la mitad de dicho grano.

Para Lourdes Delgado, productora de la marca Chuchucululu, es importante determinar el porcentaje de manteca de cacao que posee cada producto terminado. En Europa se demandan barras de chocolate que contienen un 75% de manteca de cacao. En EEUU se consumen barras con un 65% de insumo y localmente. Del 50% al 55%. La diferencia “Mientras más porcentaje de manteca de cacao, más amargo y de mejor calidad resulta”.

Elaboración de la pasta base de cacao.

El proceso del cacao se puede dividir en dos etapas:

⁷. REVISTA LIDERES. Informe semanal. Empresas colocan oferta ecuador –extranjero.

- 1) Transformación del cacao.
- 2) Producción en la industria chocolatera.
- 3) Transformación del cacao; una vez recogidos los frutos se inicia un largo proceso de preparación, conocido con el nombre de “beneficiado del cacao” que da como resultado la materia prima a partir de la cual la industria chocolatera elabora los derivados del cacao.
- 4) Fermentación; proceso para separar la pulpa de la semilla y los granos con grandes hojas de bananeros o en grandes cestas de mimbre, mientras que en las plantaciones más grandes se desarrolla en grandes tanques de madera o de hormigón.
- 5) Limpieza y Secado; una vez limpios los granos se dejan secar al sol durante una semana aproximadamente para eliminar la humedad y mejorar la conservación.⁸

Transformación del cacao

- 6) Tostado; su propósito es disminuir la humedad de los granos, desarrollar el aroma y el sabor del cacao y facilitar la eliminación de la cáscara. Las semillas del cacao ya están listas para ser enviadas a la industria chocolatera.⁹
- 7) Industria chocolatera; en el proceso industrial se realizan las operaciones de limpieza, descascarillado, tostado, y molido para obtener la pasta de

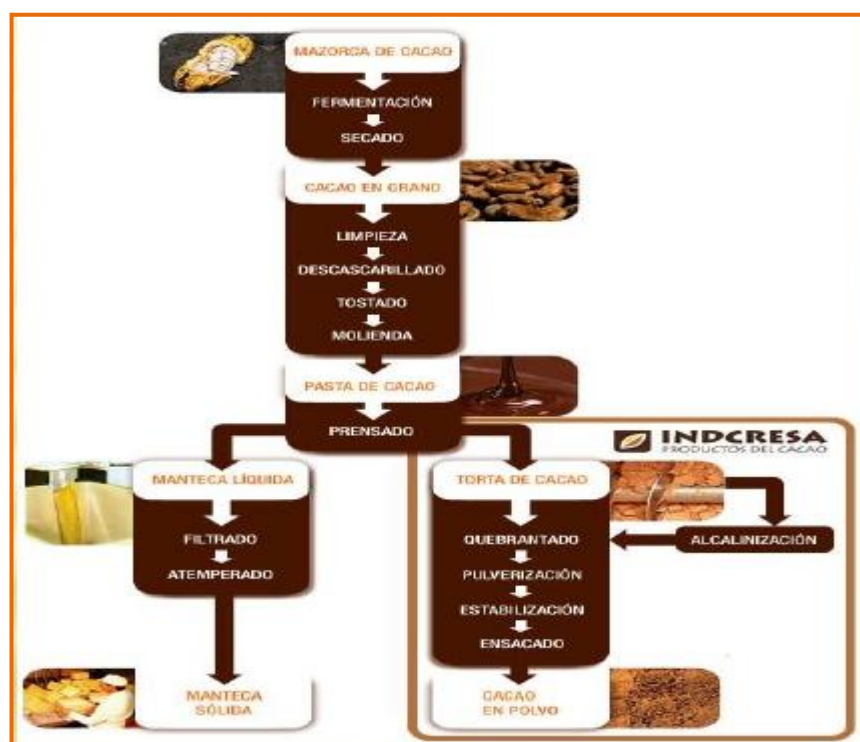
⁸. <http://es.slideshare.net/tatyportugal/proceso-de-elaboracin-del-chocolate>.

⁹. REVISTA LIDERES. Informe semanal. Empresas colocan oferta ecuador –extranjero.

cacao que es el principal ingrediente del chocolate. Posteriormente la pasta de cacao es prensada para obtener dos productos: manteca de cacao y torta de cacao.

- 8) La torta de cacao y la manteca de cacao son las materias primas para fabricar distintos tipos de chocolate: Chocolate negro, chocolate blanco y chocolate con leche.¹⁰

Gráfica 1
ESQUEMA DEL PROCESO DEL CACAO



¹⁰. <http://es.slideshare.net/tatyportugal/proceso-de-elaboracin-del-chocolate>.

MARCO CONCEPTUAL.

Proyecto de Factibilidad

Un proyecto de Inversión es: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del incremento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo¹¹.

Es también el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual una persona decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener una mayor rentabilidad a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

Etapas de un Proyecto de Factibilidad

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas: Idea, Pre inversión, Inversión y Operación

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto. De aquí que se pueda afirmar que la idea de un proyecto, más que una

¹¹ Colin F. Bruce, 1982.

ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.¹²

La etapa de pre inversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Ella está compuesta por tres niveles: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

El nivel **perfil**, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia. En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

En el nivel **pre factibilidad** se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de **factibilidad** y constituye la culminación de los estudios de inversión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la

¹² Colin F. Bruce, 1982.

necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económicas sean las más ventajosas para el país. Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad de un proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero.

EL ESTUDIO DEL MERCADO:

El estudio de mercado se hace como un paso inicial a un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio a instalar, con las previsiones para las posibles futuras ampliaciones, resultante del crecimiento del negocio. Así mismo, nos permite averiguar la cantidad de consumidores posibles (sus deseos y necesidades), las características de los productos o servicios (que vayan a satisfacer las necesidades), la estructura competitiva del mercado, las características de los clientes y/o usuarios, y el espacio definido para el negocio propuesto, tiempo de permanencia en el mercado, y precios de los productos y/o servicios que se ofrecen.¹³

Objetivos del estudio del mercado.

Los objetivos del análisis de mercado son identificar las necesidades y deseos de los consumidores, determinando en qué grado las características del producto y/o servicio, satisfacen las necesidades o deseos de los posibles clientes. Después de determinar la aceptación de los posibles

¹³.ZAMORA, J. (2009). Proyectos de inversión. 1ra. Parte.

clientes, es posible estimar el potencial del mercado, considerando la demanda esperada, basándose en el tamaño y características de renta disponible y en los desembolsos del mercado objetivo.

El estudio de mercado contribuye a constituir las estrategias financieras, permitiendo a los directivos de la empresa a seleccionar y desarrollar los mecanismos indispensables que permitan conocer y alcanzar los múltiples servicios que ofrece la empresa en el menor tiempo posible. Todo es posible debido a información confiable suministrada a los accionistas de la empresa, que garantice la retribución de la inversión realizada, para lo cual la empresa debe de realizar un estudio de los productos y/o servicios, formas de comercialización de los mismos para que los usuarios queden satisfechos, lo cual garantizará obtener los niveles de rentabilidad de la empresa.

La Demanda:

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad. Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado. Debe ser cuantificada en unidades físicas. La demanda se tiene que estudiar de la siguiente forma:

Distribución y tipología de los consumidores: En el proyecto se tiene que señalar las características de los clientes que demandan y/o demandarán

(comprarán) el producto (edad, sexo, cantidad, ubicación geográfica, nivel de instrucción, status social, etc.).¹⁴

Comportamiento actual: Se tiene que identificar a los demandantes del producto, cuántas unidades de productos están en capacidad de adquirir y señalar la frecuencia de compra: anual, mensual o diaria. Indicar la posibilidad de exportación del producto.

Fracción de la demanda que atenderá el proyecto: Indicar la demanda estimada a cubrir por el proyecto y justificar el mercado a abarcar.

Factores que condicionan la demanda futura: Señalar y explicar los factores que condicionan el consumo de los productos contemplados en el proyecto.

La Oferta

La oferta es la cantidad de un producto que por fabricación nacional e importación llega al mercado, de acuerdo con los precios vigentes. En los proyectos de inversión se tiene que indicar con quien se va a competir, cuál es la capacidad de producción, a qué precio venden, en base a qué compiten (condiciones de pago, calidad, precios, otros). La oferta se tiene que estudiar de la siguiente forma:

Distribución y tipología de los oferentes: Señala dónde se encuentran localizados, las principales características de la competencia, indicando

¹⁴.ZAMORA, J. (2009). Proyectos de inversión. 1ra. Parte.

mecanismos que se utilizan para lograr la satisfacción del cliente, productos que ofrecen, cantidad de productos que venden anual, mensual o diariamente, mercado que abarcan, precios que ofertan.¹⁵

Comportamiento actual: Indica los factores que influyen en el comportamiento de la oferta, por ejemplo: si es estacional, políticas de venta de la competencia, etc.

Factores que condicionan la oferta futura: Menciona los factores que limitan o favorecen el aumento o disminución de la oferta en el mercado.

El Producto

Para poder llevar a cabo el estudio del producto en un proyecto de inversión se tienen que llevar a cabo los siguientes pasos:

Identificación (es) del producto (s): Se realiza mediante una descripción exacta de las características de los bienes y servicios, indicando nombres de los mismos y los fines a los que se destina(n).

Especificaciones técnicas: Las especificaciones que se tienen que tomar en cuenta son las que se indican en las Normas de Calidad, que regulan las características y calidad del producto, además de especificar toda la información requerida para su presentación.¹⁶

¹⁶.ZAMORA, J. (2009). Proyectos de inversión. 1ra. Parte.

Durabilidad: Se hace referencia a la vida útil del producto, es decir periodo de vida. (Indicar si es perecedero, no perecedero).

Productos sustitutos o similares: Estos son los productos que existen en el mercado, que satisfacen las mismas necesidades que se consideran en el proyecto.

Productos complementarios: Son aquellos que se deben considerar en el proyecto, para satisfacer los requerimientos del cliente. Ejemplo: producto elaborado Cama, el producto complementario el colchón.

Precio del Producto: Se tiene que especificar los precios de los productos a ofertar y realizar un cuadro comparativo con los precios de la competencia, lo cual lograría una visión general del comportamiento del producto en el mercado.¹⁷

Comercialización

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final, existiendo canales de comercialización que utilizará la empresa, para vender el producto y los mecanismos de promoción a utilizar. Así mismo deben existir políticas de comercialización que guiaran las negociaciones.

¹⁷Baca, Gabriel. Evaluación de Proyectos V Edición. México D.F.: McGraw-Hill, 2006.

La 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. (Baca, 2006).

El propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar las posibilidades de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Baca, 2006).

La demanda está en función de varios factores, como la necesidad real que se tiene del bien o servicio, el precio, nivel de ingreso de la población; toda esta información se debe recopilar a través de fuentes primarias (encuestas), secundarias, artículos científicos, etc.¹⁸

Tipos de demandas.

En relación con su oportunidad:

- a) Demanda Potencial,
- b) Demanda Real,
- c) Demanda Efectiva,
- d) Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

¹⁸Baca, Gabriel. Evaluación de Proyectos V Edición. México D.F.: McGraw-Hill, 2006.

e) Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se puede reconocer dos tipos de demanda satisfecha:

Satisfecha saturada, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.

Satisfecha no saturada, que es la que se encuentran aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer creer mediante el uso adecuado de herramientas de mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

En relación con su necesidad:

- a) Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- b) Demanda de bienes no necesarios o de gusto, que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo.¹⁹

En relación con su temporalidad:

Demanda continua, es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.

¹⁹ Baca, Gabriel. Evaluación de Proyectos V Edición. México D.F.: McGraw-Hill, 2006.

- a) Demanda cíclica o estacional, es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, enfriadores de aire en tiempo de calor, etc.²⁰

De acuerdo con su destino:

- a) Demanda de bienes finales, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.

Demanda de bienes intermedios o industriales, que son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

EL ESTUDIO TÉCNICO.

En el estudio de la viabilidad financiera de un proyecto el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área. Técnicamente pueden existir diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir en función de su grado de perfección financiera, normalmente se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser optima técnicamente, pero no serlo financieramente.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un

²⁰ <http://www.monografias.com/trabajos70/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:²¹

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

Capacidad de la Planta

Factores que condicionan el Tamaño de la Planta: Son aquellos donde se indican y explican los factores que condicionan e influyen de manera predominante en la selección del tamaño de la planta. Ejemplo: Características del mercado de consumo, economías de escala, disponibilidad de recursos financieros, disponibilidad de materia prima, disponibilidad de servicios, disponibilidad y características de la mano de obra, tecnología de producción y políticas económicas.

Capacidad instalada: Es aquella que indican cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo,

²¹. <http://www.monografias.com/trabajos70/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

es decir volumen, peso, valor o unidades de producto elaborados por año, mes, días, turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que se procesa.

Capacidad utilizada: Se indican y explican el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, mano de obra.²²

Programa de Producción y Ventas

Programa de producción: Considera la capacidad instalada y el porcentaje de utilización de la capacidad.

Programa de Ventas: En este se expresa las cantidades de ventas anuales en unidades monetarias.

Procesos y Tecnologías: Son las tecnologías existentes y disponibles para los procesos productivos.

Descripción del Proceso Productivo: Describir todas las etapas que conforman el proceso productivo de cada uno de los productos.

Maquinaria, Equipos y Herramientas existentes: Son las maquinarias, equipos de transporte y de laboratorio, herramientas, vehículos, etc., necesarios para llevar a cabo los objetivos del proyecto.²³

²²HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87

Descripción de las Instalaciones Necesarias: Se describen los requerimientos del terreno, especificando: tenencia de la tierra, tamaño, valor, vía de acceso, adecuación para el tipo de actividad que en él se realizará, problemas que presenta, servicios básicos (agua, luz, teléfono, etc.), descripción de la infraestructura y construcción indicando características, valor, tamaño y ubicación

Distribución Física: Se indica la distribución física de maquinarias y equipos dentro de la planta, para establecer el tamaño y la localización de las áreas industriales dedicadas a: recepción de insumos, producción, servicios auxiliares, almacenamiento e intercomunicación de la planta.

Factores que determinan la Localización: Los factores que inciden más vigorosamente son:

- Ubicación del mercado de consumo.
- La localización de las fuentes de materia prima.
- Disponibilidad y características de la mano de obra.
- Facilidades de transporte y vías de comunicación adecuadas
- Disponibilidad y costo de energía eléctrica y combustible
- Disposiciones legales, fiscales o de política de localización de la industria manufacturera
- Disponibilidad de servicios públicos, agua, teléfono, vialidad, infraestructura, eliminación de desechos.

²³HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87

La Localización de la Industria deberá estar en concordancia con la normativa establecida por el Ministerio del Ambiente y de los Recursos Naturales Renovables y/o del Ministerio de Sanidad y Asistencia Social, dirigidos a la conservación, defensa y mejoramiento del ambiente.²⁴

Insumos Requeridos: Los distintos tipos de insumos (materia prima y otros materiales) que se utilizarán por producto, en cada etapa del proceso productivo, señalando: características, calidad, durabilidad.

Disponibilidad de Insumos: Se indican si los insumos (materia prima y otros materiales) utilizados en el proceso productivo están disponible en los momentos deseados, en caso contrario se debe indicar que afecta la disponibilidad de los mismos.

Origen de los Insumos: Se debe indicar el origen de los insumo, es decir señalar si es Regional, Nacional o Internacional.

Insumos Sustitutivos: Se indican si existen insumos que puedan reemplazar a los insumos originales, si se ajusta a la calidad necesaria para cumplir el proceso que exige el producto.

Requerimiento de Personal y Costo: La mano de obra requerida para lograr los objetivos del proyecto, son de cantidad, calificación, modalidad de contratación, sueldo, beneficios

²⁴. <http://www.monografias.com/trabajos70/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

Organización: Se tiene que indicar la Estructura Organizativa de la Empresa, es decir en lo que se refiere a los recursos humanos disponibles para administrar el proyecto.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El estudio organizacional permitirá dotar a la empresa de todos aquellos permisos legales para su funcionamiento, se establecerá una estructura jerárquica, y, dará dirección interna a sus empleados a través de los manuales de funciones.

Organigramas

El organigrama es la representación gráfica de la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos.²⁵

Manuales de Funciones

Es un instrumento laboral que proporciona información de todas las responsabilidades que tiene un cargo determinado en una empresa, partiendo desde los requisitos indispensables del perfil requerido hasta las actividades encomendadas ha dicho puesto.

²⁵HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87

EL ESTUDIO FINANCIERO.

La importancia de un proyecto de inversión responde a la siguiente interrogante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres tipos de presupuestos: ventas, inversión, gastos. Con lo que se podrá determinar si el proyecto es viable, o si requiere cambios, como por ejemplo, vender más, adquirir maquinaria barata o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad. Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida. Dentro del Estudio Financiero se puede encontrar:

Necesidades Totales de Capital: Son los recursos monetarios necesarios para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto, comprende los activos fijos tangibles e intangibles y el capital de trabajo.²⁶

Requerimiento Total de Activos: En este ítem se indica el destino que se dará a los recursos.

Activos Fijos Tangibles e Intangibles: Se desglosan detalladamente todos los activos tangibles e intangibles, que se van a usar en el proyecto.

Capital de Trabajo: Es aquel que se va destinar en el proyecto en el tiempo que se estime la duración del mismo.

Tipo de Financiamiento: Se indica la modalidad de la inversión, el aporte propio del promotor y el crédito solicitado.

Fuentes de Financiamiento: En el proyecto se indica si el financiamiento se presenta por endeudamiento con algún ente financiero, de igual manera se indica el ente financiero al que solicitará el crédito actual.

Condiciones del Crédito: Indica el monto del crédito, tasa de interés, periodo de amortización, periodo de intereses diferidos, período de pago de intereses diferidos, período de gracia y cantidad de cuotas.

Amortización de la deuda: Presentar la tabla de amortización del crédito.

²⁶HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87

Inversión Anual durante la vida del proyecto: Refleja las inversiones necesarias durante la vida útil del proyecto.

Depreciación y Amortización de la Inversión: Explica el método utilizado para la depreciación de los activos fijos tangibles y el método para la amortización de los activos fijos intangibles.

Otros Gastos de Fabricación: Indicar y analizar los gastos a realizar por concepto de servicios y gastos conexos a la producción.

Otros Gastos de Administración y Ventas: Analizar y explicar el uso de los gastos que se incurrirá por concepto de administración y ventas.

Estructura de Costo con Financiamiento: Indicar y realizar un análisis descriptivo del cuadro de estructura de costo.

Estado de Ganancias y Pérdidas con Financiamiento: Realizar un análisis descriptivo de los resultados del Estado de Ganancias y Pérdidas, durante la vida útil del proyecto.

Flujo de Caja con Financiamiento: Realizar un análisis descriptivo de los resultados del Flujo de Caja, durante la vida útil del proyecto.

Ingresos Totales Anuales: Indicar las fuentes de los ingresos y su proyección en el tiempo.²⁷

²⁷HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87

Capacidad de Pago: Realizar un análisis descriptivo sobre la Fuente y Uso de los recursos del proyecto, donde se indique la disponibilidad de efectivos anuales.

Índices de Evaluación del Proyecto: Definir conceptualmente los índices financieros y realizar un breve análisis descriptivo de los resultados de los mismos para el proyecto.²⁸

1. Tasa interna de Retorno
2. Valor Presente Neto
3. Periodo de Recuperación de Capital
4. Relación de Beneficio Costo
5. Análisis de Sensibilidad

- **Valor actual neto**

Es el valor monetario que resulta de la suma de flujos descontados a la inversión inicial. Si el resultado de los VAN calculado es positivo, entonces el proyecto es realizable, caso contrario no se debe ejecutar.

Fórmula Valor Actual Neto

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

Dónde:

VAN = Valor actual neto

²⁸HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87

$BN_t = \text{Beneficios netos}$

$I_0 = \text{Inversión inicial}$

$1 = \text{Constante matemática}$

$i = \text{Tasa de descuento}$

$t = \text{Tiempo.}$

- **Tasa Interna de Rendimiento**

Es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto sea igual a cero (0).

$$\text{Formula: } TIR = \sum \frac{BN_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

Donde: $TIR = \text{Tasa interna de retorno}$

Si la TIR es mayor que el costo de capital se acepta el proyecto.

Si la TIR es menor que el costo de capital no se debe realizar el proyecto.²⁹

- **Período de Recuperación de Capital**

Permite determinar el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utilizan los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera inversión}}$$

²⁹HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87

• **Relación Beneficio/Costo**

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada unidad monetaria invertida, con lo cual se determina la factibilidad del en base a los siguientes criterios:

$$\text{Fórmula: } \textit{Relacion Costo Beneficio} = \frac{\textit{VAN de los beneficios}}{\textit{VAN de los costos}}$$

RB/C mayor que 1 se puede realizar el proyecto.

RB/C igual que 1 es indiferente realizar el proyecto.

RB/C menor que 1 no se debe realizar el proyecto.³⁰

▪ **Análisis de Sensibilidad**

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios. El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es:

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno, el proyecto es sensible.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno, el proyecto no sufre ningún efecto.

³⁰HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno, no es sensible.

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

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

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

A Continuación se enuncian los materiales que fueron utilizados para almacenar la información, la misma que fue utilizada en la presente investigación:

Físicos y Tecnológicos

- Revistas, Libros, Folletos, Anuncios y Periódicos.
- Cuaderno, Lápices, Esferos y Borrador.
- Flash Memory.

Virtuales

- Buscadores y Navegadores Web
- Plataforma de la MED
- Correo Electrónico

Humanos

- Población de la parroquia tres de noviembre, cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.
- Gerentes y Propietarios de Empresas productoras y comercializadoras de chocolates del cantón Joya de los Sachas Provincia de Orellana.
- Autor de la Tesis: Cleber Verdezoto.

MÉTODOS

Método Deductivo

El Método Deductivo desciende de lo general a lo particular de forma que partiendo de enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares; de esta manera podemos indicar que este método se utilizó en la investigación para indagar en las diferentes empresas a nivel nacional que producen y comercializan barras de chocolate; proporcionó la información sobre el mercado para determinar el tamaño de la muestra, además ayudó en la recopilación de la información, de las necesidades colectivas y afirmaciones generales sobre la producción y comercialización de las barras de chocolate.

Método Inductivo

La inducción suele caracterizarse por un raciocinio que va de lo singular a lo particular a lo general o universal, esta tiende a desarrollar teorías científicas generales a partir de observaciones particulares en la investigación. El método nos sirvió en la investigación para realizar el análisis de los resultados y de esta manera inferir conclusiones valederas y orientadas a determinar resultados que puede contrastar con principios y nociones generales sobre la factibilidad de empresas.

Método Analítico

El método analítico es aquel que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la

naturaleza y los efectos; permitiéndonos en la presente investigación descubrir las causas y los efectos de la problemática existente en el sector social, en especial en el sector productivo del cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

Método Descriptivo

El Método Descriptivo consiste en describir una situación, fenómeno, proceso o hecho social para formular, en base a esto hipótesis precisas el método nos permitió analizar y determinar la demanda potencial, real y efectiva, así como la demanda insatisfecha, así mismo en la determinación de las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Método Estadístico

El método Estadístico es un proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación, y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones, de esta manera el presente método permitió recoger, ordenar, clasificar e interpretar los datos proporcionados por las encuestas aplicadas a nuestro universo muestral en los diferentes instrumentos de investigación.

Técnicas.

Las técnicas que se utilizaron para la recopilación de información fueron las siguientes:

La técnica bibliográfica, la misma que a través de libros, revistas, folletos, periódicos, Internet, etc., permitió recopilar información que fundamentó la presente investigación.

Las encuestas se aplicaron a los posibles demandantes del área urbana del cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana; con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de los mismos y de esa forma poder determinar la demanda del producto.

Para determinar el tamaño de la muestra se consideró toda la población de la Provincia de Orellana, y como referencia se tomó en cuenta el Censo Poblacional del INEC del 2010, que es de 136.396 habitantes. Para la actualizar se consideró el mismo porcentaje sugerido por el INEC que es de 5,60%.

Proyección de la población

$$D_x = D_b(1 + i)^n$$

$$D_{2014} = 136.396 (1 + 0.0560)^4$$

$$D_{2014} = 136.396 (1.056)^4$$

$$D_{2014} = 136.396 (1.2435282984)$$

$$D_{2014} = 169.612 \text{ habitantes}$$

La población objetivo fueron las familias de la Provincia de Orellana, tomando en consideración los datos de la población que es de 169.612 habitantes, luego se procedió a dividir para 4 integrantes de familia,

resultando que existen 42.403 familias, luego se procedió a la determinación de la muestra.

Determinación del Tamaño de la muestra

Fórmula
$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Dónde:

n = ? Tamaño de la muestra

N = 42.403 Número de habitantes de la Provincia de Orellana

e = 0,05 Error de la muestra

$$n = \frac{42.403}{1 + (0,05)^2 42.403} = \frac{42.403}{107.0075} = 396$$

n = 396 encuestas

Cuadro 1
DISTRIBUCION MUESTRAL

N°	Cantones	Cantidad población	% Población	Cantidad de Encuestas
1	Aguarico	6021,22	3,55%	15
2	La Joya de los Sachas	46745,06	27,56%	109
3	Loreto	26323,78	15,52%	62
4	Orellana	90521,92	53,37%	211
	TOTAL	169612	100%	396

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Elaboración: El Autor

f. RESULTADOS

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA DEMANDANTES

DATOS GENERALES

Pregunta 1

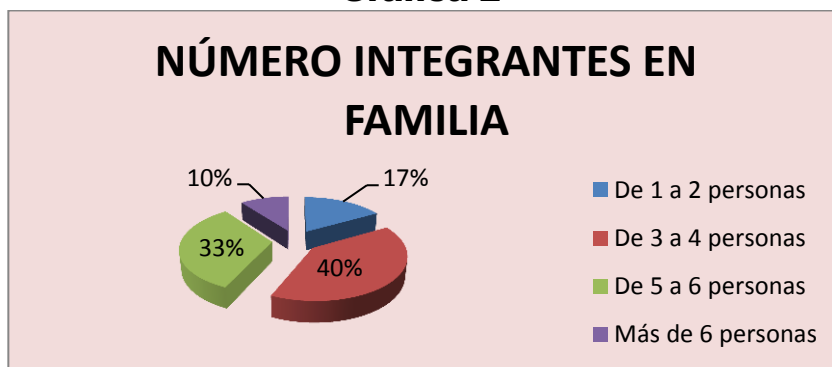
¿Cuántas personas conforman su familia?

