



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL DE ELABORACIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE
CHOCOLATE EN EL CANTÓN GENERAL
VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL
GUAYAS AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: SENDY PILAR BRIONES CUJILÁN

TUTOR: ECON. HUGO ÁLVAREZ PLUA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL DE ELABORACIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE
CHOCOLATE EN EL CANTÓN GENERAL
VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL
GUAYAS AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: SENDY PILAR BRIONES CUJILÁN

TUTOR: ECON. HUGO ÁLVAREZ PLUA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, 22 de Abril del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “Creación de una Empresa Artesanal de Elaboración y Comercialización de Productos a Base de Chocolate en el Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas Año 2015” elaborada por la Srta. SENDY PILAR BRIONES CUJILÁN egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Econ. HUGO ALVAREZ PLUA, MSc.
TUTOR

DEDICATORIA

Dedicó este proyecto de tesis con orgullo a Dios y a mi madre Rosita quien a lo largo de mi vida con su sacrificio, amor, apoyo y con sus consejos ha sabido guiarme e incentivar me para continuar siempre adelante, ya que gracias a ella estoy por terminar una nueva etapa en mi vida.

SENDY PILAR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios que me ha iluminado y me ha permitido culminar mi carrera, un agradecimiento especial a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por la oportunidad que me ha brindado de que en sus aulas he llegado a conseguir profesionalizarme.

Gracias a mi querida madre, porque ella con su sacrificio, amor, esfuerzo, abnegación, apoyo y con sus consejos ha sabido guiarme e incentivar me para continuar siempre adelante, a mis hermanos quienes de una u otra forma me han brindado su apoyo incondicional y desinteresado.

SENDY PILAR

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
**DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
**DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL**

Econ. Hugo Álvarez Plua, MSc.
PROFESOR - TUTOR

Ing. Juan Carriel Wong, MFPC.
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala, MSc.
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL DE ELABORACION Y
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE
CHOCOLATE EN EL CANTÓN GENERAL
VILLAMILPLAYAS, PROVINCIA DEL
GUAYAS AÑO 2015”**

Autor: Sedy Briones Cujilán
Tutor: Econ. Hugo Álvarez Plua, MSc.

RESUMEN

La escasez de industrias y empresas en el cantón Playas dan origen a un problema el cual implica la poca inversión económica en el sector, la falta de apoyo al emprendimiento en Playas trae como consecuencia el aumento de desempleo y la emigración de los habitantes a otros lugares del país en busca de una mejor calidad de vida. El proyecto se basa en la implementación de una chocolatería que tendrá como función principal la venta de chocolates en innovadoras presentaciones y su materia principal será el chocolate Ecuatoriano exquisita y deleitable fruta cultivada en el país, es así que aprovechando la fertilidad de la región se realizó un estudio de mercado que revelo resultados favorables lo cual me motivo a desarrollar la creación de mencionada chocolatería, en base al estudio técnico que establecen los parámetros financieros requeridos con los recursos para la producción siendo estos insumos, maquinarias equipos de oficina y mano de obra, en el análisis comparativo de proveedores se consideraron los siguientes factores precios, cantidad de materia prima, calidad y el tiempo de entrega tomando en consideración el proceso productivo, en el estudio financiero se realizó un correspondiente análisis de costo para determinar su estructura. El tipo de investigación será la aplicada y la descriptiva, las técnicas e instrumentos son la encuesta y la entrevista. El objetivo principal de este proyecto es la creación de una empresa dedicada a la elaboración de chocolates en el cantón Playas. El chocolate consumido por gran cantidad de personas y es un producto que llama mucho la atención tanto a pequeños como grandes, es necesaria la creación de mencionada empresa artesanal la cual produce de diferentes formas y sabores para la importancia llegar con un producto de excelente calidad para el deleite del público objetivo como lo son los habitantes de Playas.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIV
ÍNDICE CUADRO.....	XV
ÍNDICE GRÁFICO	XVII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XVIII
ÍNDICE DE ANEXOS	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	2
TEMA	2
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	3
OBJETIVO.....	5
Objetivo General	5
Objetivos Específicos.....	5
HIPÓTESIS.....	5
Operacionalización de las variables Independientes.....	6
CAPÍTULO I.....	8
MARCO TEÓRICO	8
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.....	8
1.2 LA INVERSIÓN.....	9
1.2.1 La Inversión Privada.	9

1.2.2 La Inversión Pública.	9
1.2.3 Empresa.....	10
1.2.3.1 Relación con la creación de una Empresa Artesanal.	10
1.2.3.2 Según la magnitud de una empresa artesanal (microempresa).	11
1.2.4 Artesanía como forma de Producción.....	11
1.2.5 Estudio de Factibilidad.....	12
1.2.5.1 Elementos de un estudio de Factibilidad.....	13
1.2.5.2 Etapas de un estudio de Factibilidad.....	13
1.2.5.2.1 Producto.	14
1.2.5.2.2 Mercado.....	16
1.2.6 Análisis Técnico y Financiero.....	17
1.2.6.1 Análisis Técnico.....	17
1.2.6.2 Análisis financiero.	18
1.2.6.2.1 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR:.....	19
1.2.6.2.2 Cálculo de la Valor Actual Neto VAN:	19
1.2.6.2.3 Flujo de Caja.	20
1.3 DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y COMERCIALIZACIÓN.	20
1.3.1 Características Demográficas.....	21
1.3.2 Organización Económica.	22
1.3.3 Relación de género en las actividades productivas (PEA).....	23
1.3.4 Desarrollo del área de estudio.	23
1.3.5 Formas de organización colectiva.	23
1.3.6 Factores Productivos.	24
1.3.5 Recursos del área de estudio.	25
1.3.5.1 Clasificación de los recursos del área de estudio.	25
1.3.6 Residuos clasificación y tipo.....	29
1.3.6.1 Derivados.	29
1.3.6.