Cuadro 2
NUMERO DE INTEGRANTES EN FAMILIA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 personas	66	17%
De 3 a 4 personas	158	40%
De 5 a 6 personas	131	33%
Más de 6 personas	41	10%
TOTAL	396	100%

*Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.
Elaboración: EL Autor.*

Gráfica 2



Interpretación y Análisis:

En la pregunta los resultados son; el 40% de los encuestados provienen de familias con 3 o 4 integrantes. El 33% manifestaron que sus familias están integradas por 5 o 6 personas, el 17% indicaron que sus familias la conforman 1 o 2 integrantes; finalmente el 10% indicaron que sus familias la conforman más de 6 personas.

Pregunta 2

¿Cuáles son los ingresos promedio en dólares de su hogar?

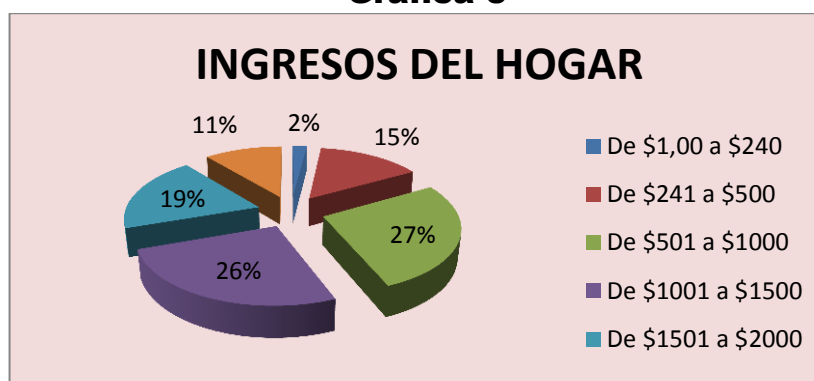
Cuadro 3
INGRESOS DEL HOGAR

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De \$1,00 a \$240	8	2%
De \$241 a \$500	59	15%
De \$501 a \$1000	107	27%
De \$1001 a \$1500	102	26%
De \$1501 a \$2000	76	19%
Más de \$2000	44	11%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.

Elaboración: El Autor.

Gráfica 3



Interpretación y Análisis:

Los resultados indican que el 27% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de \$501 a \$1000. El 26% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de \$1001 a \$1500. El 19% tienen ingresos económicos en sus familias de \$1501 a \$2000. El 15% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de \$241 a \$500. El 11% de los encuestados tienen ingresos económicos en sus familias de más de \$2000 y el 2% tienen ingresos en sus familias de \$1.00 a \$240.

DATOS ESPECÍFICOS

Pregunta 1

¿Usted conoce las Barras de Chocolate en pasta base?

Cuadro 4
CONOCE LAS BARRAS DE CHOCOLATE EN PASTA BASE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	396	100%
No	0	0%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.
Elaboración: El Autor.

Gráfica 4



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 100% de los encuestados conocen las barras de chocolate en pasta base, mientras que el 0% de los encuestados indicaron que no conocen este producto.

Pregunta 2

¿Usted consumen en su hogar Barras de Chocolate en pasta base?

Cuadro 5
CONSUMO DE BARRAS DE CHOCOLATE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	333	84%
No	63	16%
TOTAL	396	100%

*Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.
Elaboración: El Autor.*

Gráfica 5



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 84% de los encuestados consumen en su hogar las barras de chocolate en pasta base, mientras que el 16% de los encuestados indicaron que no consumen este producto.

Pregunta 3

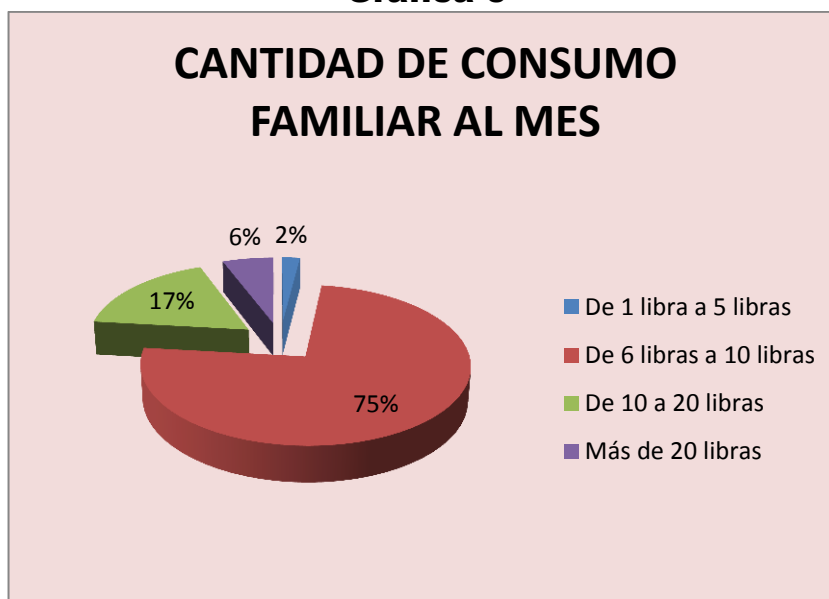
¿Cuál es la cantidad de Barras de Chocolate en pasta base que consumen en su hogar?

Cuadro 6
CANTIDAD DE CONSUMO FAMILIAR AL MES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 libra a 5 libras	8	2%
De 6 libras a 10 libras	296	75%
De 10 a 20 libras	69	17%
Más de 20 libras	23	6%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.
Elaboración: El Autor.

Gráfica 6



Interpretación y Análisis:

Se establece en el presente cuadro que 75% de los encuestados manifestaron que consumen de 6 libra a 10 libras; el 17% de los encuestados manifestaron que consumen de 10 a 20 libras; el 6% consumen más de 20 libras y el 2% consumen de 1 libra a 5 libras.

Pregunta 4

¿Qué factores considera usted al momento de adquirir las barras de chocolate en pasta base, señale la opción más relevante?

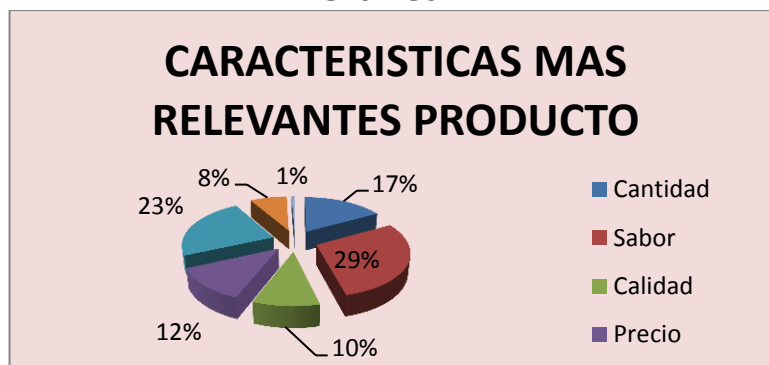
Cuadro 7
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cantidad	81	17%
Sabor	140	29%
Calidad	47	10%
Precio	59	12%
Higiene	112	23%
Presentación	37	8%
Otros	3	1%
TOTAL	479	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.

Elaboración: El Autor.

Gráfica 7



Interpretación y Análisis:

Los resultados son el 17% prefieren la cantidad del producto, el 29% de los encuestados consideran que el producto debe de tener un buen sabor, el 10% la buena calidad, el 12% considera que el precio debe ser conveniente, el 23% consideran que la higiene en la producción y manejo, debe de tener preponderancia sobre el resto de opciones, el 8% prefieren la presentación el 1%, considera otros factores que no se especifican.

Pregunta 5

¿Si en la Provincia de Orellana se implementara una empresa productora y comercializadora de Barras de Chocolate en pasta base, estaría usted dispuesto a adquirir este producto?

Cuadro 8

ADQUIRIRÍA EL PRODUCTO SI HUBIESE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BARRAS DE CHOCOLATE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	375	95%
No	21	5%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.

Elaboración: El Autor.

Gráfica 8



Interpretación y Análisis:

Como se demuestra en el cuadro adjunto 378 encuestados que son el 95%, indicaron que estarían dispuestos en adquirir las barras de chocolate en pasta base, mientras que 21 que corresponden el 5% indicaron que no adquirirían el mencionado producto.

Pregunta 6

¿Qué precio paga por cada libra de chocolate en pasta base?

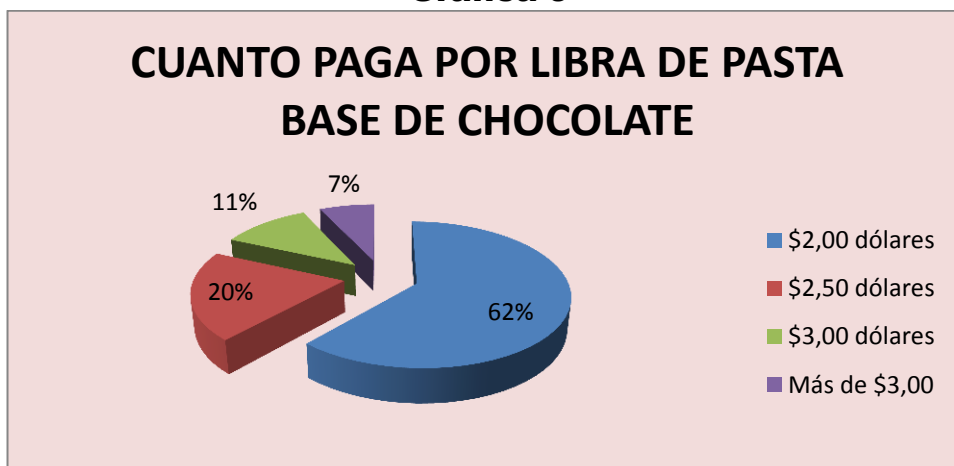
Cuadro 9
PRECIO DE LA LIBRA DE CHOCOLATE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$2,00 dólares	244	62%
\$2,50 dólares	79	20%
\$3,00 dólares	45	11%
Más de \$3,00	28	7%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.

Elaboración: El Autor.

Gráfica 9



Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta los resultados señalan que el 62% de los encuestados manifestaron que están dispuestos a pagar \$ 2.00 por cada libra. El 20% de los encuestados indicaron que están dispuestos a pagar 2.50\$ por cada libra. El 11% de los encuestados señalaron que están dispuestos a pagar \$ 3.00 por cada libra y el 7% de los encuestados manifestaron que están dispuestos a pagar más de 3.00\$ por cada libra de barras de chocolate en pasta base.

Pregunta 7

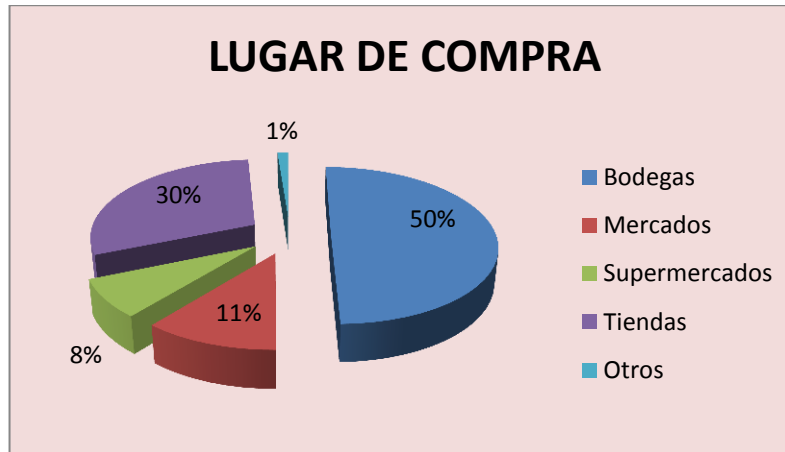
¿En qué lugar adquiere las Barras de Chocolate en Pasta Base para el consumo de su hogar, señale una sola opción?

Cuadro 10
LUGAR DE COMPRA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bodegas	205	50%
Mercados	46	11%
Supermercados	32	8%
Tiendas	124	30%
Otros	5	1%
TOTAL	412	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana...
Elaboración: El Autor.

Gráfica 10



Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta los resultados señalan que el 50% de los encuestados manifestaron que adquieren el producto en Bodegas, el 11%, adquieren en los mercados, el 8% adquieren en supermercados, el 30% adquieren en tienda y el 1% indicaron en diferentes lugares.

Pregunta 8

¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de nuestro producto, señale una sola opción?

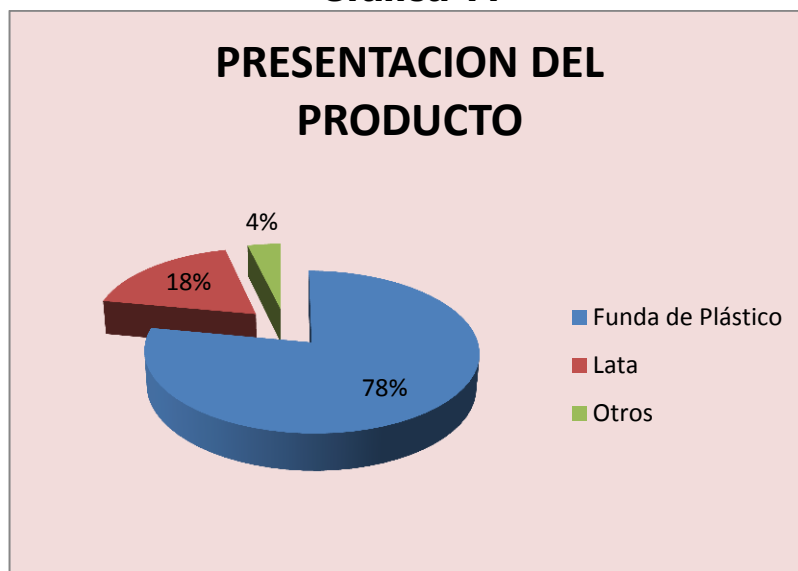
Cuadro 11
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Funda de Plástico	309	78%
Lata	72	18%
Otros	15	4%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.

Elaboración: El Autor.

Gráfica 11



Interpretación y Análisis:

Los resultados en esta pregunta indicaron que el 78% de los encuestados desean una presentación del producto en funda de plástico, el 18% respondieron que prefieren una presentación en lata y finalmente un 4% expresaron que otras presentaciones del producto son adecuadas.

Pregunta 9

¿Qué medio publicitario usted prefiere, señala una sola opción?

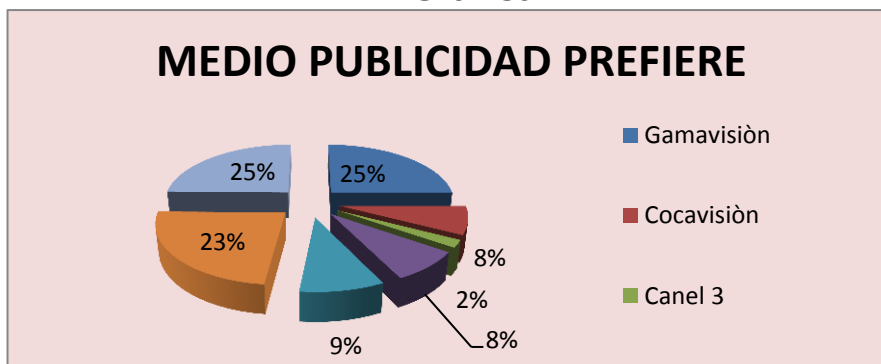
Cuadro 12
MEDIO PUBLICITARIO PREFERE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
TELEVISION		
Gama visión	99	25%
Coca visión	30	8%
Canel 3	8	2%
Subtotal	137	35%
RADIO		
JC Radio	32	8%
Radio Elecuatoriano. Com	36	9%
Latinaplus F.M.	93	23%
Subtotal	161	40%
PRENSA		
Independiente	98	25%
Subtotal	98	25%
Total	396	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.

Elaboración: El Autor.

Gráfica 12



Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta se puede determinar que en forma general el 35% de los encuestados prefieren que el producto se promocióne por medio de la televisión donde (gama visión 25%, Coca visión 8% y canal 3- 2%), el 40%

por medio de la radio donde (JC radio 8%, elecuatoriano 9% y latinaplus 23%) y el 25% por medio de la prensa escrita.

Pregunta 10

¿En qué horarios usualmente usted accede a los siguientes medios de comunicación?

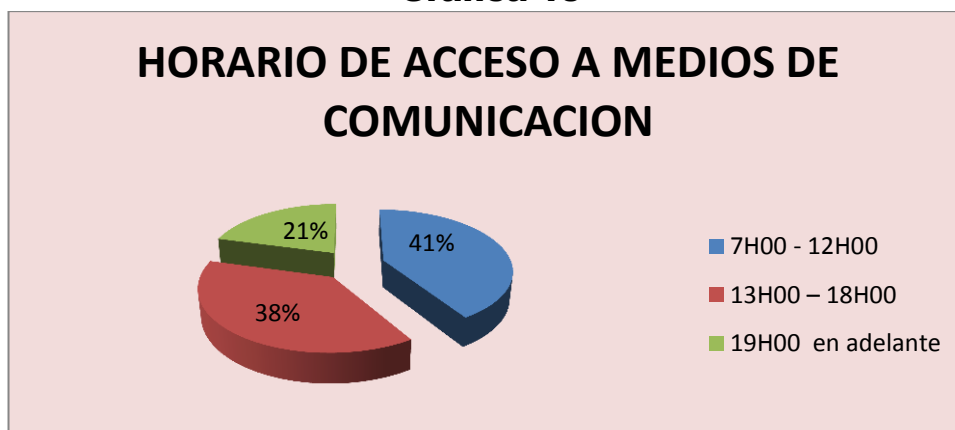
Cuadro 13
HORARIO DE ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
7H00 - 12H00	163	41%
13H00 – 18H00	151	38%
19H00 en adelante	82	21%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana...

Elaboración: El Autor.

Gráfica 13



Interpretación y Análisis:

Los resultados en esta pregunta dicen que el 41% de los encuestados pueden adoptar por el horario de 7H00 a 12H00. El 38% puede adoptar el horario de 13H00 a 18H00, y finalmente el 21% de los encuestados indicaron que pueden adoptar el horario de 19H00 en adelante para enterarse de la promoción del producto.

Pregunta 11

¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

Cuadro 14
PROMOCIONES A LOS CLIENTES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	385	97%
No	11	3%
TOTAL	399	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.

Elaboración: El Autor.

Gráfica 14



Interpretación y Análisis:

En esta pregunta los resultados señalan que el 97% de los encuestados indicaron que *SI* les gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes, mientras que el 3% indicaron que *NO* les interesa que la empresa ofrezca promociones a sus clientes.

Pregunta 12

¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa, señale una sola opción?

Cuadro 15
PROMOCIONES DE LA EMPRESA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sorteos mensuales	86	22%
Descuentos personales	119	30%
Producto adicional	191	48%
TOTAL	396	100%

Fuente: Encuesta a ciudadanos de la Provincia de Orellana.

Elaboración: El Autor.

Gráfica 15



Interpretación y Análisis:

En la presente pregunta los resultados indican que el 48% de los encuestados desearían que la empresa ofrezca una cierta cantidad adicional del producto. El 30% de los encuestados desearían que la empresa ofrezca descuentos personales de promoción, mientras que el 22% de los encuestados desearían que la empresa ofrezca sorteos mensuales de promoción.

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA A OFERENTES

Pregunta 1

¿En su negocio usted produce y comercializa barras de chocolate en pasta base?

Cuadro 16
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Enc. Emp. Prod. y Com. Barras de chocolate en pasta base de Provincia de Orellana.
Elaboración: El Autor.

Gráfica 16



Interpretación y Análisis:

Como podemos constatar en el cuadro anterior, los resultados indican que todos los productores y comercializadores de barras de chocolate en pasta base indicaron que todos realizan esta actividad en la provincia de Orellana.

Pregunta 2

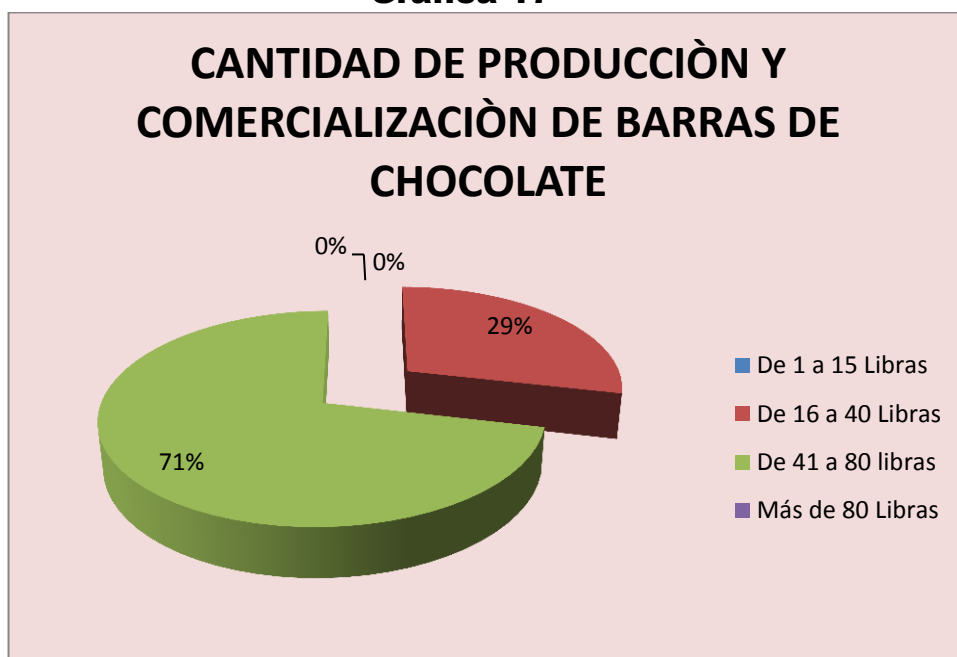
¿Qué cantidad de barras de chocolate en pasta base procesa y comercializa diariamente?

Cuadro 17
CANTIDAD BARRAS DE CHOCOLATE QUE PRODUCE Y COMERCIALIZA

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 15 Libras	0	0%
De 16 a 40 Libras	2	29%
De 41 a 80 libras	5	71%
Más de 80 Libras	0	0%
TOTAL	8	100%

*Fuente: Enc. Emp. Prod. y Com. Barras de chocolate en pasta base de Provincia de Orellana.
 Elaboración: El Autor.*

Gráfica 17



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 29% de los oferentes encuestados producen y comercializan barras de chocolate en pasta base entre 16 a 40 libras, mientras que el 71% de los encuestados lo hacen entre 41 a 80 libras, el resto de opciones no obtuvo porcentajes.

Pregunta 3

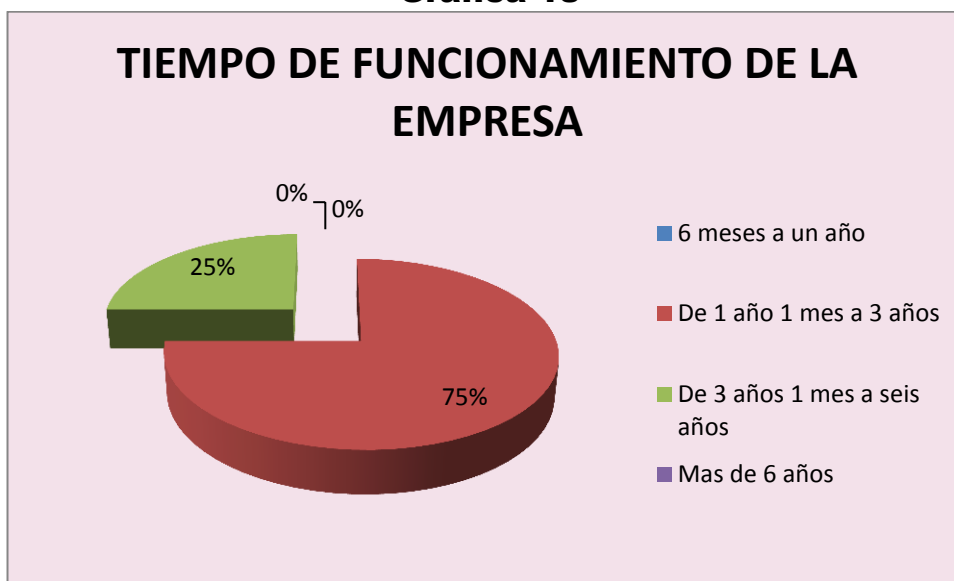
¿Qué tiempo tiene de funcionamiento su empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base?

Cuadro 18
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
6 meses a un año	0	0%
De 1 año 1 mes a 3 años	6	75%
De 3 años 1 mes a seis años	2	25%
Más de 6 años	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Enc. Emp. Prod. y Com. barras de chocolate en pasta base de Provincia de Orellana.
Elaboración: El Autor.

Gráfica 18



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 75% de los oferentes encuestados indicaron que el tiempo de su empresa en funcionamiento esta entre 1 año 1 mes a 3 años; y el 25% están entre el rango de 3 años 1 mes a seis años, el resto de opciones no obtuvieron porcentajes.

Pregunta 4

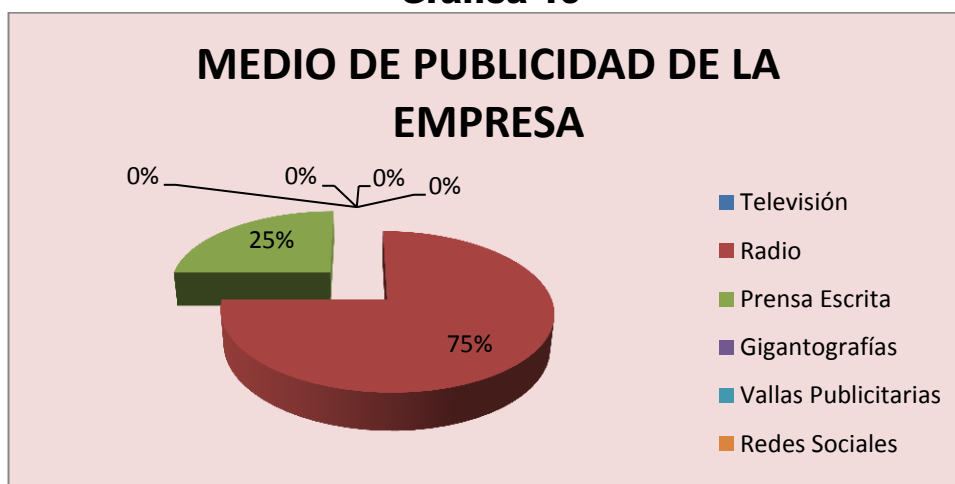
¿Cómo hace la publicidad de su negocio al público?

Cuadro 19
MEDIO DE PUBLICIDAD DE LA EMPRESA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	0	0%
Radio	6	75%
Prensa Escrita	2	25%
Gigantografías	0	0%
Vallas Publicitarias	0	0%
Redes Sociales	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Enc. Emp. Prod. y Com. barras de chocolate en pasta base de Provincia de Orellana.
Elaboración: El Autor.

Gráfica 19



Interpretación y Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede comprobar que el 75% de los oferentes encuestados indicaron que el medio de publicidad que utilizan es la radio y el 25% de los encuestados indicaron que lo hacen a través de la prensa escrita.

Pregunta 5

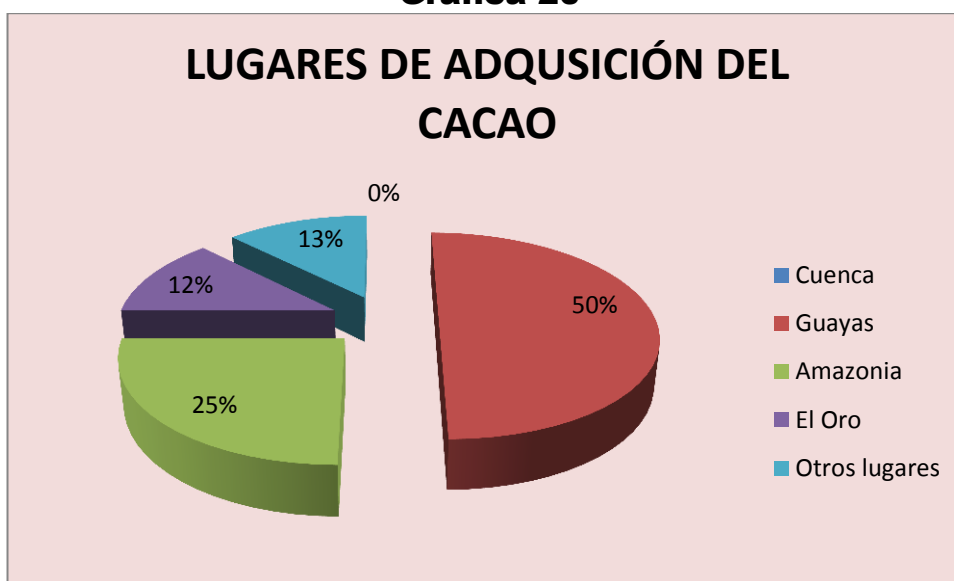
¿En dónde adquiere usted el cacao para el procesamiento de las barras de chocolate en barras y comercialización?

Cuadro 20
ADQUISICIÓN DEL CACAO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cuenca	0	0%
Guayas	4	50%
Amazonia	2	25%
El Oro	1	12,5%
Otros lugares	1	12,5%
TOTAL	8	100,00%

*Fuente: Enc. Emp. Prod. y Com. barras de chocolate en pasta base de Provincia de Orellana.
Elaboración: El Autor.*

Gráfica 20



Interpretación y Análisis:

En esta pregunta se demuestra que el 50% de los oferentes encuestados adquieren el cacao en el Guayas; el 25% manifestaron que la materia prima la adquieren en el sector de la Amazonía; el 12,5% en la Provincia del Oro y el 12,5% en diferentes lugares.

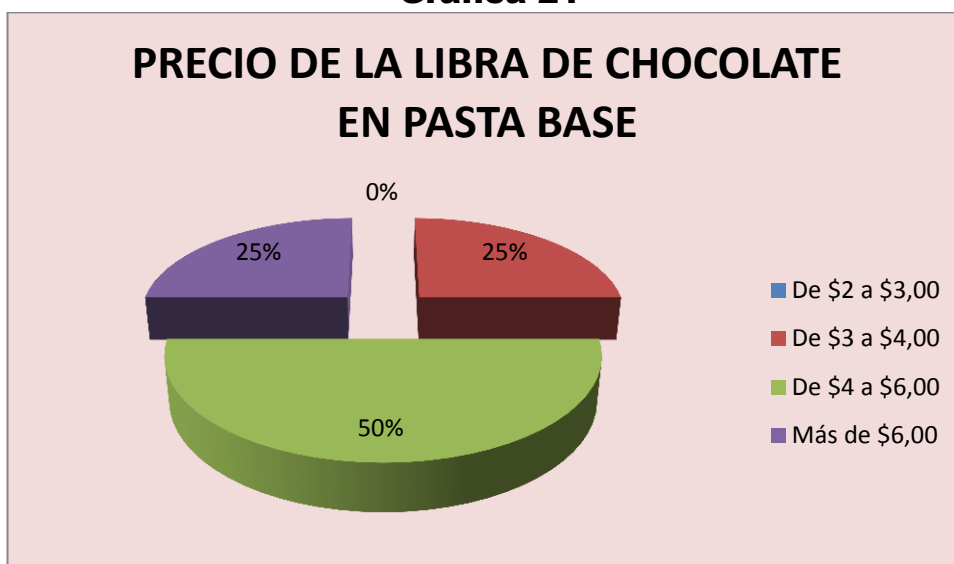
Pregunta 6

¿A qué precio vende usted la libra de barra de chocolate en pasta base?

Cuadro 21
PRECIO DE LA LIBRA DE CHOCOLATE EN PASTA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De \$2 a \$3,00	0	0%
De \$3 a \$4,00	2	25%
De \$4 a \$6,00	4	50%
Más de \$6,00	2	25%
TOTAL	8	100%

Gráfica 21



Interpretación y Análisis:

En esta pregunta se demuestra que el 25% de los oferentes encuestados venden entre \$3 a \$4 cada libra de chocolate en pasta base; entre \$3 y \$4 el 25% y entre \$4 a \$6 libras venden el 50% de los oferentes, el resto de opciones no obtuvo resultados. Pudiendo variar el precio de acuerdo a la calidad del chocolate.

g. DISCUSIÓN

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Considerando que la demanda es la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio, en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

La demanda tiene, adicionalmente, modalidades que ayudan a ubicar al oferente de bienes y servicios, en función de las necesidades de los demandantes. En primer lugar hay bienes y servicios necesarios y bienes y servicios superfluos, de lujo o no necesarios. Para el caso de los bienes necesarios se trata de productos o servicios indispensables para el cliente, con los cuales satisface sus necesidades más importantes. En algunos casos, en función de los estratos sociales, algunos bienes o servicios se vuelven indispensables, pero no es igual para todos los niveles de consumo.

Los bienes y servicios de lujo no son necesarios para el cliente, pero su demanda obedece a la satisfacción de un gusto, lo cual generalmente los coloca en un costo más elevado, en este caso el beneficio que deja la producción o comercialización de los mismos es proporcionalmente mucho mayor que en la producción.

Demanda Potencial

La población de la Provincia de Orellana, que es el objeto de estudio de este proyecto de factibilidad es de 169.612 habitantes a quienes se las proyectó considerando el 5,60% tasa de crecimiento según el INEC, luego se dividió para 4 que son los integrantes de la mayoría de las familias de la Provincia de Orellana, porque son las familias las consumidoras de las barras de chocolate en pasta base, considerando que es un producto de consumo familiar y no individual.

Además se consideró la Pregunta No. 1 de la Encuesta a los ciudadanos de la Provincia de Orellana, donde el 100% de los encuestados indicaron que si conocían las barras de chocolate en pasta base.

Por lo tanto tenemos que la demanda potencial es el resultado de: 169.612, dividido para 4 y multiplicado por el porcentaje de ciudadanos de la Provincia de Orellana que si conocen el producto 100%: lo que viene a ser 42.403; a estos datos se los proyectó a 10 años y se consideró un incremento poblacional de 5,06%; porcentaje que está de acuerdo a los datos del último censo poblacional del Ecuador del año 2010.

CUADRO 22
Demanda Potencial

Años	Población Pichincha	Nº de Integrantes por Familia	Demanda Potencial
	5,06%TC		
0	169.612	4	42.403
1	178.194		44.548
2	187.210		46.802
3	196.682		49.170
4	206.634		51.658
5	217.089		54.272
6	228.073		57.018
7	239.613		59.903
8	251.737		62.934
9	264.474		66.118
10	277.856		69.464

Fuente: Preg. 1 de la Encuesta a ciudadanos de la Prov. de Orellana.

Elaboración: El Autor

Demanda Real

Para el cálculo de la demanda real se considera la población que consumen el producto en su hogar, que son las barras de chocolate en pasta base, este dato se obtiene de la pregunta No. 2, de la encuesta a los ciudadanos de la Provincia de Orellana, cuyos resultados obtenidos son: que el 84% de los mismos consumen en sus hogares el producto, mientras que el 16%, manifestaron que no lo hacen, por lo tanto la demanda real está dada por el 84% de la demanda considerada como potencial 42.803, y el resultado es 35.954.

CUADRO 23
Demanda Real

Años	Demanda Potencial de estudio	% pregunta 2	Demanda Real
0	42.403	84%	35.954
1	44.548		37.420
2	46.802		39.313
3	49.170		41.302
4	51.658		43.393
5	54.272		45.587
6	57.018		47.894
7	59.903		50.317
8	62.934		52.863
9	66.118		55.538
10	69.464		58.348

Fuente: Preg. 2 Encuesta a ciudadanos de la Prov. de Orellana.
Elaboración: El Autor

Consumo Per cápita de la Población de Estudio

A objeto de determinar el consumo Per cápita de la población de estudio, se consideró la pregunta No.3, sobre la cantidad de barras de chocolate en pasta base en libras que consumen en el hogar.

CUADRO 24
Consumo Promedio Per cápita

Alternativas	Frecuencia	Promedio	Total
De 1 libra a 5 libras	8	3 libras.	24
De 6 libras a 10 libras	296	8 libras	2368
De 10 a 20 libras	69	15 libras	1035
Más de 20 libras	23	20 libras	460
TOTAL	396		3887

Fuente: Preg. 2 Encuesta a ciudadanos de la Prov. de Orellana.
Elaboración: El Autor.

- Consumo Promedio Per Cápita = Total de libras / Muestra Poblacional
- Consumo Promedio Per Cápita = $3887 / 396$
- Consumo Promedio Per cápita mensual = 9,82
- Promedio de Consumo per cápita Anual es de = $9,82 \times 12 = 117,78$;
quiere decir que cada hogar consume un promedio de 118 libras de barras de chocolate en pasta base anualmente.

Demanda Efectiva

La Demanda Efectiva se la obtuvo de multiplicar la demanda real por el porcentaje de ciudadanos de la Provincia de Orellana que manifestaron que si consumirían las barras de chocolate en pasta base el 95%, en el caso de que se implemente una empresa productora y comercializadora de chocolate en pasta base, de la pregunta No. 5 de la encuesta a los demandantes.

CUADRO 25
Demanda Efectiva

Año	Demanda Real	Familias que consumiría chocolate	Demandantes Efectivos	Consumo promedio anual (libras)	Demanda Efectiva (libras) millones
0	35.954	95%	34.156	118	4.030.443
1	37.420	95%	35.549	118	4.194.782
2	39.313	95%	37.347	118	4.406.987
3	41.302	95%	39.236	118	4.629.954
4	43.393	95%	41.223	118	4.864.355
5	45.587	95%	43.307	118	5.110.302
6	47.894	95%	45.499	118	5.368.917
7	50.317	95%	47.801	118	5.640.535
8	52.863	95%	50.219	118	5.925.942
9	55.538	95%	52.761	118	6.225.809
10	58.348	95%	55430	118	6.540.810

Fuente: Preg. 2 Encuesta a ciudadanos de la Prov. de Orellana.

Elaboración: El Autor.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para determinar cuál es la oferta de barras de chocolate en pasta base, se consideró los datos obtenidos de la investigación de mercado, en la encuesta a los productores y comercializadores. A objeto de determinar el promedio mensual de la oferta del producto, se considera la pregunta No. 2 de los oferentes, sobre la cantidad aproximada que en forma mensual que procesa y comercializa diariamente y se obtiene:

CUADRO 26
Promedio Mensual de Oferta del Chocolate

Cantidad de Venta de Chocolate	Promedio de Compra por la media.	Días del Mes	Total del Producto Ofertado Mensual
De 1 a 15 Libras	0	30	0
De 16 a 40 Libras	1 x 28		840
De 41 a 80 libras	2 x 60,5		3630
De 80 a 100 Libras	5 x 90		13500
TOTAL			17970

Fuente: Encuesta productores y comercializadores de la Provincia de Orellana.

Elaboración: El Autor.

El producto ofertado anual es de $17970 \times 12 = 215640$ libras de barras de chocolate en pasta, esto sería para el año base; para poder proyectar este valor a los 10 años de vida útil del proyecto tomamos en cuenta la tasa de crecimiento empresarial de la Provincia de Orellana, que según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador es 4,9%.

CUADRO 27
Oferta de Barras de Chocolate en pasta base
en la Provincia de Orellana

Año	Total del Producto Anual (4,9%)
0	215640
1	226206
2	237290
3	248917
4	261113
5	273907
6	287328
7	301407
8	316175
9	331667
10	347918

Fuente: Cuadro 33

Elaboración: El Autor

LA DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se obtiene de restar la Oferta de la Demanda, esto nos sirve para determinar la cantidad exacta de barras de chocolate en pasta base como demanda que aún no han sido cubiertas por los oferentes. Por lo tanto se confirmó que para el año base, hay una demanda insatisfecha de 3814830 libras de chocolate en pasta base.

CUADRO 28
Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Efectiva Anual	Oferta Anual	Demanda Insatisfecha
0	4.030.443	215640	3814830
1	4.194.782	226206	3968576
2	4.406.987	237290	4169697
3	4.629.954	248917	4381037
4	4.864.355	261113	4603242
5	5.110.302	273907	5110302
6	5.368.917	287328	5081589
7	5.640.535	301407	5339128
8	5.925.942	316175	5609767
9	6.225.809	331667	5894142
10	6.540.810	347918	6192892

Fuente: Oferta y Demanda

Elaboración: El Autor.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Descripción del Producto

Las barras de chocolate en pasta base, vienen a ser el producto final, luego de haber sido sometido el cacao a un proceso riguroso de transformación que se inicia con la plantación, cosecha, escogimiento de los frutos y luego de haber obtenido la materia prima se procede a realizar la fermentación, limpieza y secado, tostado y el molido para obtener la pasta de cacao que es el principal ingrediente del chocolate; posteriormente la pasta de cacao es prensada y se obtiene la manteca de cacao y la torta de cacao. Estos productos son las materias primas para obtener los distintos tipos de chocolates.

Chocolate en pasta base

Gráfica 22



Las barras de chocolate y la manteca de cacao son los ingredientes para el procesamiento y el refinamiento de los distintos tipos de chocolate; en el presente estudio nos vamos a enfocar solamente en la etapa en la cual el

cacao como materia prima es transformado a la pasta base de chocolate. y posteriormente el producto será comercializado a los diferentes consumidores minoristas para su consumo.

Descripción del Consumidor y uso del producto

Las barras de chocolate en pasta base tienen gran aceptación en los hogares, se suele utilizar este ingrediente para realizar muchos postres y bebidas; uno de ellos es el tradicional chocolate con leche que tiene un sabor muy agradable. Además es utilizado en el campo artesanal para la elaboración de pasteles, tortas y más productos.

MARKETING MIX

El marketing mix es una de las estrategias donde se utiliza las cuatro variables controlables, Producto, Precio, Plaza y Promoción, con las cuales se determinará el lugar más apropiado para comercializar el producto, así mismo se determinará el precio con el cual se logrará un buen posicionamiento en el mercado y la publicidad que se debe hacer.

Producto.

El producto serán las barras de chocolate en pasta base, quienes luego de haber pasado por un proceso previo que se inicia con la plantación del cacao, estará listo para continuar con su consumo en su estado natural sin pasar por un proceso que implique el uso de químicos como saborizantes,

colorantes o algún otro que perjudique la salud del consumidor., dirigido a los hogares de la Provincia de Orellana.

La presentación del producto será en libras, siendo su contenido las barras de chocolate en pasta base.

Nombre: El nombre que se ha considerado: **“CHOCORICO”**.

Empaque: El empaque será una funda aluminada que permitirá mantener el aroma del chocolate.

Logotipo

Gráfica 23



Elaborado: El Autor

Etiqueta: La etiqueta tiene el objetivo de dar a conocer las características principales sobre la producción del chocolate, en esta se indicará: la información nutricional del producto, lugar de elaboración, registro sanitario, la fecha de elaboración, de vencimiento, precio de venta y el semáforo nutricional implementado por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Salud.

Gráfica 24

<i>INFORMACIÓN NUTRICIONAL</i> x100 g.	<i>Por Porción</i>	
Energía	305 kj	762 kj
Proteínas	3 g.	7,5 g.
Hidratos de Carbono	11 g.	27,5 g.
Azucares	9,5 g.	27,8 g.
Grasas	0,12 g.	0,3 g.
Fibras Alimentarias	0,5 g.	1,5 g.
Sodio	1 g.	0,25 g.

- **LUGAR DE ELABORACIÓN: El Coca**
- **Registro Sanitario: En trámite**
- **PVP. 1,35**
- **Elaborado: 04/06/2014**
- **Expira; 08/12/2014.**

Elaborado: El Autor

Precio: La determinación del precio de un producto especialmente si éste es nuevo en el mercado es muy importante ya que hoy en día influye mucho en la decisión de compra del consumidor, es por eso que esta fue una de las principales variables a determinar en la investigación de mercado.

Su análisis es muy importante ya que este permite determinar la rentabilidad del proyecto y definirá en último término el nivel de los ingresos.

En el caso de la definición del precio de venta, se debe tener en cuenta diversas variables que influyen sobre el comportamiento del mercado. En primer lugar, está la demanda asociada a los diferentes niveles de precios, luego los precios de la competencia para productos sustitutos y por último los costos considerando que el mercado es dinámico y cambiante.

Se tomará en cuenta los costos de producción así como los costos operativos (administración, ventas, financieros), la suma de todos estos se dividirá para las libras totales producidas, lo que determinará el costo de la libra luego se le sumará la utilidad deseada por los inversionistas y se conocerá el precio de venta.

Como política la empresa establecerá un precio de venta a los intermediarios que será el que genere los ingresos y el precio de venta al público cuidando que se respete este precio.

En la investigación de mercado el 62% de la demanda paga por cada libra de chocolate USD. 2,00.

Plaza

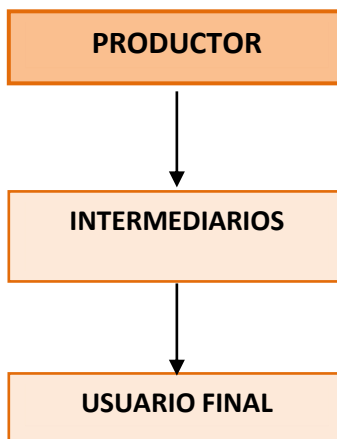
La distribución del producto es decir el lugar donde se lo adquirirá también será determinado por los clientes ya que ellos tienen la decisión de compra y siempre será el lugar más asequible para ellos por lo que también fue determinado en la investigación.

Según las encuestas el principal lugar para la distribución de las barras de chocolate en pasta base será con un 50% las Bodegas, seguido de las tiendas con un 30% y los mercados con un 11%.

Canales de Distribución Utilizado: La empresa utilizará como principal canal de distribución, la intermediación como: bodegas, tiendas, autoservicios, mercados y supermercados.

Gráfica 25

Canales de Distribución de la Empresa



Elaboración: El Autor.

El gráfico representado, permite realizar un análisis objetivo, esto quiere decir que la empresa no tendrá ninguna relación con el usuario final, para proteger al intermediario de negocios en su comercialización.

Publicidad y Promoción

Las promociones ofrecen un incentivo adicional y estimulan el mercado meta a fin de que se incrementen las ventas a corto. Además las promociones tienen un enfoque a corto plazo ya que pretende conseguir el crecimiento paulatino de ventas de las barras de chocolate en pasta base, entre los habitantes de la provincia de Orellana.

PLAN DE PUBLICIDAD

Objetivo.

Diseñar campañas publicitarias progresivas a nivel provincial, que permitan mejorar la calidad de comunicación con los clientes, con mensajes publicitarios sencillos e impactantes, en horas picos de sintonía de este segmento.

Estrategia:

Contratar a los medios de mayor circulación, sintonía y cobertura a nivel Provincial, que permitan dar a conocer nuestro producto. La publicidad debe ser altamente llamativa y fácil de entender.

Tácticas:

Se colocarán afiches en lugares estratégicos (gasolineras, terminales de transportes, espacios destinados para el efecto, restaurantes, autoservicios) de cada uno de los lugares de la Provincia de Orellana, se imprimirán 100 afiches en forma mensual, las mismas que se repartirán en las esquinas de mayor concurrencia de cada cantón de la Provincia de Orellana.

La frecuencia de radio, de mayor sintonía es la Radio La Jungla, ésta llega hacia toda la provincia de Orellana, por lo tanto se contratará este medio, los spots contratados serán tres diarios en el programa de mayor sintonía (Noticias por la mañana) durante 6 meses.

Política: .- La publicidad será constante y creativa para que llegue a la totalidad de los consumidores del producto, siendo deber y obligación del gerente y los socios velar por la calidad, mejoramiento y competitividad de la empresa.

Presupuesto:

CUADRO 29
Presupuesto de Publicidad

Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Total
Cuña radial (Radio La Jungla)	90	2,70	243,00
Afiches publicitarios	100	0,30	30,00
Hojas Volantes	100	0,05	5,00
TOTAL			278,00

Fuente: Medios de Comunicación e Imprentas de la Provincia de Orellana

Elaboración: El Autor.

Financiamiento:

Será financiado con los recursos destinados a la publicidad.

Responsable:

Gerente y la Empresa externa dedicada al Marketing y Publicidad.

Meta:

Los mensajes publicitarios por los medios radiales y afiches publicitarios deben estar en la mente de la colectividad por los 3 primeros meses del inicio de la empresa.

ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico determina el tamaño de la empresa, la localización de la empresa, la distribución de la planta, el proceso óptimo de producción y los requerimientos necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**Tamaño del Proyecto**

El tamaño del proyecto mide la relación de capacidad productiva durante un período considerado. Para conocer el tamaño de la planta se debe considerar varios aspectos como: la demanda insatisfecha, la capacidad de la maquinaria utilizada en la producción, el tiempo disponible y necesario para la producción, la capacidad de los proveedores para entregar la materia prima, la mano de obra disponible.

CAPACIDAD INSTALADA.**Capacidad de la Maquinaria**

La maquinaria que se va a utilizar en la etapa de transformación del cacao hasta la elaboración de las Barras de Chocolate en pasta base son las siguientes: pulidora, molino eléctrico y tostadora y la marmita para disolver.

Pulidora.- La capacidad de la pulidora está en función del tamaño del recipiente contenedor de la materia prima, se puede encontrar en el mercado pulidoras con capacidades desde 40 Kg (88 libras) hasta los 10 quintales en un tiempo de 20 minutos. Se hará el cálculo de la producción con una pulidora con una capacidad de 45,5 Kg que equivale a 100 libras.

Cuadro 30
Capacidad de la Maquina Pulidora

Maquinaria Pulidora	Producción por 20 minutos	Producción por hora	Producción diaria	Producción semanal	Producción anual en libras
1 Maquina	100 libras	300 libras	2.400 libras	12.000 lib.	624.000 lib.

Fuente: Comercial Ochoa.

Elaboración: El Autor

Molino Eléctrico.- El molino eléctrico tiene una capacidad de producción que está en función del tamaño de la Tolva, en el presente caso puede procesar el producto hasta 100 libras por hora.

Cuadro 31
Capacidad del Molino Eléctrico

Molino Eléctrico	Producción por hora	Producción diaria	Producción semanal	Producción anual
1 Maquina	100 libras	800 libras	4.000 lb.	208.000 lb.

Fuente: Comercial Hnos. Ochoa

Elaboración: El Autor

Mezcladora.- la capacidad de la mezcladora también está en función del tamaño de la tolva y puede mezclar desde 50 kg a 100 kg cada 20 minutos,

se requeriría para el proyecto una mezcladora con capacidad de 45,5 kg por 20 minutos.

Cuadro 32
Capacidad de la mezcladora

Maquinaria Mezcladora	Producción por 20 minutos	Producción por hora	Producción diaria	Producción semanal	Producción anual en libras
1 Maquina	100 libras	300 libras	2.400 libras	12.000 lib.	624.000 lib.

Fuente: Comercial Ochoa

Elaboración: El Autor

Tostadora.- tiene una capacidad de 100 libras por hora, si se quisiera incrementar la producción bastará con comprar el número de tostadoras que se requieran. A continuación se detalla la producción anual de una tostadora con capacidad de 100 libras/ hora, si se trabajara 8 horas diarias.

Cuadro 33
Capacidad de la Tostadora

Maquinaria Tostadora	Producción por hora	Producción diaria	Producción semanal	Producción anual
1 Máquina	100 libras	800 libras	4.000 lb.	208.000 lb.

Fuente: Comercial Ochoa

Elaboración: El Autor

Considerando los niveles de producción de las maquinarias y la participación de cuatro trabajadores que laboren operando las maquinas en forma simultánea, con el acompañamiento y dirección de un Jefe de Producción como mano de obra directa la empresa estaría en la capacidad de producir y

comercializar 208.000 libras de barras de chocolate en pasta base en forma anual. Entonces para determinar el porcentaje de la capacidad instalada utilizaremos una regla de tres simple de la siguiente manera:

- ✓ Demanda insatisfecha = 3.814.830
- ✓ Capacidad Instalada = 208.000 libras

Capacidad máxima de producción

3.814.830	100%
208.000	X

208.000	100
3.814,830	

= 5,45%

Podemos concluir que con la instalación de la empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base, se está en la capacidad de cubrir el 5,45% de la demanda insatisfecha de este producto para el año base en toda la Provincia de Orellana. Luego se debe proyectar este análisis a todos los diez años que tiene duración el presente proyecto de factibilidad.

CUADRO 34
Capacidad Instalada

Años	Demanda Insatisfecha de Barras de Chocolate en Pasta Base	Porcentaje %	Capacidad Instalada de producción de Barras de Chocolate.
0	3814830	5,45%	208.000
1	3968576	5,24%	208.000
2	4169697	4,98%	208.000
3	4381037	4,74%	208.000
4	4603242	4,51%	208.000
5	5110302	4,07%	208.000
6	5081589	4,09%	208.000
7	5339128	3,89%	208.000
8	5609767	3,70%	208.000
9	5894142	3,52%	208.000
10	6192892	3,36%	208.000

Fuente: Demanda Insatisfecha y Capacidad Instalada

Elaboración: El Autor.

Capacidad utilizada

Cuando una empresa inicia sus actividades no debe utilizar el 100% de su capacidad instalada, por cuanto los factores que intervienen en el proceso de producción no alcanzan el total grado de confianza y desarrollo, de esta manera es menester considerar ciertos componentes que no permiten tener seguridad absoluta sobre el cumplimiento de las metas; estos factores son: acceso del producto al mercado, elección de intermediarios, ajuste del proceso de producción, adiestramiento de la fuerza laboral, elección de los canales de mercadeo, determinación del monto para difusión y propaganda.

De esta manera se considera que el aumento de la producción sea gradual hasta llegar a su límite máximo permitido. Por lo que se tendrá en cuenta

que del primer al tercer año se tendrá una producción del 80%, del cuarto al sexto año el 85%, del séptimo al noveno el 90%; y el décimo año el 95%. De esta forma en el primer año con la capacidad a utilizarse del 80%, se tiene previsto producir y comercializar 166.400 libras de barras de chocolate en pasta base. Se realiza la respectiva proyección.

CUADRO 35
Capacidad Utilizada

Años	Capacidad Instalada en libras	Porcentaje a Utilizarse	Capacidad Utilizada en libras
1	208.000	80%	166.400
2	208.000	80%	166.400
3	208.000	80%	166.400
4	208.000	85%	176.800
5	208.000	85%	176.800
6	208.000	85%	176.800
7	208.000	90%	187.200
8	208.000	90%	187.200
9	208.000	90%	187.200
10	208.000	95%	197.600

Fuente: Capacidad utilizada.

Elaboración: El Autor.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

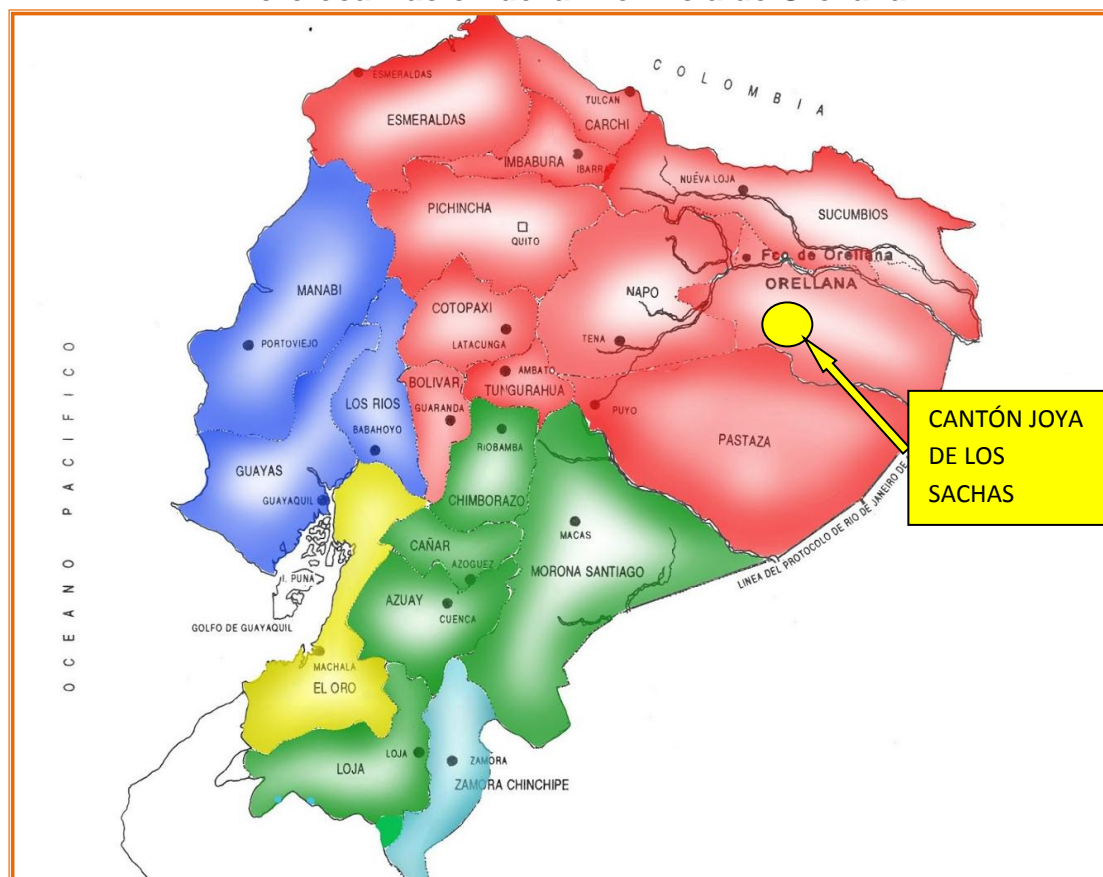
Macro localización.

El proyecto de factibilidad en análisis se encontrará ubicado en el cantón Joya de los Sachas, el mismo que está ubicado al noreste de la Provincia de Orellana, formando parte de la Cuenca del Río Napo, este cantón fue fundado en el año de 1972 y su cantonización se realizó el 29 de Agosto de 1988, como superficie urbana tiene 440,7 Ha y rural 119.848 Has., el mencionado cantón se encuentra a una altitud de 270 m.s.n.m.; los límites actuales son al norte limita con la Provincia de Sucumbíos, al sur con el cantón Puerto Francisco de Orellana, al este con la Provincia de Sucumbíos y al oeste con el cantón Puerto Francisco de Orellana., el clima en el cantón es muy húmedo tropical, las precipitaciones son muy húmedas con nubosidades de media 6 octavos, las precipitaciones son: 2650 a 4500 mm. Anuales y de mayo a noviembre las lluvias son más frecuentes; en cuanto a la temperatura tenemos mínimo 18° centígrados, normal 28° centígrados, y máximo 42° centígrados; los suelos son tipo arcillosos de textura delgada, con características ferruginosas en un 50% del área del cantón, porciones de suelo negro con textura media, especialmente en las áreas cercanas a los ríos Napo y Coca en un 50% de la superficie.

Con respecto a la superficie gran parte del mismo es colinada, pero también existen grandes extensiones de llanura principalmente en las zonas cercanas a la vía transamazónica, desde San Sebastián del Coca hasta Joya de los Sachas, estos son relieves originados por la erosión milenaria de

los ríos y el efecto de la tectónica de placas. El cantón pertenece a la gran cuenca del río Napo y a las subcuencas de los siguientes ríos: Jivino, Yanayacu y el Coca.

Gráfica 26
Microlocalización de la Provincia de Orellana



Elaboración: El Autor

Micro localización

Factores Determinantes para la Localización

A fin de determinar la ubicación más conveniente de la empresa procesadora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base, es necesario analizar varios factores que ayudaran a definir el sector:

- **Disponibilidad de materia Prima.-** La materia prima para la empresa son todos los materiales, productos o insumos que nos servirían para poder procesar el cacao y posteriormente las barras de chocolate en pasta base. En el sector si existe disponibilidad de la materia prima.
- **Costos del terreno.-** En el cantón Joya de los Sachas los costos de las tierras no son elevadas, sin embargo es importante escoger un lugar donde el costo sea el adecuado y como costo fijo no influya en demasía en los costos totales.
- **Facilidad de acceso para el cliente.-** Es un factor fundamental para la localización por cuanto permite que los consumidores e intermediarios acudan con facilidad, por cuanto los gastos de transporte que estos deben realizar para llegar a la empresa.
- **Infraestructura y adecuación del local:** El local donde se ubicará la empresa debe ser amplio y tener las adecuaciones necesarias para la ubicación del equipo y maquinaria, así como también el área de oficinas donde se ubicará la Gerencia, Secretaria y Contabilidad y Área de Atención al Cliente.
- **Servicios Generales.-** La empresa tiene que ubicarse en el sector urbano de la ciudad, donde exista los servicios básicos como agua, luz, teléfonos, necesarios para que se lleve a cabo el proceso de producción y comercialización sin contratiempos.

Considerando todos los factores anteriormente señalados se ha definido tres locales que están disponibles a fin de realizar el análisis respectivo con la ayuda de una matriz de ponderación. La Ubicación "A"., se encuentra en la

Av. Los Fundadores, La Ubicación “B”, se encuentra frente del Colegio 12 de Febrero en la Av. Los Fundadores, vía salida a Lago Agrio y la Ubicación “C”. Se encuentra en la vía Salida al Coca y la calle Circunvalación.

Cuadro 36
Matriz Ponderada

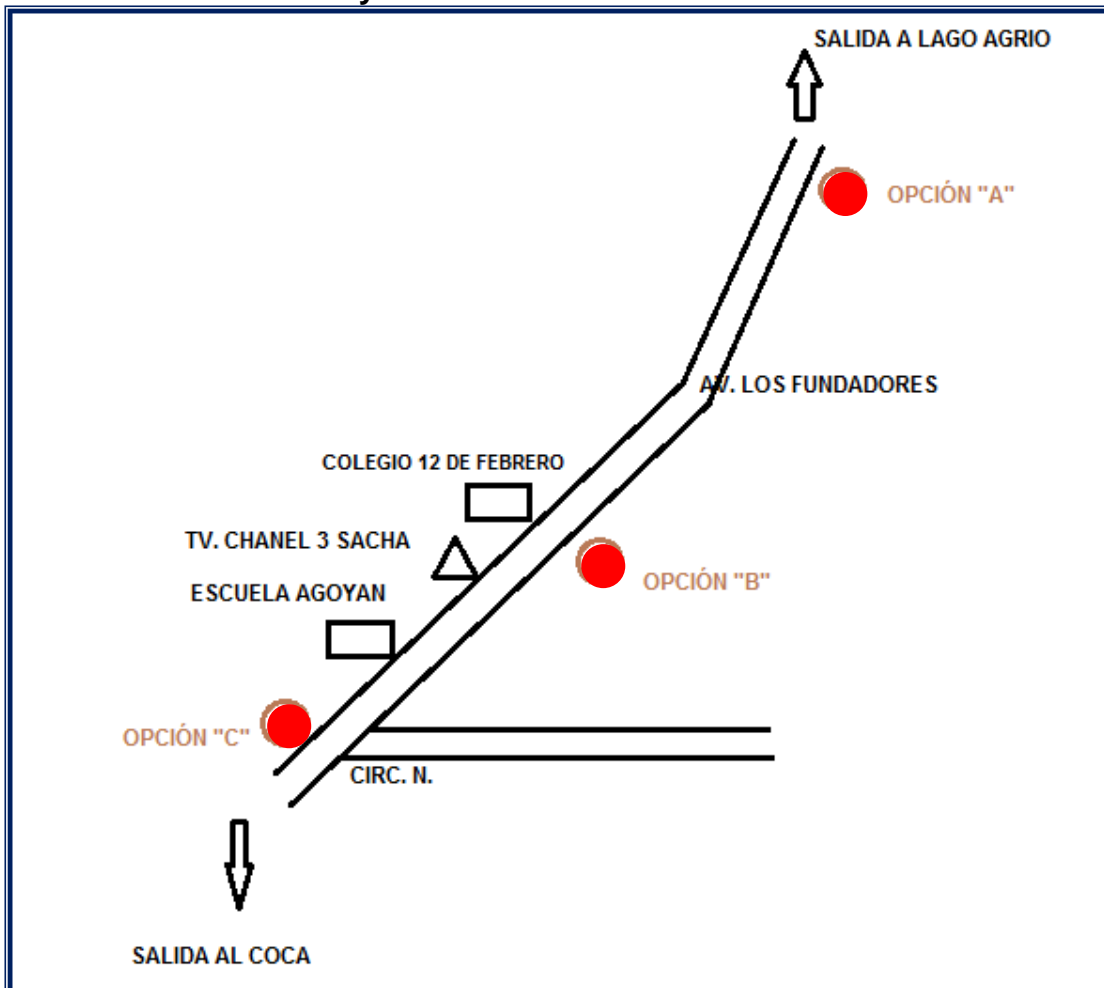
Factores de Localización	Ponderación/1,00	Opción A	Opción B	Opción C
Disponibilidad de Materia Prima	0,18	0,16	0,17	0,17
Costos del terreno	0,18	0,16	0,18	0,16
Facilidad de Acceso	0,14	0,12	0,12	0,12
Infraestructura	0,12	0,10	0,10	0,10
Servicios Generales	0,10	0,07	0,08	0,06
Disponibilidad mano de obra	0,08	0,06	0,07	0,07
Acceso a transporte	0,06	0,04	0,05	0,05
Comunicaciones	0,06	0,04	0,05	0,05
Estado de vías	0,06	0,04	0,05	0,05
Clima social	0,02	0,01	0,02	0,01
Total	1,00	0,80	0,89	0,84

Elaboración: El Autor

Del análisis efectuado en la matriz de ponderación en base a los factores de localización se deduce que el lugar más adecuado para la ubicación de la empresa de procesamiento y comercialización de barras de chocolate en pasta base es la Opción B, que obtuvo en la ponderación 0,89 puntos sobre 100, el local ubicado frente del Colegio 12 de Febrero en la Av. Los Fundadores, vía salida a Lago Agrio; por cuanto este sector cumple con los requerimientos necesarios para su implementación, en lo referente a acceso a mercados, vías de comunicación, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física, seguridad, educación, servicios médicos y más factores detallados en la matriz de ponderación.

Gráfica 27

Lugar más adecuado para la empresa procesadora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base en la parroquia tres de Noviembre del cantón Joya de los Sachas Provincia de Orellana



Elaboración: El Autor

:

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo de la ingeniería del proyecto es dar solución a todo lo relacionado con instalación y funcionamiento del proyecto, indicando el proceso productivo y distribución de la empresa, así como los requerimientos del recurso humano, material y tecnológico necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Proceso Productivo

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá las barras de chocolate en pasta base; donde se transformará la materia prima al producto terminado, con la participación de Tecnología, Mano de Obra, Maquinaria y Procedimientos de Operación.

Descripción del Proceso Productivo

1. Transportar la materia prima:

Luego de la recepción del cacao en grano, se comprobará que la materia prima sea de buena calidad y se encuentre en buen estado, posteriormente se procederá a transportarla a la bodega de la empresa, en donde será almacenada de acuerdo a los estándares que maneja el encargado a objeto que la materia prima sea conservada en el lugar adecuado hasta la próxima etapa.

2. Limpieza:

En esta etapa se realizará la eliminación de granos defectuosos y las impurezas que se encuentran presentes en el cacao. Tiempo requerido para la limpieza es de 20', por cada quintal, para este paso se necesita utilizar la pulidora de cacao.

3. Descascarillado:

Luego de la limpieza se realiza el descascarillado que consiste en separar el grano de la cascara, en este paso se utilizará la pulidora. Tiempo requerido para la limpieza es de 20', por cada quintal.

4. Tostado:

En esta etapa se tuestan los granos hasta que su coloración interna sea café oscuro esta operación se realiza en la máquina tostadora y a calor moderado. Esto facilita aún más la eliminación de la cascara restante. Tiempo requerido para esta actividad es de 60'. Para lo cual se utiliza la tostadora

5. Molienda:

Al finalizar el tostado inmediatamente se realiza la molienda del grano del cacao ya tostada en el molino eléctrico, y se tapa para mantener el aroma. Tiempo requerido para esta actividad es de 20'. Al final se obtiene la pasta de cacao en su forma natural.

6. Enfriamiento:

Se deja enfriar hasta temperatura ambiente hasta continuar el proceso.

Tiempo requerido para esta actividad es de 30'.

7. Inspección y Control de Calidad:

Aquí verificamos que no haya un grano de cacao sin moler, que tenga la contextura y aroma deseado, y sobre todo que se haya elaborado bajo las normas de calidad. Durante el tiempo de 25'.

8. Pesado del producto terminado:

Luego de la inspección se procede a pesar el producto terminado en proporciones de 1libra, ½ libra y 2 libras. El tiempo requerido es de 30'.

9. Envasado y Etiquetado:

Una vez obtenido el cacao se envasa en fundas aluminadas selladas adecuadamente y etiquetadas. Tiempo requerido para esta actividad es de 30'.

10. Almacenamiento:

Se almacena a medio ambiente en un lugar fresco y seco. Tiempo requerido para esta actividad es de 26'.






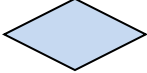


11. Distribución:

La distribución será realizada a los diferentes puntos de venta del producto, dentro y fuera de la ciudad del cantón Joya de los Sachas y de la Provincia de Orellana.

Flujo grama de Procesos

El flujo grama de procesos vamos a representar simbólicamente paso a paso el proceso de producción y comercialización de la empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base, para lo cual se utilizará la siguiente simbología:

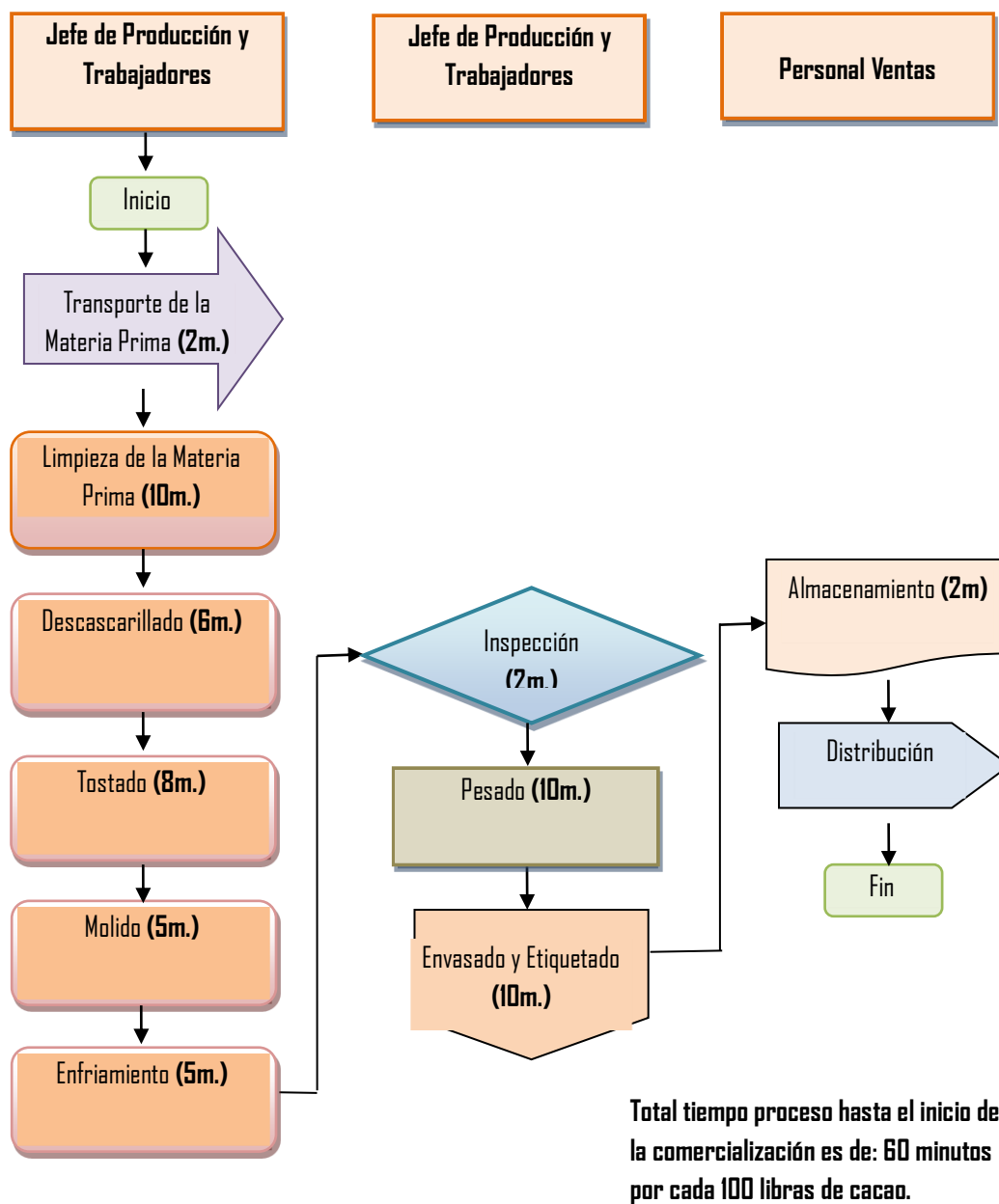
Gráfica 28
Simbología

Símbolo	Significado
	<i>Actividad del Proceso</i>
	<i>Inicio o fin del proceso.</i>
	<i>Transporte</i>
	<i>Distribución</i>
	<i>Almacenamiento.</i>
	<i>Inspección.</i>
	<i>Pesado.</i>
	<i>Envasado y Etiquetado.</i>

Fuente: Flujo gramas

Elaboración: El Autor

Gráfica 29
Proceso de la Elaboración de las Barras de Chocolate en Pasta Base



Fuente: Flujo gramas
Elaboración: El Autor

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

La distribución de la planta es un factor importante, puesto que si se adecúa las instalaciones de manera que permita ofrecer el mejor servicio contribuirá a la satisfacción del personal, dará una buena imagen a los clientes y optimizará los recursos evitando demoras y accidentes de trabajo.

El local que será arrendado tiene una superficie de 57.28 m² espacio suficiente para ubicar oficinas y la planta productiva, la distribución del área se dará de la siguiente forma:

Área Administrativa

- Gerencia
- Secretaria – Contabilidad

Área Ventas

- Servicio al Cliente

Área de Producción

- Bodega.
- Limpieza y Descascarillado
- Tostado
- Molienda
- Enfriamiento

- Control de Calidad
- Pesaje
- Envasado
- Producto Almacenado

Se han tomado los siguientes criterios para la distribución de la planta:

- **Funcionalidad:** Que las cosas queden donde se pueda trabajar efectivamente.
- **Económico:** Ahorro en distancias recorridas y utilización plena del espacio.
- **Flujo:** Permitir que los procesos se den continuamente y sin tropiezos.
- **Comodidad:** Espacios suficientes para el bienestar de los trabajadores y el traslado de los materiales.
- **Iluminación:** No descuide este elemento dependiendo de la labor específica.
- **Aireación:** Requiere corriente de aire, ya que comprometen el uso de altas temperaturas.
- **Accesos libres:** Permita el tráfico sin tropiezos.
- **Flexibilidad:** Prevea cambios futuros en la producción que demanden un nuevo ordenamiento de la planta.

Gráfica 30
Distribución Física de la Empresa Productora de Barras de Chocolate en Pasta Base



Fuente: Flujo gramas

Elaboración: El Autor

El total del área arrendada que se dispone es de: 500m²: 20m. de frente y 25m. de fondo, las mismas que se utilizarán para el área de producción y las oficinas.

DESCRIPCIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Requerimientos

Cuadro 37
Talento Humano

Cargo	Numero
Gerente	1
Jefe de Producción	1
Secretaria- Contadora	1
Obreros	4
Chofer	1
Conserje Guardián	1
Asesor Jurídico	1
Total	10

Fuente: Capacidad Instalada

Elaboración: El Autor

Cuadro 38
Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad
Tostadora	1
Descascarillador	1
Molino	1
Marmita	1
Balanza Electrónica	1
Máquina Selladora	1
Total	6

Fuente: Capacidad Instalada

Elaboración: El Autor

Características de la Maquinaria:

Gráfica 31
Clasificador de granos



Fuente: Innovación de Ingeniería Metálica INNOGAR.

Elaboración: El Autor

Características:

La clasificadora de granos ha sido diseñada para la clasificación y limpieza de los diversos productos; equipada con un juego de cribas adaptable a diferentes usos. Se fabrica en diferentes modelos de acuerdo al rendimiento requerido. Modelo CG-500, Potencia 1, y Kgrs. 500.

Gráfica 32
Tostador



Fuente: Innovación de Ingeniería Metálica INNOGAR

Elaboración: El Autor

Características:

Este tipo de tostador ha sido diseñado para el tostado de cualquier tipo de granos de cacao, obteniéndose un producto uniforme en su coloración, sin presencia de granos quemados. Modelo T-100, Potencia H1-1, Kgr/100.

Gráfica 33
Descascarillador



Fuente: Innovación de Ingeniería Metálica INNOGAR

Elaboración: El Autor

Características:

La peladora está diseñada para lograr mediante un proceso de fricción romper los granos, obteniendo nibs; la separación de la cascara se realiza mediante ventilación forzada. En la construcción de la maquinaria se emplea acero al carbono para la estructura y acero inoxidable 314 el tratamiento del producto. Modelo TC-200, Potencia HP-1, Kgr.200.

Gráfica 34
Molino

Fuente: Innovación de Ingeniería Metálica INNOGAR

Elaboración: El Autor

Características:

El molino ha sido diseñado para la obtención de la pasta de cacao, el material empleado en su construcción es acero inoxidable 304. Modelo mm-3, Potencia 3, Kgr. 120.

Gráfica 35
Marmita



Fuente: Innovación de Ingeniería Metálica INNOGAR

Elaboración: El Autor

Características:

Esta marmita doble ha sido diseñada para la mezcla y preparación del chocolate; está equipada con agitador electromecánico y sistema basculante de descarga; la fuente de calor es proporcionada por un calentador y cuenta con válvula de seguridad. Está construida de estructura de acero al carbono y la marmita con acero inoxidable. Modelo MT-50, Potencia 1, y Kgrs. 50.

Cuadro 39
Vehículo

Descripción	Cantidad
Camioneta Datsun 1200 del 2007	1
Total	1

Fuente: Capacidad Instalada

Elaboración: El Autor

Cuadro 40
Herramientas

Descripción	Cantidad
Bandejas	10
Gavetas	10
Espátula	6
Total	26

Fuente: Capacidad Instalada

Elaboración: El Autor

Cuadro 41
Muebles y Enseres de las Áreas de Administración y Producción

Descripción	Cantidad
Escritorio	3
Silla giratoria	3
Archivador	3
Basurero	3
Total	12

Fuente: Capacidad Instalada

Elaboración: El Autor

Cuadro 42
Equipos de Computación

Descripción	Cantidad
Equipo de Computación	3
Total	3

Fuente: Capacidad Instalada

Elaboración: El Autor

Cuadro 43
Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad
Central telefónica (fax)	1
Teléfonos inalámbricos	3
Sumadora Casio 220	1
Total	5

Fuente: Capacidad Instalada

Elaboración: El Autor

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Organización Legal

La administración es fundamental para el buen funcionamiento de toda la empresa, es así que su objetivo es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad. La empresa es la que adquiere materia prima y luego mediante un proceso de transformación se obtiene el producto acabado que son las barras de chocolate en pasta base.

De esta manera podemos afirmar que la forma jurídico – administrativa más conveniente dada la naturaleza de la empresa a formarse y tomando en consideración las ventajas que presenta en relación con otro tipo de

organizaciones, es el de conformar una Compañía de Responsabilidad Limitada.

Art. 93. Según la Ley de Compañías «La Compañía de Responsabilidad Limitada es la 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. Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como «comercial. Industrial», «agrícola', «constructora», etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince. Los cónyuges entre si no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.

El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el cincuenta por ciento y. El saldo en el plazo de un año.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA: La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

DOCUMENTO HABILITANTE: Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS: Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias;

LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

**MINUTA DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y PROCESADORA DE
BARRAS DE CHOCOLATE EN PASTA BASE “CHOCORICO”**

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -
Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: Rosa María

Cueva, Carlos Rivas Armijos y Cristina y Karina Herrera Ramón; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, solteros, domiciliados en la ciudad de Joya de los Sachas; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada "CHOCORICO". La misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BARRAS DE CHOCOLATE EN PASTA BASE "CHOCORICO" CIA LTDA

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Joya de los Sachas, con domicilio en el mismo lugar, Provincia de Orellana. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada "CHOCORICO" CÍA. LTDA.

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, el procesamiento y comercialización de barras de chocolate en pasta base. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la producción y comercialización de barras de chocolate; si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país,

agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

ARTÍCULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es USD. 69517,28, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos

terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del

capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas Generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y, Las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- 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.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su 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, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al

señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De

cada sesión de junta se formará un expediente que contendía la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Remplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un remplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones;

Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía de producción y comercialización de barras de chocolate en pasta base “CHOCORICO” CIA. LTDA.* ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: se pide un préstamo que representa un 50% de su capital total una entidad bancaria de la Localidad.

TOTAL: USD. 69517,28, valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco Nacional de Fomento de la ciudad de Joya de los Sachas, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por

unanimidad nombran al Señor Carlos Rivas Armijos para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial en la operación de la empresa es parte fundamental, porque hará posible, que los recursos especialmente el Talento Humano sea manejado con eficiencia. La estructura organizativa se presenta por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD

Los niveles administrativos, cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos. La empresa tendrá los siguientes niveles:

Nivel Legislativo

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta General de Socios, su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

Nivel Ejecutivo

Este nivel está conformado por el Gerente – Administrador, el cuál será nombrado por el nivel Legislativo y será responsable de la gestión operativa de la empresa, planea, orienta y dirige la vida administrativa, tienen el segundo grado de autoridad, el nivel ejecutivo es unipersonal, cuando exista un gerente.

Nivel Asesor.-

Este nivel lo conforma el Asesor Legal, el cual participa en la preparación de acuerdos, convenios, contratos, reglamentos y más instrumentos legales o jurídicos, que son requeridos por la empresa.

Nivel Auxiliar o de Apoyo

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa, generalmente la Secretaría y Servicios Generales.

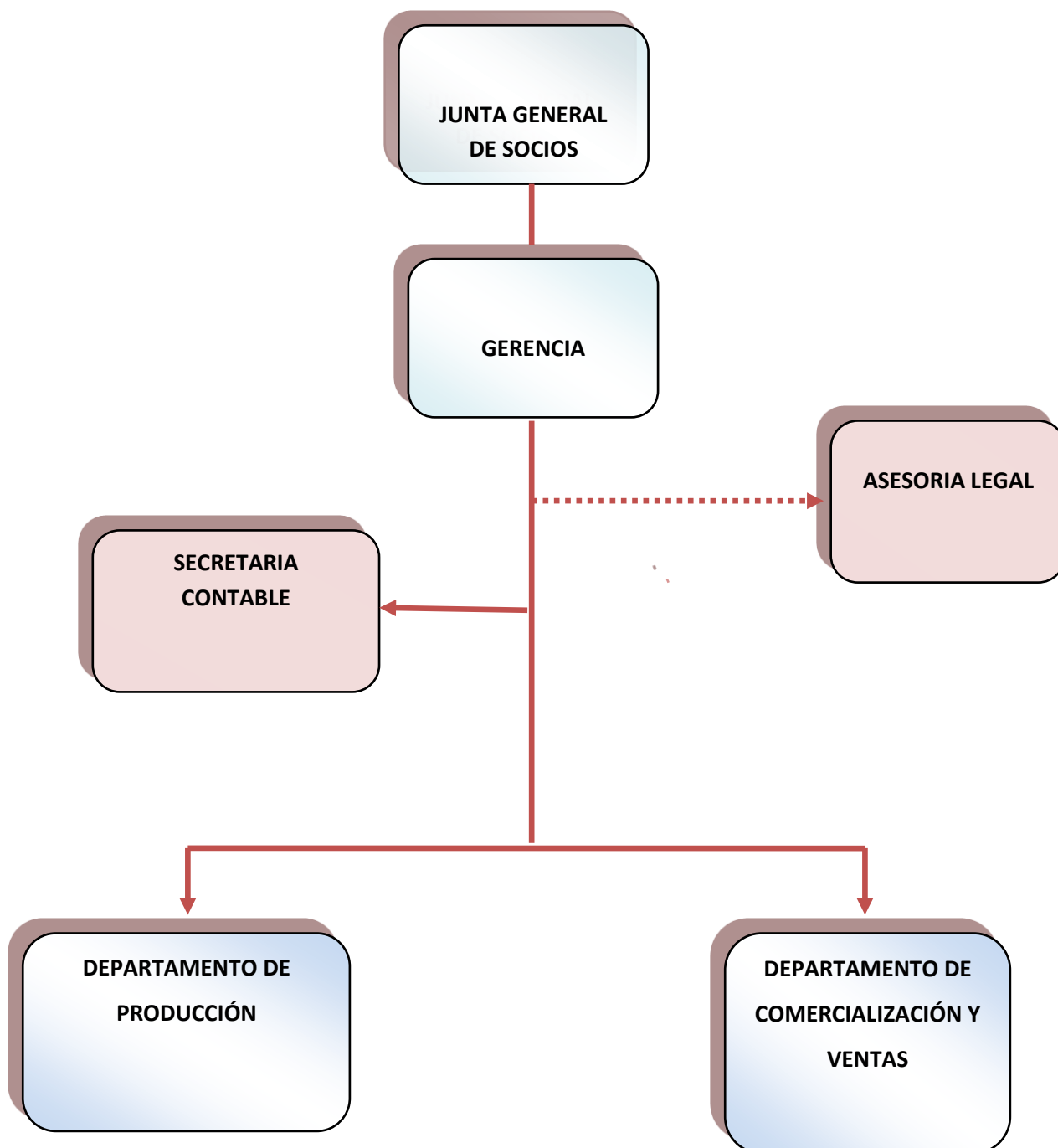
Nivel Operativo

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo, así como también el departamento de ventas.

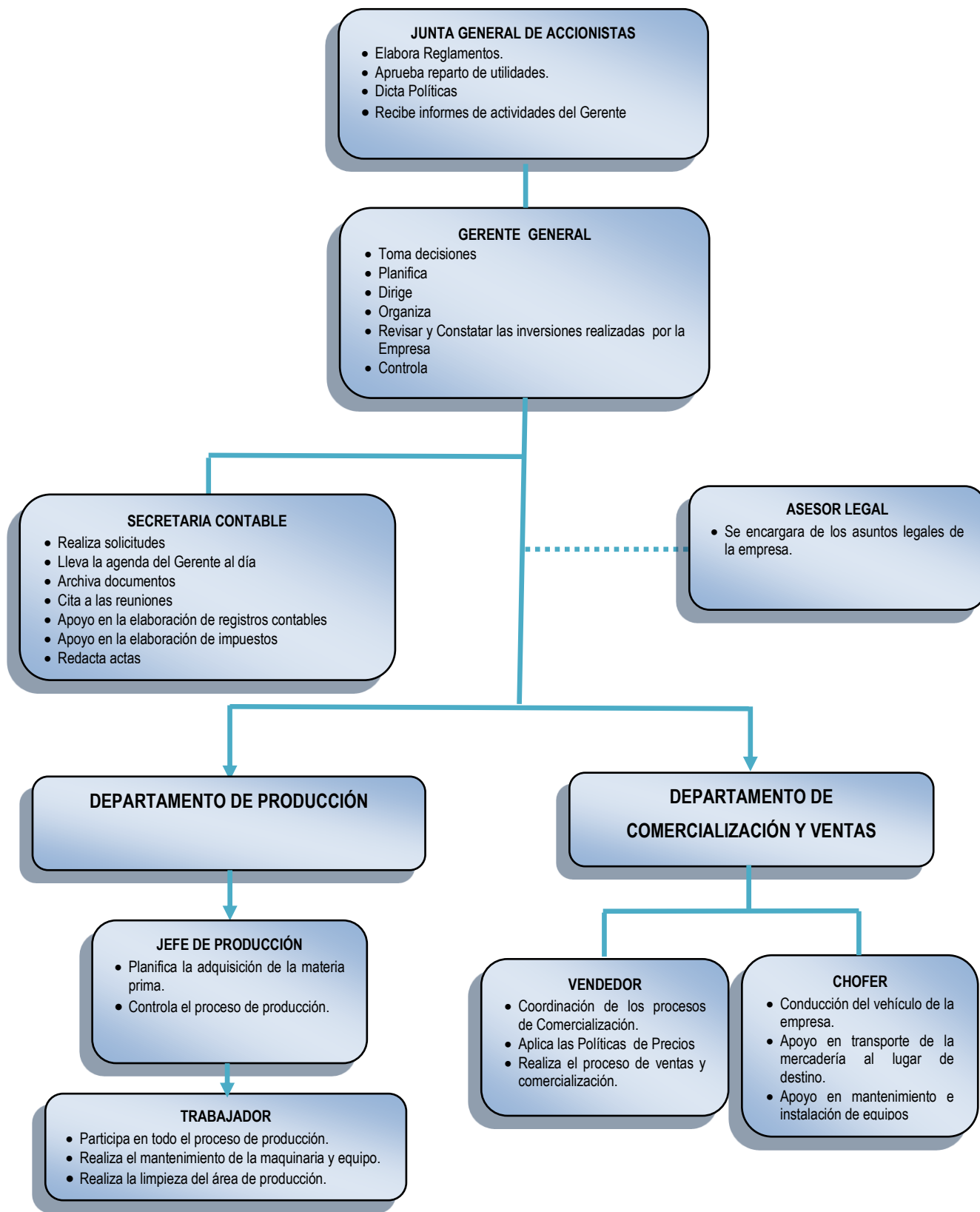
Organigramas

Los organigramas son la presentación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad. Se determinará los siguientes organigramas; *Organigrama Estructural*, donde se indica los cargos que conforman los diferentes niveles jerárquicos de la empresa. El *Organigrama Funcional*, donde se indica el cargo y un resumen de las responsabilidades contenidas y el *Organigrama Posicional*, donde se indica el cargo y el sueldo tentativo a percibir.

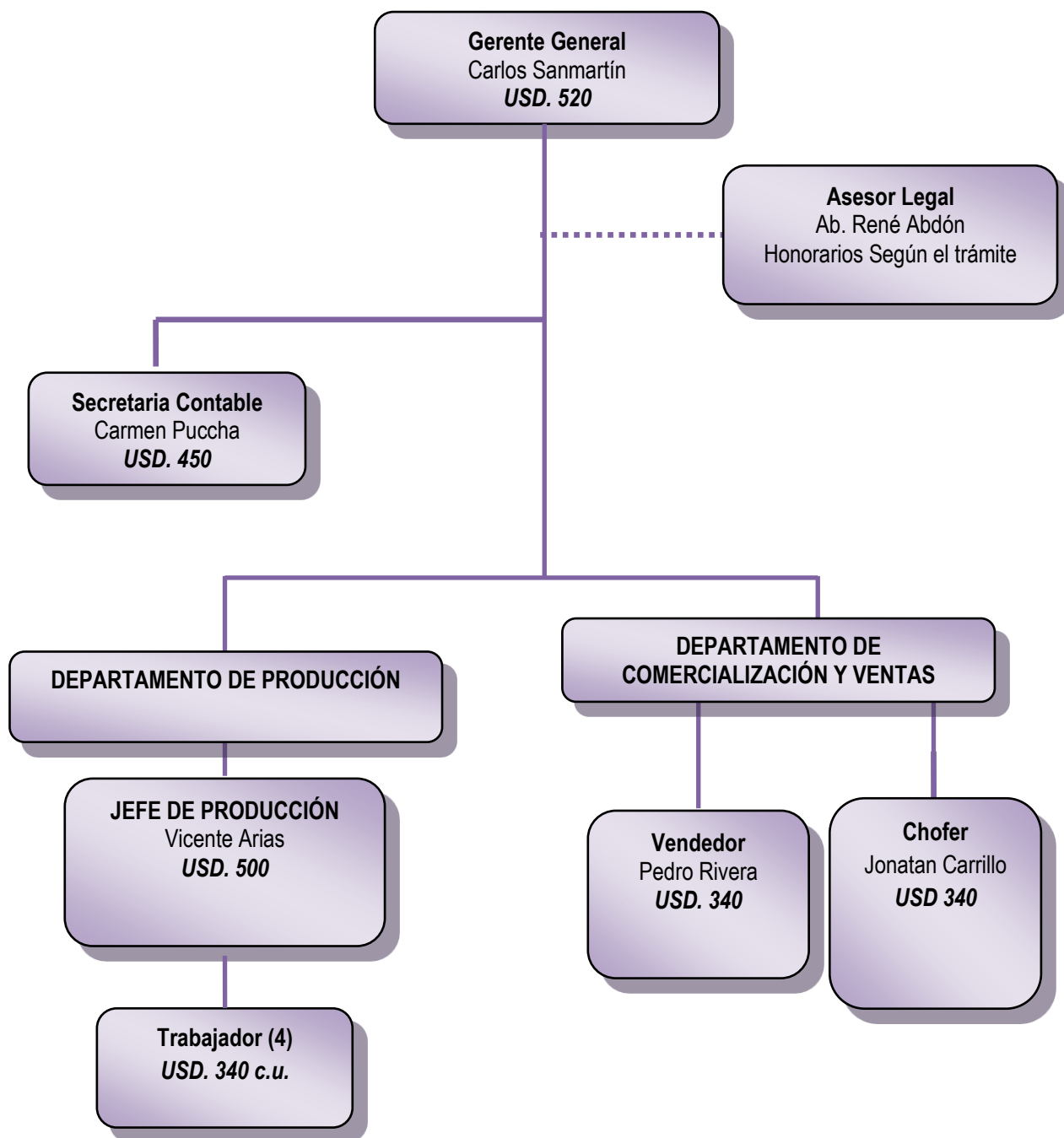
Gráfica 36
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Gráfica 37
ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Gráfica 38
ORGANIGRAMA POSICIONAL



Manual de Funciones

Se conoce como manual de funciones, al conjunto de todos los perfiles de los puestos existentes en la empresa, detallando por escrito la organización formal a través de la descripción de los objetivos, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen su estructura. Además, debe contener una información clara sobre los siguientes aspectos:

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

Esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. A continuación se presenta la descripción y especificación de los puestos creados para el funcionamiento adecuado de la empresa.

CUADRO 44
MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE

Título del Puesto	Gerente
Nivel de Mando	Ejecutivo
Supervisa a	Todo el Personal
Misión	
Planificar, organizar, controlar y dirigir todas las actividades relacionadas con la empresa, debe buscar nuevas alternativas de crecimiento de la empresa, y manejar los recursos de una forma eficiente y objetiva.	
Tareas Típicas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Representar Jurídicamente a la empresa. ▪ Controlar, supervisa y dirigir las actividades del personal bajo su mando. ▪ Desarrollar políticas internas y normas de conducta para todo el personal. ▪ Coordinar con el resto de cargos las diversas actividades de atención al cliente. ▪ Establecer directrices para el cumplimiento de los estándares de atención a clientes. ▪ Propiciar un ambiente favorable para el correcto desarrollo laboral. ▪ Revisar los reportes y balances generados por la secretaria-contadora. ▪ Motivar a todos el personal todo el tiempo. 	
Requisitos Mínimos	
Educación	Universitaria Completa.
Especialización	Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Economía o Afines.
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente, Manejo de Utilitarios.
Experiencia	De 1 a 2 años en funciones similares.
Edad	De 28 años en adelante.
Iniciativa	Proactivo.
Responsabilidad por Persona	Responderá por el trabajo de toda la empresa.
Lugar de Trabajo	Oficina.

CUADRO 45
MANUAL DE FUNCIONES DE LA SECRETARIA CONTADORA

Título del Puesto	Secretaria – Contadora
Nivel de Mando	Apoyo
Reporta a	Gerente
Supervisa a	Ninguno
Misión	
Atender al cliente con cortesía y proporcionarle toda la información referente a los servicios que presta la empresa y también manejará la contabilidad de la empresa.	
Tareas Típicas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regularizar la documentación del ingreso y salida de los clientes. ▪ Receptar los valores monetarios por concepto de uso de las instalaciones. ▪ Redactar y digitar oficios, memorandos, y, circulares de la empresa. ▪ Comunicar y actualizar al personal los cambios que realice el Gerente. ▪ Generar los balances mensuales necesarios para presentarlos al Gerente. ▪ Generar los roles de pago de todos los empleados de la empresa. ▪ Presentar oportunamente las declaraciones de impuestos ante el SRI. ▪ Informar oportunamente sobre alguna novedad al Gerente. 	
Requisitos Mínimos	
Educación	Universitaria Completa
Especialización	Secretariado Ejecutivo o Afines
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente, Manejo de Utilitarios
Experiencia	1 año en funciones similares
Edad	De 19 años en adelante
Iniciativa	Proactiva
Responsabilidad por Persona	Responder por su propio trabajo
Lugar de Trabajo	Oficina

CUADRO 46
MANUAL DE FUNCIONES PARA EL ASESOR JURÍDICO

Título del Puesto	Asesor Jurídico
Nivel de Mando	Asesor
Reporta a	Gerente
Supervisa a	Ninguno
Misión	
Representar jurídicamente a la empresa en todos los aspectos legales.	
Tareas Típicas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Representar legalmente a la empresa. ▪ Asesorar jurídicamente a los propietarios de la empresa. ▪ Elaborar los contratos de trabajo. ▪ Revisará constantemente el estado legal de la empresa. ▪ Estar presente en las audiencias que fuere designado ▪ Dar declaraciones a los medios de comunicación si fuere designado para ello. ▪ Preparar respuestas a las comunicaciones de los medios de comunicación. ▪ Estar pendiente de los cambios que se realicen en las leyes en el ámbito laboral. 	
Requisitos Mínimos	
Educación	Universidad Completa.
Especialización	Leyes de la Republica.
Conocimiento Adicionales	Ámbito Laboral.
Experiencia	2 años en funciones similares.
Edad	De 25 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	En sus propias oficinas

CUADRO 47
MANUAL DE FUNCIONES PARA EL JEFE DE PRODUCCIÓN

Título del Puesto	Jefe de Producción
Nivel de Mando	Operativo
Reporta a	Gerente
Supervisa a	Los Trabajadores
Misión	
Atender y preparar el requerimiento de la materia prima para el proceso productivo y controlar el proceso productivo de la empresa.	
Tareas Típicas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Guiar a los obreros en el proceso productivo. ▪ Controlar las actividades del proceso productivo. ▪ Indicar el uso correcto de las instalaciones. ▪ Informar de todas las novedades que se presente al Gerente de la Empresa. ▪ Realizar informes sobre rendimiento y entregar al Gerente. ▪ Ayudar al proceso de inducción a los nuevos empleados de la empresa ▪ Ayudar a realizar las adquisiciones de maquinaria y equipo. ▪ Asesorar en el campo productivo al Gerente y los miembros de la empresa. 	
Requisitos Mínimos	
Educación	Bachiller, Universitaria Completa
Especialización	Procesos de Producción de Chocolate
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente.
Experiencia	6 meses en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Área de Producción.

CUADRO 48
MANUAL DE FUNCIONES PARA EL VENDEDOR

Título del Puesto	Vendedor
Nivel de Mando	Operativo
Reporta a	Secretaria Contadora
Supervisa a	Ninguno
Misión	
Atender cordialmente a los clientes, facilitando toda la información referente al producto sobre características, bondades, precios al por mayor y menor y promociones.	
Tareas Típicas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener la sección de venta completamente limpia. ▪ Explicar y detallar al cliente la calidad del producto que se vende. ▪ Tomar los pedidos de los clientes y despachar los mismos. ▪ Comunicar sobre alguna novedad a la Secretaria o Gerente. ▪ Usará el uniforme en impecables condiciones de aseo y arreglo. ▪ Facilitar toda la información al cliente sobre ventas al por mayor y menor- ▪ Coordinar la presencia del stop suficiente de productos con el jefe de producción. ▪ Entregar la factura o nota de venta a todos los clientes. 	
Requisitos Mínimos	
Educación	Bachiller, Universitaria Incompleta.
Especialización	Ventas
Conocimiento Adicionales	Servicio al Cliente.
Experiencia	6 meses en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Sección Ventas

CUADRO 49
MANUAL DE FUNCIONES PARA LOS TRABAJADORES

Título del Puesto	Obrero
Nivel de Mando	Operativo
Reporta a	Jefe de Producción
Supervisa a	Ninguno
Misión	
Participar en todo el proceso productivo de elaboración de barras de chocolate en pasta base, apoyando y manejando toda la maquinaria y equipo de la empresa.	
Tareas Típicas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar el mantenimiento de las instalaciones del Área de Producción. ▪ Participar en todas las etapas del proceso productivo. ▪ Recibir toda la materia prima a fin de iniciar el proceso productivo. ▪ Informar del uso indebido de las instalaciones al Jefe de Producción. ▪ Realizar el mantenimiento preventivo de la maquinaria y equipo de la empresa. ▪ Estar en la capacidad de reemplazar y cualquiera de sus compañeros del área de producción en su puesto de trabajo. ▪ Respetar secuencia de todas las etapas en el proceso productivo. ▪ Ayudar al traslado del producto terminado hasta la sección de ventas y comercialización. 	
Requisitos Mínimos	
Educación	Bachiller
Especialización	Conocimiento del Proceso de elaboración del chocolate.
Conocimiento Adicionales	Chocolate.
Experiencia	6 meses en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Área de Producción

CUADRO 50
MANUAL DE FUNCIONES PARA EL CHOFER

Título del Puesto	Chofer
Nivel de Mando	Apoyo
Reporta a	Secretaria - Contadora
Supervisa a	Ninguno
Misión	
Realizar el traslado de la materia prima y el producto terminado hasta los lugares dispuestos y de esta manera colaborar con los objetivos generales de la empresa.	
Tareas Típicas	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordinar las actividades de transporte con el Jefe de Producción y la Gerencia. ▪ Realizar la limpieza en forma permanente del automotor. ▪ Realizar el mantenimiento preventivo del automotor. ▪ Participar en el traslado de la materia prima hasta la empresa en forma oportuna. ▪ Realizar el traslado del producto terminado hasta los principales centros de distribución. ▪ Realizar el traslado del equipo y maquinaria desde el centro de compra hasta la empresa. ▪ Mantener actualizado el libro de consumo de gasolina y kilometraje en forma diaria. ▪ Colaborar en todas las etapas del proceso de elaboración del chocolate si es requerido. 	
Requisitos Mínimos	
Educación	Bachiller
Especialización	Manejo de Camionetas.
Conocimiento Adicionales	Mantenimiento preventivo de vehículos.
Experiencia	1 año en cargos similares.
Edad	18 años en adelante.
Iniciativa	Proactiva.
Responsabilidad por Persona	Responderá por su propio trabajo.
Lugar de Trabajo	Toda la empresa

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos, necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa.

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

- Activos Fijos o tangibles.
- Activos Diferidos o Intangibles y,
- Capital de Trabajo.

ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para el proyecto son los siguientes:

Vehículo: Se refiere a la adquisición de un vehículo para la movilización del producto terminado y para el traslado de la materia prima hasta la empresa, se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 51
Vehículo

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Camioneta Chevrolet año 2014	1	\$ 22.000,00	\$ 22.000,00

Fuente: Almacenes Chevrolet Lago Agrio.

Elaborado por: El Autor.

Terreno: Constituye el valor del lugar donde se ubicara la nueva empresa.

Mismo que se detalla a continuación:

Cuadro 52
Terreno

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
Terreno	500	m2	\$ 10,00	\$ 5.000,00
TOTAL				\$ 5.000,00

Fuente: Departamento de Avaluos y Catrastos de la Provincia de Orellana.

Elaborado por: El Autor.

Edificaciones: Constituye el valor de las construcciones y adecuaciones en el terreno donde se ubicara la nueva empresa, de acuerdo al siguiente detalle:

Cuadro 53
Edificaciones

DETALLE	AREA	UNIDAD	V/UNIT.	V/TOTAL
Área de Oficinas	90	m2	\$ 80,00	7200,00
Baños	20	m2	\$ 80,00	1600,00
Área de Producción	340	m2	\$ 25,00	8500,00
Área de Ventas	40	m2	\$ 120,00	4800,00
Parqueadero	10	m2	\$ 20,00	200,00
TOTAL	500			\$ 22.300,00

Fuente: Cámara de Construcción de Lago Agrio.

Elaborado por: El Autor.

Maquinaria y Equipo: Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción, es el elemento fundamental para el proceso de transformación. Se detalla a continuación.

Cuadro 54
Maquinaria y Equipo

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Tostadora	1	1.500,00	1.500,00
Descascarillador	1	1.110,00	1.110,00
Molino	1	1.000,00	1.000,00
Marmita	1	600,00	600,00
Balanza Electrónica	1	250,00	250,00
Maquina Selladora	1	280,00	280,00
TOTAL			USD. 4.740,00

Fuente: Locales Comerciales de la Provincia de Orellana.

Elaborado por: El Autor.

Herramientas: Las inversiones correspondientes a este rubro han sido cotizadas en el mercado local. Se detalla a continuación.

Cuadro 55
Herramientas

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Gavetas	10	15,00	150,00
Bandejas	10	18,00	180,00
Espátulas	6	5,40	32,40
Pulverizador manual	4	2,40	9,60
Manguera	2	12,60	25,20
Carretillas	2	34,00	68,00
TOTAL			USD. 465,20

Fuente: Locales Comerciales de la Provincia de Orellana.

Elaborado por: El Autor.

Equipos de Oficina

Se detalla la adquisición de equipos de oficina, que son necesarios para la ejecución de las actividades en el Área Administrativa y Ventas.

Cuadro 56
Equipos de Oficina

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Sumadora	2,00	40,00	80,00
Calculadora	2,00	10,00	20,00
Teléfono	2,00	30,00	60,00
Grapadora	2,00	5,00	10,00
Perforadora	2,00	5,00	10,00
TOTAL			USD. 180,00

Fuente: Locales Comerciales de la Provincia de Orellana.

Elaborado por: El Autor.

Equipos de Computación

Se enuncia la adquisición de equipos de computación, que son necesarios para la ejecución de las actividades en las diferentes áreas de la empresa.

Cuadro 57
Equipos de Computación

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Computadoras	2	650,00	1.300,00
Impresora	2	30,00	60,00
UPS	2	60,00	120,00
TOTAL			USD. 1480,00

Fuente: Locales Comerciales de la Provincia de Orellana.
Elaborado por: El Autor.

Muebles y Enseres

Se relaciona con muebles asignados a las diferentes dependencias con que cuenta la empresa. Se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 58
Muebles y Enseres

ARTÍCULO	UNIDAD	V/U	V/T
Escritorio con sillón Tipo Gerente	1	150,00	150,00
Archivadores de 4 Gavetas	2	100,00	200,00
Sillas Apilables de Plástico	6	15,00	90,00
Escritorio Tipo Secretaria	1	120,00	120,00
Mesa de trabajo	2	60,00	120,00
Stand Metálico	2	40,00	80,00
Cestos de Basura	4	06,00	24,00
Extintores 15 libras	4	25,00	100,00
TOTAL			USD.884,00

Fuente: Locales Comerciales de la Provincia de Orellana.
Elaborado por: El Autor.

Imprevistos

Todo presupuesto, por más cuidadoso que haya sido realizado, tendrá siempre un margen de error por razones de la fluctuación de los precios y cambios que se dan, razón por la cual es conveniente incluir un rubro de imprevistos. Dado que el presente proyecto tiene sus riesgos se utiliza el 5 % para imprevistos.

Resumen de Inversiones de los Activos Fijos

Detallamos a continuación el resumen de inversiones que se debe realizar en lo que se refiere a los Activos Fijos.

Cuadro 59
Resumen de Inversiones en Activos Fijos

ACTIVOS	MONTO
VEHICULO	22000,00
TERRENO	5000,00
EDIFICACIONES	22300,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	4740,00
HERRAMIENTAS	465,20
EQUIPO DE OFICINA	180,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1480,00
MUEBLES Y ENSERES	884,00
IMPREVISTOS 5%	2852,46
TOTAL	59901,66

Fuente: Del Cuadro 50 al 57.

Elaborado por: El Autor.

ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES

Los activos diferidos o intangibles son inversiones que se las realizan sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

Resumen de Inversiones de los Activos Diferidos

El valor total estimado de los Activos Diferidos, asciende a USD. 4.630,50.

Tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 60
Resumen de Inversiones en Activos Diferidos

ACTIVOS	MONTO
ELABORACIÓN DEL PROYECTO	2400,00
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	1400,00
PERMISO DE CONSTRUCCIÓN	160,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	80,00
PATENTE DE RAZON SOCIAL	40,00
PERMISO DE BOMBEROS	30,00
INSTALACIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS	300,00
IMPREVISTOS 5%	220,50
TOTAL	USD. 4630,50

Fuente: Del Cuadro 50 al 57.

Elaborado por: El Autor.

ACTIVOS CIRCULANTES

Los activos circulantes es el capital de operación, aquellos rubros necesarios para el proceso de producción y se pueden considerar: la mano de obra directa, mano de obra indirecta, materia prima directa, materia prima indirecta, gastos administrativos, costos indirectos, gastos de ventas, gastos financieros, e imprevistos; rubros que según el presente proyecto se requiere presupuestarlos para el periodo de un mes.

Materia Prima Directa

Son los materiales y suministros que intervienen directamente en el proceso de producción, así tenemos que la capacidad instalada es de 208.000 libras de chocolate y se considera que el primer año la capacidad utilizada será de 166.400 de chocolate, entonces se divide para 12 y nos da como resultado 13866 libras de chocolate como capacidad utilizada en forma mensual. Además para producir 13866, se necesita procesar un 10% adicional, por cuanto se descarta en la cascará e impurezas y con el 10% nos da un total de 15252,66 libras de cacao en grano se utiliza mensualmente.

Cuadro 61
Materia Prima Directa

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Cacao en grano	15253 libras	1,37	20896,61
TOTAL			USD. 20896,61

Fuente: Asociación Nacional de Exportadores de Cacao ANECACAO.

Elaborado por: El Autor.

Materia Prima Indirecta

Son los materiales y suministros que intervienen indirectamente en el proceso de producción, detallamos en el siguiente cuadro las fundas aluminadas, las etiquetas, guantes y la cinta que son la envoltura del producto y la etiqueta respectivamente que ayudará a la venta del producto.

Cuadro 62
Materia Prima Indirecta

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	Costo Mensual
Fundas Aluminadas	13866	0,08	1109,28
Etiquetas	13866	0,02	277,32
Guantes Desechables	80 p.	0,45	36,00
Cinta	300 m	5,60	16,80
TOTAL			1439,40

Fuente: Almacenes Comerciales.

Elaboración: La Autora.

Mano de Obra Directa

La Mano de Obra Directa, constituye el talento humano que a través de su trabajo, hará posible la producción de barras de chocolate en pasta base, este valor es de USD. 1808,56 por cada mes de labores y se detalla los beneficios de los trabajadores que obtendrían en el primer año de labores:

Cuadro 63
MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	4
	Obreros
REMUNERACIONES	
Salario Básico Unificado	340
13° Sueldo	28,33
14° Sueldo	28,33
Aporte Patronal (12.15%)	41,31
Vacaciones	14,17
Total	452,14
Número de empleados	4
Total Mensual	1808,56
Total Anual	21.702,72

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: El Autor.

Mano Obra Indirecta

La Mano de Obra Indirecta se refiere al pago que se efectúa al Jefe de Producción para que administre eficientemente el proceso productivo, este valor es de USD. 651,57 por cada mes de labores.

Cuadro 64
MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	1
	Jefe de Producción
REMUNERACIONES	
Salario Básico Unificado	500
13º Sueldo	41,66
14º Sueldo	28,33
Aporte Patronal (12.15%)	60,75
Vacaciones	20,83
Total	651,57
Total Mensual	651,57
Total Anual	7818,84

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales
Elaboración: El Autor.

Gastos de Administración

Estos rubros corresponden al pago de los salarios del personal administrativo y ventas, y los gastos de suministros de oficina de la empresa, en forma mensual.

Cuadro 65
SALARIOS DEL PERSONAL

DESCRIPCIÓN	1	1	1	1
	Gerente	Secretaria Contadora	Vendedor	Chofer
REMUNERACIONES				
Salario Básico Unificado	520	450	340	340
13º Sueldo	43,33	37,50	28,33	28,33
14º Sueldo	28,33	28,33	28,33	28,33
Aporte Patronal (12.15%)	63,18	54,67	41,31	41,31
Vacaciones	21,67	18,75	14,17	14,17
Total	676,51	589,25	452,14	452,14
Número de empleados	1	1	1	1
Total Mensual	676,51	589,25	452,14	452,14
Total Anual	8118,12	7071,00	5425,68	5425,68

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: El Autor.

Cuadro 66
GASTOS ADMINISTRATIVOS
Suministros de Oficina

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resma de Papel Bon	01	03,50	03,50
Cartucho de Impresora Negro	01	12,50	12,50
Cartucho de Impresora a Colores	01	15,50	15,50
Esferos	06	0,20	1,20
Grapas	01 Caja	0,80	0,80
Clips	01 Caja	1,20	1,20
Libreta de Notas	04	1,60	6,40
Facturero (100 facturas)	5	7,00	35,00
Carpetas de Archivo	06	0,50	03,00
SUBTOTAL 2/2			79,10
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS			2249,14

Fuente: Locales Comerciales Joya de los Sachas.

Elaboración: El Autor.

Costos Indirectos

Estos rubros son los gastos que se efectúan para el normal desarrollo de la empresa y comprenden: implementos de limpieza y mantenimiento y pago de servicios básicos.

Cuadro 67
Costos Indirectos

DESCRIPCIÓN	Valor Total
Implementos y Productos de Aseo	15,00
Energía Eléctrica	40,00
Agua	70,00
Teléfono	25,00
TOTAL	150,00

Fuente: Empresas de Servicios Básicos del cantón Joya de los Sachas.
Elaboración: El Autor.

Gastos de Ventas

Estos rubros son los que se refieren a la publicidad que va a efectuar la empresa por un mes, en lo referente a radio, afiches, y hojas volantes escogidos para el efecto.

Cuadro 68
Gastos de Ventas

Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Total
Cuña radial (Radio La Jungla)	90	2,70	243,00
Afiches publicitarios	100	0,30	30,00
Hojas Volantes	100	0,05	5,00
TOTAL			278,00

Fuente: Medios de Comunicación e Imprentas de la Provincia de Orellana
Elaboración: El Autor.

Combustibles y Lubricantes

Este rubro se refiere a la gasolina, aceite y mantenimiento básico que debe de recibir la camioneta CHEVROLET, por cada mes de trabajo, considerando que el vehículo tendrá una actividad regular.

Cuadro 69
Gastos de Ventas

Descripción	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Costo Total
Gasolina	56	1,35	75,60
Aceite	1	16,00	16,00
Mantenimiento	1	40,00	40,00
TOTAL			131,6

Fuente: Centros Mantenimientos de Automotores de Joya de los Sachas.

Elaboración: El Autor.

Resumen de Inversiones de los Activos Circulantes

El valor total de los Activos Circulantes, que son considerados para un mes de trabajo de la empresa, es de USD. 9663,10.

Cuadro 70
Resumen de Inversiones en Activos Circulantes

ACTIVOS	MONTO
MATERIA PRIMA DIRECTA	20896,61
MATERIA PRIMA INDIRECTA	1439,40
MANO DE OBRA DIRECTA	1808,56
MANO DE OBRA INDIRECTA	651,57
GASTOS DE ADMINISTRACION	2249,14
COSTOS INDIRECTOS	150,00
GASTOS DE VENTAS	278,00
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	131,60
IMPREVISTOS 5%	1380,24
TOTAL	28.985,12

Fuente: Inversiones en Activos Circulantes.

Elaboración: El Autor.

RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES.

La estructura de las inversiones del proyecto se ha desglosado en activos fijos, activos diferidos y capital de operación, conforme se detalla a continuación.

Cuadro 71
Inversión Inicial del Proyecto

RUBRO	EGRESO PARCIAL	EGRESO TOTAL	PORCENTAJE
Activos Fijos		59901,66	63,38%
Vehículo	22000,00		
Terreno	5000,00		
Edificaciones	22300,00		
Maquinaria y Equipo	4740,00		
Herramientas	465,20		
Equipo de Oficina	180,00		
Equipo de Computación	1480,00		
Muebles y Enseres	884,00		
Imprevistos 5%		2852,46	
Activos Diferidos		4630,50	4,90%
Elaboración del Proyecto	2400,00		
Constitución de la Empresa	1400,00		
Permiso de Construcción	160,00		
Permiso de Funcionamiento	80,00		
Patente de Razón Social	40,00		
Permiso de Bomberos	30,00		
Instalación de Servicios Básicos	300,00	4410,00	
Imprevistos 5%		220,50	
Activos Circulantes		29.985,12	31,72%
Materia Prima Directa	20896,61		
Materia Prima Indirecta	1439,40		
Mano de Obra Directa	1808,56		
Mano de Obra Indirecta	651,57		
Gastos de Administración	2249,14		
Gastos Indirectos	150,00		
Gastos de Ventas	278,00		
Combustibles y Lubricantes	131,60	27604,88	
Imprevistos 5%		1380,24	
INVERSIÓN TOTAL		94517,28	100%

Fuente: Activos Fijos, Diferidos y Circulantes.

Elaboración: El Autor.

FINANCIAMIENTO

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

Fuentes Internas

El 73,55% del total de la inversión que corresponde a USD. 69.527,28 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

Fuentes Externas.

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco Nacional de Fomento constituirá el 26,45% que corresponde a \$ 25.000 dólares a 10 años plazo al 10% de interés anual, con el objeto de financiar la adquisición de: maquinaria y parte de las adecuaciones, con pagos anuales. Este tipo de crédito está destinado específicamente para el sector productivo.

Cuadro 72
Financiamiento de la Inversión

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Crédito BNF	25000,00	26,45%
Capital social	69517,28	73,55%
TOTAL	94517,28	100%

FUENTE: Banco Nacional de Fomento, Sucursal Joya de los Sachas.

ELABORACIÓN: El Autor

Cuadro 73
Tabla de Amortización del Préstamo en el Banco Nacional de Fomento

Cuota	Saldo Inicial	Interés	Cuota de Amortiz.	Capital Amortizado	Valor a Pagar
1	25,000.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	5,000.00
2	22,500.00	2,250.00	2,500.00	5,000.00	4,750.00
3	20,000.00	2,000.00	2,500.00	7,500.00	4,500.00
4	17,500.00	1,750.00	2,500.00	10,000.00	4,250.00
5	15,000.00	1,500.00	2,500.00	12,500.00	4,000.00
6	12,500.00	1,250.00	2,500.00	15,000.00	3,750.00
7	10,000.00	1,000.00	2,500.00	17,500.00	3,500.00
8	7,500.00	750.00	2,500.00	20,000.00	3,250.00
9	5,000.00	500.00	2,500.00	22,500.00	3,000.00
10	2,500.00	250.00	2,500.00	25,000.00	2,750.00

Fuente: Banco Nacional de Fomento Sucursal Joya de los Sachas.

Elaborado por: El Autor.

Depreciación de los Activos Fijos

Para la depreciación de los diferentes activos de la empresa se aplica los coeficientes que ha establecido el Sistema de Rentas Internas, son los siguientes:

- Terreno: 0%,0
- Edificaciones: 5% anual, 20 años.
- Maquinaria y equipos: 10% anual, 10 años
- Muebles y enseres: 10% anual, 10 años.
- Equipos de Oficina: 10% anual, 10 años.
- Equipo de Computo 33,33% anual, 3 años
- Vehículos: 20%, 5 años.

- Herramientas: 10%, 10 años.

Con el fin de poder determinar el valor de la depreciación de los activos fijos, se usará el método de la línea recta, el mismo que se lo detalla en la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del Activo} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de vida útil del Activo}}$$

Cuadro 74
Depreciaciones de Activos Fijos año 1-3

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL (Años)	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Vehículo	20%	5	22000,00	4400,00	3520,00
Edificaciones	5%	20	22300,00	1115,00	1059,25
Maquinaria y Equipo	10%	10	4740,00	474,00	426,60
Equipo de Oficina	10%	10	180,00	18,00	16,20
Equipo de Computación	33%	3	1480,00	493,33	328,88
Muebles y Enseres	10%	10	884,00	84,40	79,56
Herramientas	10%	10	465,20	46,52	41,86
TOTAL			52049,20	6631,25	5472,35

Fuente: Cuadro 69 y Depreciaciones Referenciales del SRI.

Elaborado por: El Autor.

Cuadro 75
Depreciaciones de Activos Fijos año 4-5

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL (Años)	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Vehículo	20%	5	22000,00	4400,00	3520,00
Edificaciones	5%	20	22300,00	1115,00	1059,25
Maquinaria y Equipo	10%	10	4740,00	474,00	426,60
Equipo de Oficina	10%	10	180,00	18,00	16,20
Equipo de Computación	33%	3	1603,13	534,37	356,25
Muebles y Enseres	10%	10	884,00	84,40	79,56
Herramientas	10%	10	465,20	46,52	41,86
TOTAL			52172,33	6672,29	5499,72

Fuente: Cuadro 69 y Depreciaciones Referenciales del SRI.

Elaborado por: El Autor.

Cuadro 76
Depreciaciones de Activos Fijos año 6

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Vehículo	20%	5	25173,75	5026,95	4029,36
Edificaciones	5%	20	22300,00	1115,00	1059,25
Maquinaria y Equipo	10%	10	4740,00	474,00	426,60
Equipo de Oficina	10%	10	180,00	18,00	16,20
Equipo de Computación	33%	3	1603,13	534,37	356,25
Muebles y Enseres	10%	10	884,00	84,40	79,56
Herramientas	10%	10	465,20	46,52	41,86
TOTAL			55346,08	7299,24	6009,08

Fuente: Cuadro 69 y Depreciaciones Referenciales del SRI.

Elaborado por: El Autor.

Cuadro 77
Depreciaciones de Activos Fijos año 7-9

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Vehículo	20%	5	25173,75	5026,95	4029,36
Edificaciones	5%	20	22300,00	1115,00	1059,25
Maquinaria y Equipo	10%	10	4740,00	474,00	426,60
Equipo de Oficina	10%	10	180,00	18,00	16,20
Equipo de Computación	33%	3	1736,51	578,83	385,89
Muebles y Enseres	10%	10	884,00	84,40	79,56
Herramientas	10%	10	465,20	46,52	41,86
TOTAL			55479,46	7343,70	6038,72

Fuente: Cuadro 69 y Depreciaciones Referenciales del SRI.

Elaborado por: El Autor.

Cuadro 78
Depreciaciones de Activos Fijos año 10

ACTIVO	% DEPRECIACIÓN	VIDA UTIL	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION ANUAL
Vehículo	20%	5	25173,75	5026,95	4029,36
Edificaciones	5%	20	22300,00	1115,00	1059,25
Maquinaria y Equipo	10%	10	4740,00	474,00	426,60
Equipo de Oficina	10%	10	180,00	18,00	16,20
Equipo de Computación	33%	3	1880,99	626,99	417,99
Muebles y Enseres	10%	10	884,00	84,40	79,56
Herramientas	10%	10	465,20	46,52	41,86
TOTAL			55623,94	7391,86	6070,82

Fuente: Cuadro 69 y Depreciaciones Referenciales del SRI.

Elaborado por: El Autor.

Amortización de los Activos Diferidos

La Amortización de los Activos Diferidos se realiza sobre los activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto, estos afectan al flujo de caja en forma indirecta y se calcula para la vida útil del proyecto que es de 10 años.

Cuadro 79
Depreciaciones de Activos Fijos año 10

Denominación	Vida Útil	Monto del Activo	Amortización del Activo
Activo Diferido	10 años	4630,50	463,05

Fuente: Activos Diferidos Cuadro 69.

Elaborado por: El Autor.

ANÁLISIS DE COSTOS

Es el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, en esta etapa se determina la calidad y cantidad de los recursos necesarios, este análisis también ayuda a determinar si vale o no la pena llevarlo a cabo. Aquí se consideran los costos de producción y de operación.

Costos de Producción

Están calculados sobre la base del programa de producción que se ha determinado tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales.

Entre ellos tenemos el costo primo y los costos indirectos de fabricación.

Costo Primo

El Costo Primo es el resultado de la suma de la materia prima, los insumos y el costo de la mano de obra directa, se detalla a continuación:

CUADRO 80
Costo Primo

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	20896,61	250759,32
Materia Prima Indirecta	1439,40	17272,80
Mano de Obra Directa	1808,56	21702,72
TOTAL	24144,57	289734,84

Fuente: Activos Circulantes Cuadro 69.

Elaborado por: El Autor.

Costos Indirectos de Fabricación

Comprenden todos los costos de fabricación distintos de los materiales directos y de la mano de obra directa y además con costos que no se puede asociar o costear con facilidad a un producto producido, entre ellos se tiene: la mano de obra indirecta, los gastos indirectos y las depreciaciones de los activos fijos, (a excepción de la depreciación del equipo de computación).

CUADRO 81
Costos Indirectos de Fabricación

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Mano de Obra Indirecta	651,57	7818,84
Gastos Indirectos	150,00	1800,00
Depreciaciones Activos Fijos	428,62	5143,47
TOTAL	1230,19	14762,31

Fuente: Activos Circulantes Cuadro 69 y Cuadro 72.

Elaborado por: El Autor.

Costos de Operación

Son los rubros que permiten el funcionamiento de la empresa y no son considerados como una inversión, sino más bien estos ayudarán a la continuidad de las actividades de la empresa y comprenden los Gastos de Administración, Gastos de Ventas y Gastos Financieros, a continuación detallamos:

Gastos de Administración

Estos rubros se egresan por concepto de sueldos y salarios del personal administrativo, suministros de oficina, depreciaciones del equipo de computación.

CUADRO 82
Gastos de Administración

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos y Salarios	2170,04	26040,48
Suministros de Oficina	79,10	949,20
Depreciaciones de Equipos Computacionales	27,41	328,88
TOTAL	2276,55	27318,56

Fuente: Activos Circulantes Cuadro 69 y Cuadro 72.

Elaborado por: El Autor.

Gastos de Ventas

Comprenden los rubros que se egresan por concepto de publicidad para el posicionamiento de la empresa.

CUADRO 83
Gastos de Ventas

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad	278,00	3336,00
TOTAL	278,00	3336,00

Fuente: Activos Circulantes Cuadro 69.

Elaborado por: El Autor.

Gastos Financieros

Es la cantidad que se egresa por concepto de intereses del préstamo realizado al Banco Nacional de Fomento, siendo el pago anual, tenemos:

CUADRO 84
Gastos de Ventas

Detalle	Valor Anual
Intereses del Primer Año	2500,00
TOTAL	2500,00

Fuente: Tabla de Amortización del Banco Nacional del Fomento.

Elaborado por: El Autor.

Estructura y Clasificación de Costos

Este análisis nos permite conocer los valores económicos que se desembolsaran durante un periodo contable que es un año, con el fin de poder distribuir eficientemente los recursos económicos. De esta manera tenemos los costos fijos y los costos variables:

Costos Fijos

Son aquellos valores monetarios en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de que exista o no producción, es decir, no varían con el cambio en el nivel de actividad.

Costos Variables

Son aquellos valores que se dan en las empresas en función de su capacidad de producción. Por tanto están en relación directa con los niveles de producción de la misma.

CUADRO 85
Estructura y Clasificación de Costos

Descripción	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
COSTO DEL PRODUCTO			
Costo Primo			
Materias Prima Directa		250759,32	250759,32
Materia Prima Indirecta		17272,80	17272,80
Mano de Obra Directa		21702,72	21702,72
Costos Indirectos de Fabricación			
Mano de obra Indirecta	7818,84		7818,84
Gastos Indirectos.	1800,00		1800,00
Depreciación de Activos Fijos	5143,47		5143,47
Amortización de Activos Diferidos	463,05		463,05
Imprevistos 5%	15248,01		15248,01
Subtotal	30473,37	289734,84	320208,21
COSTOS DE OPERACIÓN			
Gastos Administrativos			
Sueldos y Salarios	26040,48		26040,48
Suministros de Oficina	949,20		949,20
Depreciación de Equipos de Computación	328,88		328,88
Gastos de Ventas			
Publicidad	3336,00		3336,00
Imprevistos 5%	1532,72		1532,72
Gastos Financieros			
Intereses del Préstamo	2500,00		2500,00
SUBTOTAL	34687,28		34687,28
TOTAL	65160,65	289734,84	354895,49

Fuente: Costos de Producción y Costos de Operación.

Elaborado por: El Autor.

El costo total del proyecto para el año base sería de 354895,49.

Presupuesto de Costos Proyectados a 10 años de vida del Proyecto.

Con este análisis se conocerá con veracidad los flujos que se egresarán en los próximos diez años de vida útil del proyecto y para poder realizar esta proyección de los costos a futuro, se considera el Crecimiento Económico Anual estimado de la Comisión Económica para América Latina que es de 3,80%, en el 2013 y la Inflación Anual Estimada por el Banco Central del Ecuador que es de 2,70% para el 2013. Con estos datos se afectará a los costos de mano de obra directa e indirecta y sueldos del personal administrativo el 3,80% de crecimiento económico; mientras que al resto de costos se incrementará el 2,70%, de inflación., con excepción de los intereses por concepto del crédito de la BNF. Detallaremos en el cuadro No. 84, los valores obtenidos de la proyección para los 10 años de vida útil del proyecto:

CUADRO 86
COSTOS PROYECTADOS A 10 AÑOS

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
COSTO DEL PRODUCTO										
Costo Primo										
Materias Primas Directa	250759,32	257529,82	264483,12	271624,16	278958,01	286489,87	294225,09	302169,16	310327,72	318706,56
Materia Prima Indirecta	17272,80	17739,16	18218,11	18709,99	19215,15	19733,95	20266,76	20813,96	21375,93	21953,08
Mano de Obra Directa	21702,72	22527,42	23383,46	24272,03	25194,36	26151,75	27145,51	28177,03	29247,75	30359,16
Costo Indirecto de Fabricación										
Mano de Obra Indirecta	7818,84	8115,96	8424,36	8744,48	9076,77	9421,68	9779,70	10151,32	10537,07	10937,47
Gastos Indirectos	1800,00	1848,60	1898,51	1949,76	2002,40	2056,46	2111,98	2169,00	2227,56	2287,70
Depreciación de Activos Fijos	5143,47	5143,47	5143,47	5143,47	5143,47	5652,83	5652,83	5652,83	5652,83	5652,83
Amortización de Activos Diferidos	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05	463,05
Imprevistos 5%	15248,01	15668,37	16100,7	16545,34	17002,66	17498,47	17982,24	18479,81	18991,59	19517,99
SUBTOTAL	320208,21	329035,85	338114,78	347452,28	357055,87	367468,06	377627,16	388076,16	398823,5	409877,84
COSTOS DE OPERACIÓN										
Gasto Administrativos										
Sueldos y Salarios	26040,48	27030,01	28057,15	29123,32	30230,00	31378,74	32571,13	33808,83	35093,56	36427,11
Suministros de Oficina	949,20	974,82	1001,14	1028,17	1055,93	1084,44	1113,71	1143,78	1174,66	1206,37
Depreciación de Eq. Computación	328,88	328,88	328,88	356,25	356,25	356,25	385,89	385,89	385,89	417,99
Gastos de Ventas										
Publicidad	3336,00	3426,07	3518,57	3613,57	3711,13	3811,33	3914,23	4019,91	4128,44	4239,90
Imprevistos 5%	1532,72	1587,98	1645,28	1706,06	1767,66	1831,53	1899,24	1967,92	2039,12	2114,56
Gastos Financieros										
Intereses del Préstamo	2500,00	2,250.00	2,000.00	1,750.00	1,500.00	1,250.00	1,000.00	750.00	500.00	250.00
SUBTOTAL	34687,28	33347,76	34551,02	35827,37	37120,97	38462,29	39884,2	41326,33	42821,67	44405,93
COSTO TOTAL	354895,49	362383,61	372665,8	383279,65	394176,84	405930,35	417511,36	429402,49	441645,17	454283,77

Fuente: Estructura y Clasificación de Costos del Proyecto.

Elaboración: El Autor.

INGRESOS TOTALES

Los ingresos se generan por la venta del producto, en el presente caso por la venta de las barras de chocolate en pasta base; para lo cual hay que determinar el precio unitario de venta, considerándose un margen de utilidad bruta por unidad del **45%** con un incremento gradual en cada año por utilidad en función a los costos de producción. El margen de utilidad se ha determinado considerando que al incrementar el costo unitario, el precio final de la libra de chocolate en pasta base sea aceptable dentro del mercado.

Costos Unitarios de Producción

El Costo Unitario de Producción resulta de la relación existente del costo total y el número de unidades producidas durante en un año, en este caso tenemos:

$$\text{CUP} = \frac{\text{CTP}}{\text{NUP}}$$

$$\text{CUP} = \frac{354895,49}{166400,00}$$

$$\text{CUP} = \text{USD. } 2,13.$$

Establecimiento del Precio de Venta al Público.

Para establecer el precio de venta al público, en fundas de 1 libra, inicialmente al costo, se le asignará un margen de utilidad del 45%, que permita comercializar el producto brindando utilidad a la empresa, y que a su vez los intermediarios (detallistas) también puedan obtener su margen de utilidad sin que el precio rebase las expectativas de los consumidores. Con

esta estructura, el precio del producto se obtiene inicialmente de la siguiente manera: posteriormente con los datos obtenidos proyectamos a 10 años los precios.

$$\text{PVP} = \text{CUP} + \text{MU}$$

$$\text{PVP} = 2,13 + 45\%$$

$$\text{PVP} = 3,08$$

CUADRO 87
Ingresos Totales

Años	Costos Anuales	Capacidad Utilizada	Costo Unitario	Utilidad 45%	Precio de Venta	Ingresos Totales
1	354895,49	166.400	2,13	0,95	3,08	514134,97
2	362383,61	166.400	2,17	0,98	3,15	524160,62
3	372665,8	166.400	2,23	1,00	3,23	538771,60
4	383279,65	176.800	2,16	0,97	3,13	554363,84
5	394176,84	176.800	2,22	1,00	3,22	569875,57
6	405930,35	176.800	2,29	1,03	3,32	587064,40
7	417511,36	187.200	2,23	1,00	3,23	605336,11
8	429402,49	187.200	2,29	1,03	3,32	621504,00
9	441645,17	187.200	2,35	1,06	3,41	638660,32
10	454283,77	197.600	2,29	1,03	3,32	656130,80

Fuente: Cuadro de Costos y Capacidad Utilizada

Elaboración: El Autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

El estado de pérdidas y ganancias es el documento contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o

ganancias, para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período de un año.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

Ingresos:

Están conformados por el resultado de las ventas obtenidas en el periodo de análisis.

Egresos:

Los egresos se obtienen de la sumatoria del Costo Primo, Gastos del Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

De los resultados en el Estado de Pérdidas y Ganancias, se confirmó que durante del tiempo de vida útil del proyecto que es 10 años, la empresa proyecta mantiene saldos positivos al finalizar los periodos contables, que indican una rentabilidad del proyecto. Conforme se detalla en el cuadro correspondiente.

CUADRO 88
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Detalle / Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por ventas	514134,97	524160,62	538771,6	554363,84	569875,57	587064,4	605336,11	621504	638660,32	656130,8
(-) Costo Total	354895,49	362383,61	372665,80	383279,65	394176,84	405930,35	417511,36	429402,49	441645,17	454283,77
(=) Utilidad Bruta Ventas	159239,48	161777,01	166105,80	171084,19	175698,73	181134,05	187824,75	192101,51	197015,15	201847,03
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	23885,92	24266,55	24915,87	25662,63	26354,81	27170,11	28173,71	28815,23	29552,27	30277,05
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	135353,56	137510,46	141189,93	145421,56	149343,92	153963,94	159651,04	163286,28	167462,88	171569,98
(-) 25% Impuesto a la renta	33838,39	34377,61	35297,48	36355,39	37335,98	38490,99	39912,76	40821,57	41865,72	42892,49
(=) Utilidad Neta ejercicio	101515,17	103132,84	105892,45	109066,17	112007,94	115472,96	119738,28	122464,71	125597,16	128677,48
(-) 10% reserva Legal	10151,52	10313,28	10589,24	10906,62	11200,79	11547,30	11973,83	12246,47	12559,72	12867,75
(=) Utilidad Líquida	91363,65	92819,56	95303,20	98159,55	100807,15	103925,66	107764,45	110218,24	113037,44	115809,73

Fuente: Ingresos Totales y Costos Totales proyectados.

Elaboración: El Autor.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como *PUNTO MUERTO*, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

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

Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos en Fijos y en Variables, para los años 1, 5 y 10 de vida útil del proyecto. Para ello se usarán los siguientes métodos:

En Función de las Ventas

Guarda relación con el volumen total de la venta del producto y de los ingresos económicos que estos generen.

En Función de la Capacidad Instalada

Es el porcentaje de la capacidad que debe generar la empresa para poder cubrir los diversos productos que este ofrece.

CUADRO 89
Punto de Equilibrio para los años 1, 5 y 10

DESCRIPCIÓN	Año 1		Año 5		Año 10	
COSTO DEL PRODUCTO	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO						
Materias Primas Directa		250759,32		278958,01		318706,56
Materia Prima indirecta		17272,80		19215,15		21953,08
Mano de Obra Directa		21702,72		25194,36		30359,16
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN						
Mano de Obra Indirecta	7818,84		9076,77		10937,47	
Gastos Indirectos	1800,00		2002,40		2287,70	
Depreciación de Activos Fijos	5143,47		5143,47		5652,83	
Amortización de Activos Diferidos	463,05		463,05		463,05	
Imprevistos 5%	15248,01		17002,66		19517,99	
SUBTOTAL	30473,37	289734,84	33688,35	323367,52	38859,04	371018,8
COSTOS DE OPERACIÓN						
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y Salarios	26040,48		30230,00		36427,11	
Suministros de Oficina	949,20		1055,93		1206,37	
Depreciación de Equipo Computación	328,88		356,25		417,99	
GASTOS DE VENTAS						
Publicidad	3336,00		3711,13		4239,90	
Imprevistos 5%	1532,72		1767,66		2114,56	
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses del Préstamo	2500,00		1,500.00		250.00	
SUBTOTAL	34687,28		37120,97		44405,93	
TOTAL COSTO PROYECTADO	65160,65	289734,84	70809,32	323367,52	83264,97	371018,8
COSTO TOTAL	354895,49		394176,84		454283,77	

Fuente: Costos Proyectados a 10 años.

Elaborado: La Autora.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

Método Matemático

* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{65160,65}{514134,97 - 289734,84} * 100 = \mathbf{29,03\%}$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

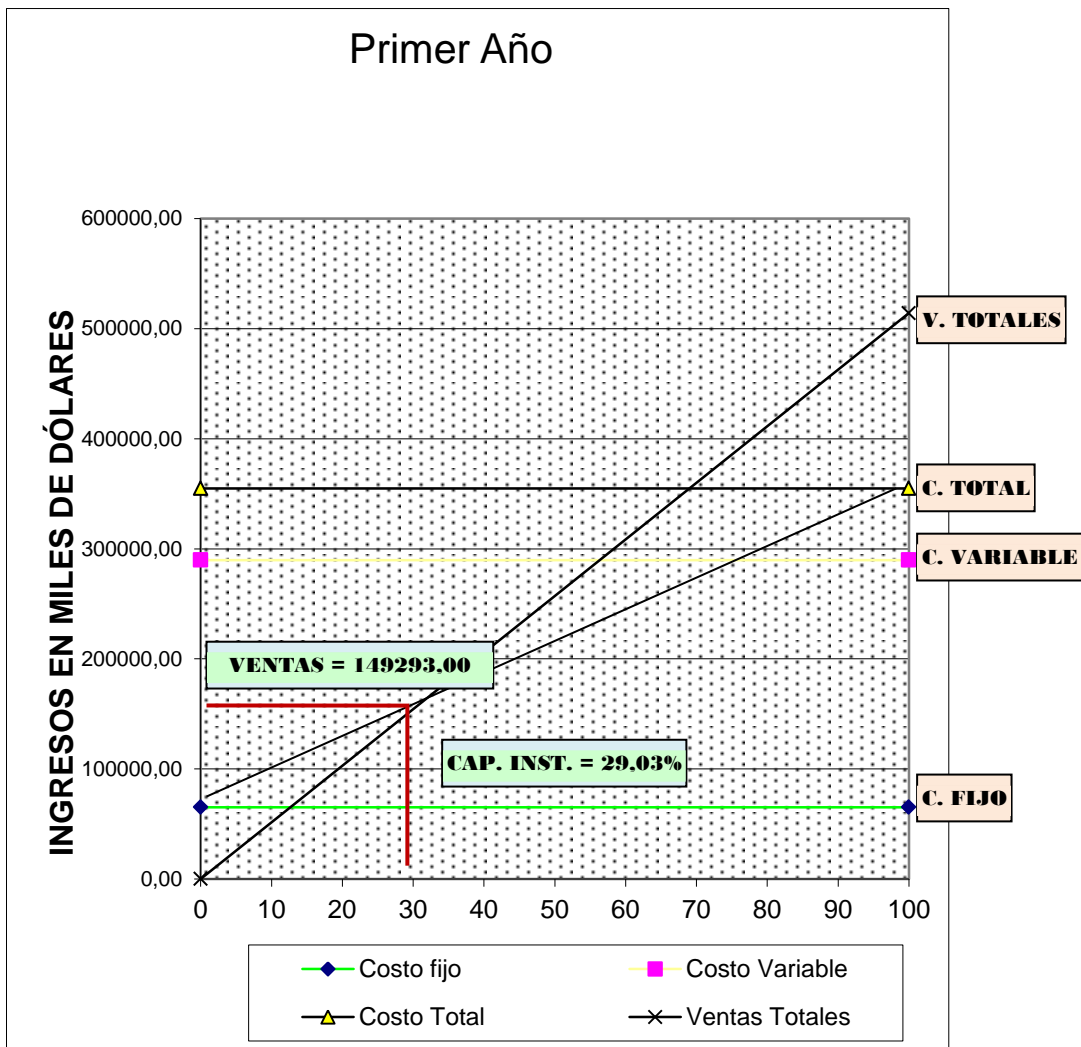
$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{65160,65}{1 - \frac{289734,84}{514134,97}} = \mathbf{149.293,00}$$

Fuente: Costos Fijos y Variables del Proyecto Año 1.

Elaboración: El Autor.

Método Gráfico

Gráfica 39



Fuente: Costos Fijos y Variables del Proyecto Año 1.
Elaboración: El Autor.

Interpretación y Análisis: El Punto de Equilibrio para el año No. 1, se produce cuando la empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base, trabaje a una Capacidad Instalada del 29,03% y con un ingreso en las ventas de USD. 149293,00.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

Método Matemático

* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{70809,32}{569875,57 - 323367,52} * 100 = 28,72\%$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

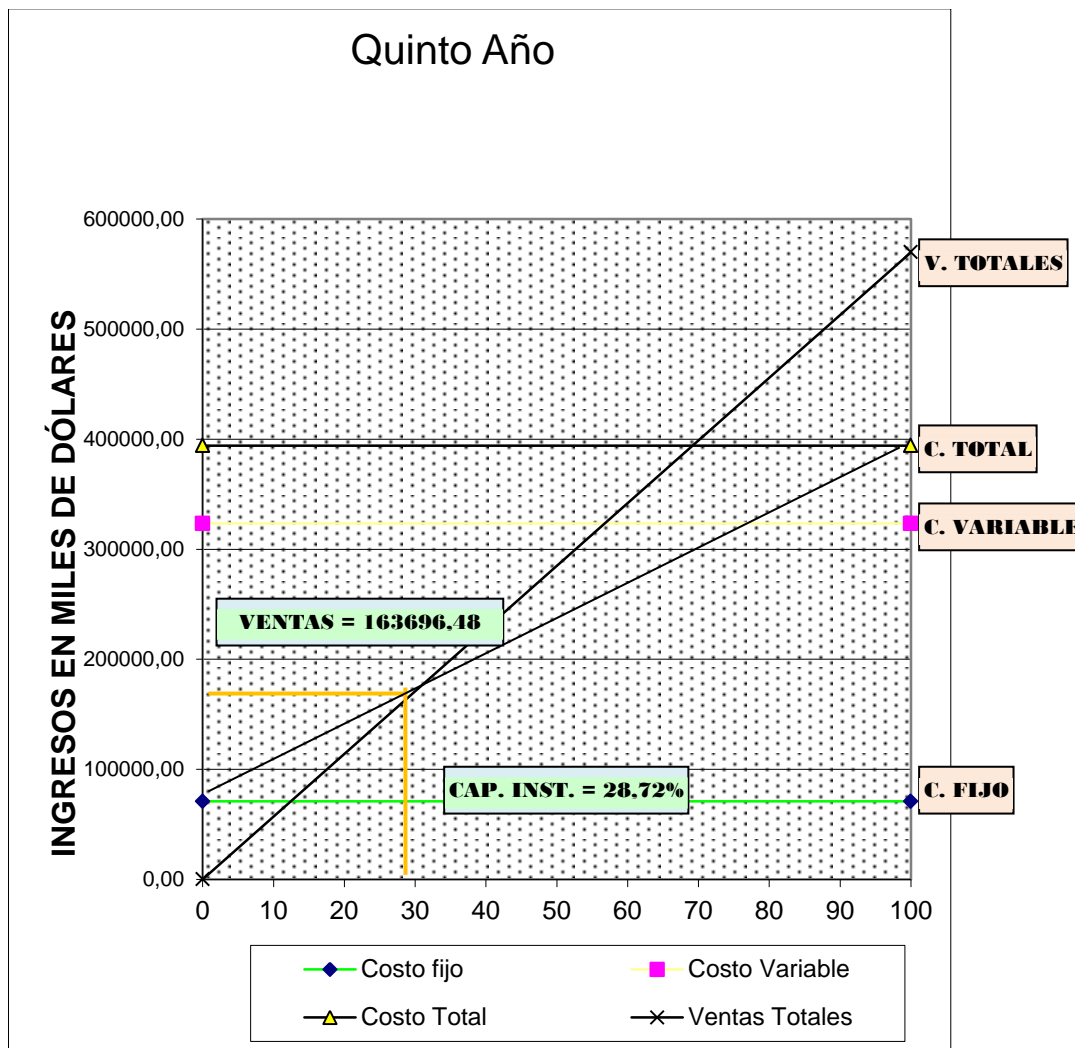
$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{70809,32}{1 - \frac{323367,52}{569875,57}} = 163.696,48$$

Fuente: Costos Fijos y Variables del Proyecto Año 5.

Elaboración: El Autor.

Método Gráfico

Gráfica 40



Fuente: Costos Fijos y Variables del Proyecto Año 5.
Elaboración: El Autor.

Interpretación y Análisis: El Punto de Equilibrio para el año No. 5, se produce cuando la empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base, trabaje a una Capacidad Instalada del 28,72% y con un ingreso en las ventas de USD. 163696,48.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10

Método Matemático

* PE en función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{83264,97}{656130,8 - 371018,8} * 100 = \mathbf{29,20\%}$$

* PE en función de los Ingresos (Ventas)

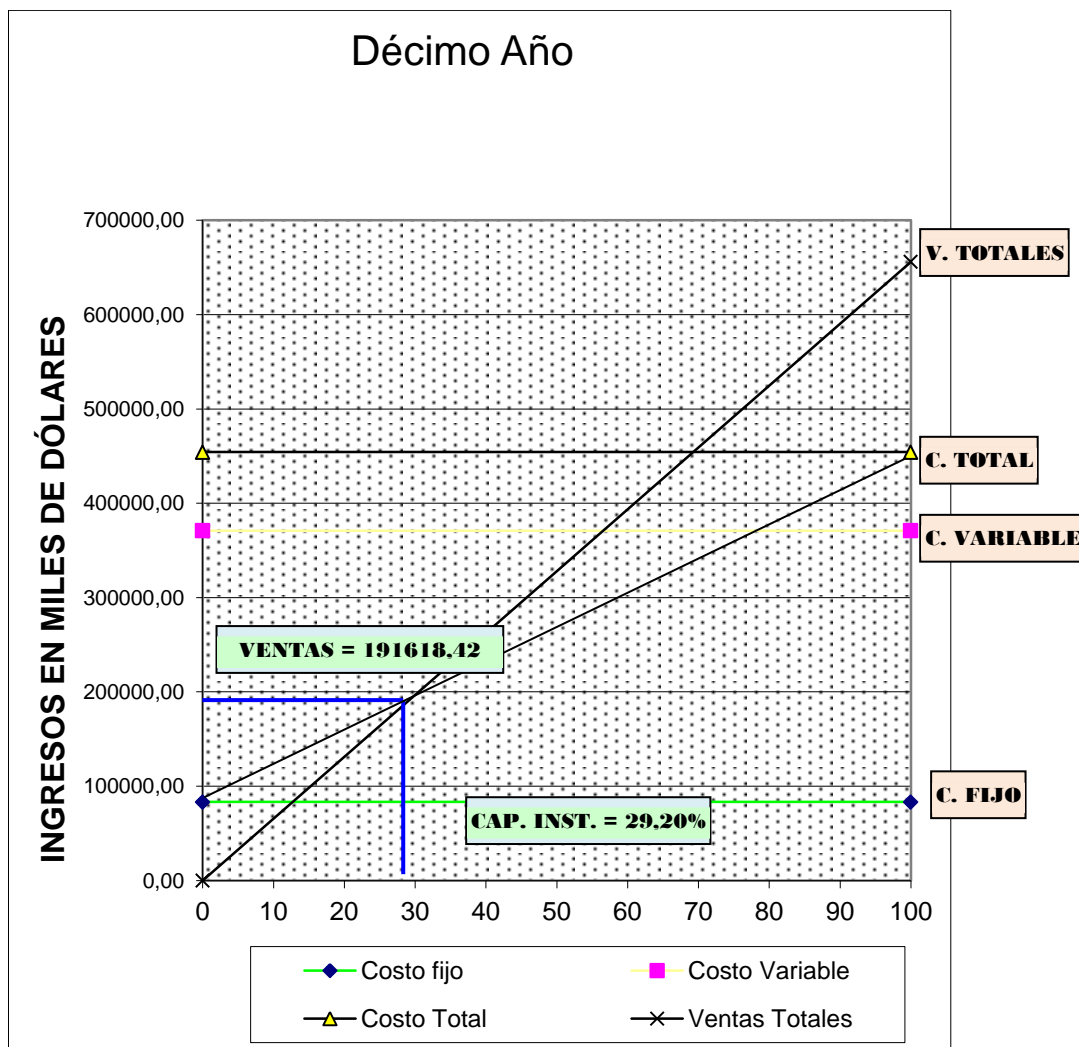
$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{83264,97}{1 - \frac{371018,8}{656130,8}} = \mathbf{191.618,42}$$

Fuente: Costos Fijos y Variables del Proyecto Año 10.

Elaboración: El Autor.

Método Gráfico

Gráfica 41



Fuente: Costos Fijos y Variables del Proyecto Año 10.
Elaboración: El Autor.

Interpretación y Análisis: El Punto de Equilibrio para el año No. 10, se produce cuando la empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base, trabaje a una Capacidad Instalada del 29,20% y con un ingreso en las ventas de USD. 191618,42.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera permitirá a través de la aplicación de algunos criterios de evaluación determinar la factibilidad o rentabilidad del proyecto en estudio. Por lo tanto vamos primeramente a conocer los flujos de caja que se va a generar en la empresa, durante los primeros 10 años de vida útil del proyecto, a continuación se detallan estos flujos en el siguiente cuadro:

CUADRO 90
Flujo de Caja Proyectado a 10 Años

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Ventas		514134,97	524160,62	538771,6	554363,84	569875,57	587064,4	605336,11	621504	638660,32	656130,8
Crédito BNF	25000,00										
Capital Propio	69517,28										
Valor Residual				493,33		4400,00	534,37			578,83	18402,35
TOTAL INGRESOS	94517,28	514134,97	524160,62	539264,93	554363,84	574275,57	587598,77	605336,11	621504	639239,15	674533,15
EGRESOS											
Activo Fijo	59901,66										
Activo Diferido	4630,50										
Activo Circulante	29.985,12										
Reinversión					1603,13		25173,75	1736,51			1880,99
Presupuesto de Operación		354895,49	362383,61	372665,80	383279,65	394176,84	405930,35	417511,36	429402,49	441645,17	454283,77
(-) Depreciación y Amortización		5935,4	5935,4	5935,4	5962,77	5962,77	6472,13	6501,77	6501,77	6501,77	6533,87
(+) 25% de Impuesto a la Renta		33838,39	34377,61	35297,48	36355,39	37335,98	38490,99	39912,76	40821,57	41865,72	42892,49
(+) 15% Distribución de Utilidad		23885,92	24266,55	24915,87	25662,63	26354,81	27170,11	28173,71	28815,23	29552,27	30277,05
(+) Amortización del Crédito		2500,00	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00	2500,00
TOTAL DE EGRESOS	94517,28	415119,8	423527,77	435379,15	449400,8	460367,63	499265,2	489834,34	501539,29	515563,16	531834,3
FLUJO DE CAJA	00	99015,17	100632,85	103885,78	104963,04	113907,94	88333,57	115501,77	119964,71	123675,99	142698,85

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias del Proyecto.

Elaborado: El Autor.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

▪ Valor Actual Neto (VAN)

El VAN nos permite anticipar cuantitativamente los futuros ingresos y egresos monetarios que tendrá la empresa y poder determinar si luego de restar la inversión inicial, nos quedaría alguna utilidad positiva. Es importante además mencionar que si el resultado del VAN es igual o mayor a cero el proyecto es rentable, pero si el VAN es menor a cero el proyecto no es conveniente de ejecutar.

El factor de actualización del proyecto se actualiza periódicamente para los 10 años de vida útil, se realizará este cálculo utilizando la tasa de interés nominal promedio de (10,00%), Entonces se tiene la siguiente fórmula:

FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (FA)
$FA = 1/(1 + i)^n$
En donde:
i = Interés
n = número de periodos

Luego, para determinar el VAN, se usará la siguiente fórmula:

$VAN = \sum \text{FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADO} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$

Entonces el VAN del proyecto quedaría de la siguiente manera:

CUADRO 91
Valor Actual Neto

PERIODO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACIÓN 10%	VALOR ACTUALIZADO
0	94517,28		
1	99015,17	0,9090909	88406,40
2	100632,85	0,8264463	80223,89
3	103885,78	0,7513148	73943,85
4	104963,04	0,6830135	66705,91
5	113907,94	0,6209213	64634,42
6	88333,57	0,5644739	44752,54
7	115501,77	0,5131581	52247,14
8	119964,71	0,4665074	48451,73
9	123675,99	0,4240976	44598,80
10	142698,85	0,3855433	45945,21
		Sumatoria	609909,89
		Inversión Inicial	94517,28
		VAN	515392,61

Fuente: Flujo de Caja Proyectado a 10 años.

Elaborado: El Autor.

El resultado obtenido del VAN de 515392,61 nos confirma la factibilidad del proyecto en estudio.

▪ Relación Beneficio Costo

La Relación Beneficio Costo permite medir la utilidad que se obtiene por cada unidad monetaria invertida en el proyecto, se debe tomar en cuenta los siguientes escenarios en los que se puede incurrir:

- a. Si es mayor a uno se acepta el proyecto.
- b. Si es menor a uno no se acepta el proyecto.
- c. Si es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

CUADRO 92
Relación Beneficio Costo (B ó C)

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACT.	COSTO	INGRESO	FACT. ACT.	INGRESO
	ORIGINAL	10,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	10,00%	ACTUALIZADO
0						
1	354895,49	0,9090909	316870,97	514134,97	0,9090909	459049,08
2	362383,61	0,8264463	288890,00	524160,62	0,8264463	417857,64
3	372665,8	0,7513148	265256,16	538771,6	0,7513148	383486,98
4	383279,65	0,6830135	243581,15	554363,84	0,6830135	352308,24
5	394176,84	0,6209213	223666,52	569875,57	0,6209213	323362,70
6	405930,35	0,5644739	205656,95	587064,4	0,5644739	297425,10
7	417511,36	0,5131581	188860,94	605336,11	0,5131581	273823,31
8	429402,49	0,4665074	173428,46	621504	0,4665074	251015,04
9	441645,17	0,4240976	159261,68	638660,32	0,4240976	230307,31
10	454283,77	0,3855433	146267,22	656130,8	0,3855433	211256,56
			2211740,04			3199891,97

Fuente: Flujo de Caja Proyectado a 10 años.

Elaborado: El Autor.

Aplicando la formula correspondiente se tiene:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizado}}{\sum \text{Costos Actualizado}} = \frac{3199891,97}{2211740,04} = 1,45$$

Del resultado obtenido se deduce que la relación Beneficio-Costo para el proyecto es mayor que 1, por lo tanto es financieramente aceptable la

ejecución del proyecto, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá USD. 0,45 centavos de utilidad.

▪ **Periodo de Recuperación de Capital**

En el periodo de recuperación del capital, vamos a conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja, y el monto de la inversión.

CUADRO 93
Periodo de Recuperación de Capital

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE CAJA	F. ACUMULADO
0	94517,28		
1		99015,17	99015,17
2		100632,85	199648,02
3		103885,78	303533,80
4		104963,04	408496,84
5		113907,94	522404,78
6		88333,57	610738,35
7		115501,77	726240,12
8		119964,71	846204,83
9		123675,99	969880,82
10		142698,85	1112579,67
			5798742,40

Fuente: Flujo de Caja Proyectado a 10 años.

Elaborado: El Autor.

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 0 + \frac{94517,28 - 99015,17}{99015,17}$$

$$\text{PRC} = 0 + \frac{-4497,89}{99015,17}$$

$$\text{PRC} = 0 + 0,45$$

$$\text{PRC} = 0,45$$

Entonces se tiene:

$$\text{PRC (Años)} = 0,45 \longrightarrow 0 \text{ años.}$$

$$\text{PRC (Meses)} = 0,45 \times 12 = 5,4 \longrightarrow 5 \text{ meses}$$

$$\text{PRC (Días)} = 0,4 \times 30 = 12 \longrightarrow 12 \text{ días}$$

Con los resultados expuestos se puede indicar que la inversión inicial del proyecto (USD. 94517,28) se recuperará en un lapso de tiempo de 5 meses y 12 días.

▪ Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este Criterio de Evaluación trata del porcentaje por la cual se expresa el beneficio neto de una inversión, en relación a un porcentaje nominal determinado por el mercado financiero en el que se desarrolla el proyecto, permitiendo igualar el valor actual de los beneficios y costos y por consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a cero.

Se debe tomar en cuenta los diversos resultados que se pueden obtener de la TIR, así se tiene:

a. Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.

- b. Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- c. Si la TIR es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

CUADRO 94
Tasa Interna de Retorno (TIR)

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
		106,00%	MENOR	106,80%	MAYOR
0					
1	99015,17	0,4854369	48065,62	0,4835590	47879,68
2	100632,85	0,2356490	23714,03	0,2338293	23530,91
3	103885,78	0,1143927	11883,78	0,1130703	11746,39
4	104963,04	0,0555304	5828,64	0,0546761	5738,97
5	113907,94	0,0269565	3070,56	0,0264391	3011,63
6	88333,57	0,0130857	1155,91	0,0127849	1129,33
7	115501,77	0,0063523	733,70	0,0061822	714,06
8	119964,71	0,0030836	369,93	0,0029895	358,63
9	123675,99	0,0014969	185,13	0,0014456	178,78
10	142698,85	0,0007267	103,69	0,0006990	99,75
	SUMATORIA		95110,98		94388,14
	INVERSIÓN INICIAL		94517,28		94517,28
	VAN		593,70		-129,14

Fuente: Flujo de Caja Proyectado a 10 años.

Elaborado: El Autor.

$$TIR = 106 + 0,80 \left(\frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}} \right)$$

$$TIR = 106 + 0,80 \left(\frac{593,70}{593,70 - 129,14} \right)$$

$$\text{TIR} = 106 + 0,80 \left(\frac{593,70}{722,84} \right)$$

$$\text{TIR} = 106 + 0,80 \left(0,82 \right)$$

$$\text{TIR} = 106,66\%$$

La TIR del proyecto es 106,66%; de esta manera se considera que es mayor a la tasa de oportunidad del mercado (10%), por lo cual se ratifica la factibilidad del proyecto.

▪ **Análisis de Sensibilidad**

Permite determinar hasta qué punto el proyecto es rentable frente a las posibles variaciones de los ingresos y los costos del proyecto, influyendo en forma directa a los precios del producto.

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos. Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 31,40% en los costos y una disminución del 21,45 en los ingresos. Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente: Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible. Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto. Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

CUADRO 95
Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 31,40% en los Costos

PERIODO	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	INCREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	31,40%	ORIGINAL	NETO	51,50%	MENOR	51,60%	MAYOR
0								
1	354895,49	466332,67	514134,97	47802,30	0,66006601	31552,67	0,659630607	31531,86
2	362383,61	476172,06	524160,62	47988,56	0,43568713	20908,00	0,435112538	20880,42
3	372665,8	489682,86	538771,6	49088,74	0,28758227	14117,05	0,287013547	14089,13
4	383279,65	503629,46	554363,84	50734,38	0,18982328	9630,57	0,189322920	9605,18
5	394176,84	517948,37	569875,57	51927,20	0,12529589	6506,27	0,124883193	6484,83
6	405930,35	533392,48	587064,4	53671,92	0,08270356	4438,86	0,082376776	4421,32
7	417511,36	548609,93	605336,11	56726,18	0,05458981	3096,67	0,054338243	3082,40
8	429402,49	564234,87	621504	57269,13	0,03603288	2063,57	0,035843168	2052,71
9	441645,17	580321,75	638660,32	58338,57	0,02378408	1387,53	0,023643251	1379,31
10	454283,77	596928,87	656130,8	59201,93	0,01569906	929,41	0,015595812	923,30
				SUMATORIAS		94630,59		94450,47
				INVERSIÓN INICIAL		94517,28		94517,28
				VAN		113,31		-66,81

Fuente: Flujo de Caja Proyectado a 10 años.

Elaborado: El Autor.

$$NTIR= 51,50 + 0,10 \left(\frac{VAN \text{ Menor}}{VAN \text{ Menor} - VAN \text{ Mayor}} \right)$$

$$NTIR= 51,50 + 0,10 \left(\frac{113,31}{113,31 + 66,81} \right)$$

$$NTIR= 51,50 + 0,10 (0.63)$$

$$NTIR= 51,56 \%$$

TIR DEL PROYECTO = 106,66%

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= 106,66 - NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (106,66 – 51,56)%	% VAR.= (55,1% ÷ 106,66%)*100	Sensibilidad= 51,65% ÷ 51,56%
DIF. TIR.= 55,1%	% VAR.= 51,66%	Sensibilidad = 1,00

Análisis e Interpretación:

En el presente caso se considera que el porcentaje máximo en el incremento de los costos que podrá soportar la empresa para obtener flujos netos positivos es de 31,40%.

CUADRO 96
Análisis de Sensibilidad con la Disminución del 21,65% en los Ingresos

PERIODO	INGRESO	INGRESO	COSTO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	DECREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	21,65%	ORIGINAL	NETO	51,80%	MENOR	51,90%	MAYOR
0								
1	514134,97	402824,75	354895,49	47929,26	0,65876153	31573,95	0,658327847	31553,17
2	524160,62	410679,85	362383,61	48296,24	0,43396675	20958,96	0,433395554	20931,37
3	538771,60	422127,55	372665,80	49461,75	0,28588060	14140,15	0,285316362	14112,25
4	554363,84	434344,07	383279,65	51064,42	0,18832714	9616,82	0,187831707	9591,52
5	569875,57	446497,51	394176,84	52320,67	0,12406268	6491,04	0,123654843	6469,70
6	587064,40	459964,96	405930,35	54034,61	0,08172772	4416,13	0,081405427	4398,71
7	605336,11	474280,84	417511,36	56769,48	0,05383908	3056,42	0,053591459	3042,36
8	621504,00	486948,38	429402,49	57545,89	0,03546711	2040,99	0,035280750	2030,26
9	638660,32	500390,36	441645,17	58745,19	0,02336437	1372,54	0,023226300	1364,43
10	656130,80	514078,48	454283,77	59794,71	0,01539155	920,33	0,015290520	914,29
				SUMATORIAS		94587,33		94408,06
					INVERSIÓN INICIAL		94517,28	94517,28
					VAN		70,05	-109,22

Fuente: Flujo de Caja Proyectado a 10 años.

Elaborado: El Autor.

$$\text{NTIR} = T_m + D_t \left(\frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} \right)$$

$$\text{NTIR} = 51,80 + 0,10 \left(\frac{70,05}{70,05 + 109,22} \right)$$

$$\text{NTIR} = 51,80 + 0,10 (0,39)$$

$$\text{NTIR} = 51,80 + 0,039$$

$$\text{NTIR} = 51,84\%$$

TIR DEL PROYECTO = 106,66%

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= TIR PROY - NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (106,66 – 51,84)%	% VAR.= (54,82% ÷ 106,66%)*100	Sensibilidad= 51,40% ÷ 51,84%
DIF. TIR.= 54,82%	% VAR.= 51,40%	Sensibilidad= 0,99

Análisis e Interpretación:

En el presente caso se considera que el porcentaje en la disminución de los ingresos que podría soportar la empresa para obtener flujos netos positivos puede de 21,65%. Por lo tanto realizado los respectivos análisis, podemos concluir que los valores de sensibilidad son menores a 1, y no afectan al proyecto los cambios en los costos incrementados en un 31,40% y los ingresos disminuidos en un 21,65%; por lo tanto el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices, por lo que el proyecto es conveniente.

h. CONCLUSIONES

- En el Estudio de Mercado del proyecto se determinó que la demanda potencial para el año base es de 42.403; la demanda real 35.954, la demanda efectiva 34.156, y la demanda esperada de 4.030,443,00 libras de barras de chocolate en pasta base, siendo el promedio de consumo per cápita anual de 118 libras de chocolate. El producto ofertado anualmente es de 215640 libras de barras de chocolate en pasta base, para el año base y una demanda insatisfecha de 3414830 libras de chocolate en pasta base.
- En el Estudio Técnico luego de haber analizado la capacidad de la maquinaria a utilizarse en el proceso se determinó una capacidad de producir y comercializar de 208.000,00 libras de barras de chocolate en pasta base, con lo cual se cubre un 5,45% de la demanda insatisfecha y la capacidad utilizada del 80%, por cuanto el aumento de la producción debe ser gradual para el año base 166.400,00 libras.
- Además de acuerdo al análisis de los factores determinantes para la micro localización, el lugar más conveniente para la ubicación de la empresa en la ciudad Joya de los Sachas es la opción B en la matriz ponderada, local ubicado frente al Colegio 12 de Febrero en la Av. Los Fundadores, vía a Lago Agrio, por cuanto el lugar cumple con los requerimientos necesarios para su implementación, específicamente en lo referente a acceso a vías de comunicación, servicios básicos,

facilidad de transporte, seguridad, servicios básicos y más factores detallados en la matriz ponderada.

- En el análisis organizaciones se determinó que el proyecto contará con tres propietarios y la razón social con la que operará la empresa será: Empresa Productora y Comercializadora de Barras de Chocolate en Pasta Base “CHOCORICO” CIA LTDA., se estableció 3 tipos de organigramas: Estructural, Funcional y Posicional; se propuso un manual de funciones para todos los cargos de la empresa de producción y comercialización de barras de chocolate en pasta base.
- En el estudio financiero se determinó que la inversión inicial del proyecto es de USD. 94517,28; de los cuales, el 73,55% correspondientes a USD. 69517,28 será el capital social o la aportación de los tres socios y propietarios de la empresa; y el 26,45% restante, correspondiente a USD. 25000,00 será financiado a través de un crédito del Banco Nacional de Fomento sede en la Joya de los Sachas, con un interés del 10%, que será cancelado a 10 años.
- Los costos fijos y variables para el año base es de USD. 354895,49; y los ingresos generados por la venta del producto en el años base es de USD. 514134,97. Así mismo se encontró que el Estado de Pérdidas y Ganancias_es positivo para los 10 años, tiempo de vida del proyecto; en el año base se determina una utilidad liquida de USD. 91363,65.

- El punto de equilibrio se lo calculó en forma matemática y gráfica; para el año 1, se produce cuando la empresa trabaje con una capacidad instalada del 29,03% y con un ingreso en las ventas de USD. 149293,00; para el año 5, con una capacidad instalada del 28,72% y con un ingreso de USD. 163696,48 y para el año 10, con una capacidad instalada del 29,20% y con un ingreso en las ventas de 191618,42.
- Finalmente en evaluación financiera, se determinó que el VAN es de 515392,61; la TIR es del 106,66%, siendo mayor a la tasa de mercado obtenida; en la Relación Costo Beneficio se determinó que por cada dólar invertido se obtendrá USD. 0,45 centavos de utilidad o ganancia; la inversión inicial del proyecto se recuperará en el lapso de 5 meses y 12 días; de igual forma en el Análisis de Sensibilidad se demostró que el proyecto puede soportar un aumento del 31,40% de incremento en sus costos, y un 21,45% de disminución en sus ingresos para no obtener flujos netos negativos. De esta manera se puede concluir que el presente proyecto obtiene una buena rentabilidad con saldos positivos en todas las etapas de su desarrollo, por lo que se considera como factible la creación de una empresa de barras de chocolate en pasta base en el cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

i. RECOMENDACIONES.

- La falta de fuentes de trabajo en el Ecuador ha sido un pretexto para muchos ecuatorianos, sin embargo en el país existen muchas oportunidades de emprendimiento por explotar, una de ellas es el presente proyecto; no obstante se necesita del apoyo de las autoridades pertinentes para que se materialicen estos proyectos; por cuanto no solamente ayudan al que emprende si no que van en bien del desarrollo de las comunidades y por ende del país.
- Por la contundente la factibilidad: financiera, económica y técnica del presente proyecto, se puede permitir la ejecución del mismo brindando de esta manera la creación de fuentes de trabajo en la región. Ayudando también con la contratación de mano de obra del lugar y contribuyendo al desarrollo, adelanto y progreso de la ciudad Joya de los Sachas.
- Una vez puesta en marcha el proyecto se debe realizar una buena campaña publicitaria con el fin de dar a conocer el producto que ofrece la empresa y obtener aceptación en el mercado local, por cuanto para estos proyectos es necesario ofrecer al cliente productos de calidad con la finalidad de poseer liderazgo en el mercado.

j. BIBLIOGRAFÍA

- HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87
- Colin F. Bruce, 1982.
- ZAMORA, J. (2009). Proyectos de inversión. 1ra. Parte.
- Baca, Gabriel. Evaluación de Proyectos V Edición. México D.F.: McGraw-Hill, 2006.
- SAPAG CHAIN, Nassir y Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. McGraw-Hill, Chile, 2000. Pág. 35
- SALVATORE, Dominick. Economía y Empresa. Primera Edición. McGraw-Hill, 1993. Pág. 45.
- HERNÁNDEZ OROZCO, Carlos. Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica, 2007. Pág. 87
- HISTORIA DEL CACAO. Revista del Chocolate y del Cacao.
- CACAO Y CHOCOLATE.com.
- REVISTA LIDERES. Informe semanal. Empresas colocan oferta ecuador –extranjero.
- <http://es.slideshare.net/tatyportugal/proceso-de-elaboracin-del-chocolate>.
- <http://www.monografias.com/trabajos70/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

k. ANEXOS

ANEXO No. 1.

FICHA DE RESUMEN DEL PROYECTO DE TESIS

a. TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BARRAS DE CHOCOLATE EN PASTA BASE EN LA PARROQUIA TRES DE NOVIEMBRE, CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS Y SU COMERCIALIZACION EN LA PROVINCIA DE ORELLANA”

b. PROBLEMÁTICA

La economía es muy importante para el desarrollo de todas las sociedades, en el caso de nuestro país en los últimos años, ha sufrido el estancamiento de la tecnología; en lo que respecta a la producción agrícola se ha producido un estancamiento debido a la falta de gestión empresarial, así como también del resultado de diferentes problemas como la vulnerabilidad política e inestabilidad económica, procesos tradicionales de producción y comercialización, falta de visión de los pequeños y medianos productores, sumado a ello la carencia de asesoramiento adecuado, en lo que respecta a la creación de empresas.

Se estima que solamente en el cantón Francisco de Orellana existen alrededor de 1500 hectáreas de cacao. Este constituye un producto primario de exportación de todo el Ecuador. Sin embargo se ha perdido la posibilidad de industrializar la producción de chocolate base a partir del cacao que

representaría una solución empresarial altamente importante en esta provincia y que permitiría pasar de ser productores primarios a productores secundarios.

De ello se puede contextualizar el problema investigativo indicando que ***la ausencia de una propuesta de industrialización del cacao, producción de chocolate base en la parroquia Tres de Noviembre constituye un desaprovechamiento empresarial tanto para el cantón, provincia y todo el país.***

Por ello se propone industrializar el cacao y hacer de esta una oportunidad de emprendimiento empresarial.

c. OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base dentro de la parroquia tres de noviembre, cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana.

Objetivos específicos

- a. Realizar el estudio de mercado con el fin de determinar la demanda y la oferta del producto barras de chocolate en la provincia de Orellana.

- b. Elaborar el estudio técnico para determinar el tamaño y localización óptimos de la planta productora en la parroquia Tres de Noviembre del cantón Joya de los Sachas, provincia de Orellana.
- c. Realizar el estudio organizacional para definir la estructura organizacional y legal de la empresa.
- d. Determinar el estudio económico para determinar la inversión inicial, presupuestos de costos, ingresos y lo previsto para la puesta en marcha del proyecto.
- e. Efectuar la evaluación financiera del proyecto para determinar la implementación de la empresa en cuestión.

d. METODOLOGIA

Para la presente investigación será necesario recurrir a la utilización de los siguientes métodos, técnicas y procedimientos:

Métodos

Métodos generales:

Método científico el cual consiste en la formulación de cuestiones de la realidad basándose en observaciones de la misma y en las teorías existentes, para lo cual se recurrirá a diversas fuentes de información, tales como el municipio del cantón Joya de los Sachas y empresas productoras de cacao y sus derivados, con dichos datos se estructurará la información relevante para la investigación.

Métodos Específicos:

El **método histórico** que permitirá conocer las tendencias existentes en la Provincia de Orellana, respecto de la actividad productora del cacao.

El **método descriptivo** permitirá describir la realidad del mercado en cuanto a la producción del cacao y sus derivados como el chocolate en pasta base.

El **estadístico y matemático** que permitirá el análisis de la tabulación de los datos encontrados en el estudio de mercado y la posterior exposición y discusión de los resultados.

Se utilizarán las siguientes técnicas:

- **Encuesta.**- se utilizará esta herramienta para la realización del estudio de mercado a fin de poder determinar la oferta y la demanda y por ende la demanda efectiva o real para el proyecto.
- **Entrevista.**- Se realizarán entrevistas con los productores de cacao en la provincia, de cada cantón; también con el director de producción agrícola de la provincia.
- **Observación Directa.**- Se efectuará visitas a lugares donde se encuentran empresas productoras de cacao, y que generalmente es el lugar de comercialización.

ANEXO No. 2.**ENCUESTA DEMANDANTES DE LAS BARRAS DE CHOCOLATE EN
PASTA BASE EN LA PROVINCIA DE ORELLANA****DATOS GENERALES****Pregunta 1**

¿Cuántas personas conforman su familia?

- De 1 a 2 personas
- De 3 a 4 personas
- De 5 a 6 personas
- Más de 6 personas

Pregunta 2

¿Cuáles son los ingresos promedio en dólares de su hogar?

- De \$1,00 a \$240
- De \$241 a \$500
- De \$501 a \$1000
- De \$1001 a \$1500
- De \$1501 a \$2000
- Más de \$2000

DATOS ESPECÍFICOS**Pregunta 1**

¿Usted conoce las Barras de Chocolate en pasta base?

- Si
- No

Pregunta 2

¿Usted consumen en su hogar Barras de Chocolate en pasta base?

- Si
- No

Pregunta 3

¿Cuál es la cantidad de Barras de Chocolate en pasta base que consumen en su hogar.?

- De 1 libra a 5 libras
- De 6 libras a 10 libras
- De 10 a 20 libras
- Más de 20 libras

Pregunta 4

¿Qué factores considera usted al momento de adquirir las barras de chocolate en pasta base, señale la opción más relevante?

- Cantidad
- Sabor
- Calidad
- Precio
- Higiene
- Presentación
- Otros

Pregunta 5

¿Si en la Provincia de Orellana se implementara una empresa productora y comercializadora de Barras de Chocolate en pasta base, estaría usted dispuesto a adquirir este producto?

- Si
- No

Pregunta 6

¿Qué precio paga por cada libra de chocolate en pasta base?

- \$2,00 dólares
- \$2,50 dólares
- \$3,00 dólares
- Más de \$3,00

Pregunta 7

¿En qué lugar adquiere las Barras de Chocolate en Pasta Base para el consumo de su hogar, señale una sola opción?

- Bodegas
- Mercados
- Supermercados
- Tiendas
- Otros

Pregunta 8

¿Cómo le gustaría que fuera la presentación de nuestro producto, señale una sola opción?

- Funda de Plástico
- Lata
- Otros

Pregunta 9

¿Qué medio publicitario usted prefiere, señala una sola opción?

TELEVISION

- Gama visión
- Coca visión
- Canel 3

RADIO

- JC Radio
- Radio Elecuatoriano

- Latinaplust F.M.

PRENSA

- Independiente

Pregunta 10

¿En qué horarios usualmente usted accede a los siguientes medios de comunicación?

- 7H00 - 12H00
- 13H00 – 18H00
- 19H00 en adelante

Pregunta 11

¿Le gustaría que la empresa ofrezca promociones a sus clientes?

- Si
- No

Pregunta 12

¿Qué promociones desearía que ofrezca la empresa, señale una sola opción?

- Sorteos mensuales
- Descuentos personales
- Producto adicional

ANEXO No. 3.**ENCUESTA OFERENTES DE BARRAS DE CHOCOLATE EN PASTA**
BASE EN LA PROVINCIA DE ORELLANA**Pregunta 1**

¿En su negocio usted produce y comercializa barras de chocolate en pasta base?

- Si
- No

Pregunta 2

¿Qué cantidad de barras de chocolate en pasta base procesa y comercializa diariamente?

- De 1 a 15 Libras
- De 16 a 40 Libras
- De 41 a 80 libras
- Más de 80 Libras

Pregunta 3

¿Qué tiempo tiene de funcionamiento su empresa productora y comercializadora de barras de chocolate en pasta base?

- 6 meses a un año
- De 1 año 1 mes a 3 años
- De 3 años 1 mes a seis años
- Más de 6 años

Pregunta 4

¿Cómo hace la publicidad de su negocio al público?

- Televisión
- Radio
- Prensa Escrita
- Gigantografías

- Vallas Publicitarias
- Redes Sociales

Pregunta 5

¿En dónde adquiere usted el cacao para el procesamiento de las barras de chocolate en barras y comercialización?

- Cuenca
- Guayas
- Amazonia
- El Oro
- Otros lugares

Pregunta 6

¿A qué precio vende usted la libra de barra de chocolate en pasta base?

- De \$2 a \$3,00
- De \$3 a \$4,00
- De \$4 a \$6,00
- Más de \$6,00

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c. INTRODUCCIÓN	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA	11
Marco Referencial	11
Marco Conceptual	21
e. MATERIALES Y MÉTODOS	43
f. RESULTADOS	48
g. DISCUSIÓN	68
h. CONCLUSIONES	189
i. RECOMENDACIONES	192
j. BIBLIOGRAFÍA	193
k. ANEXOS	194
ÍNDICE	204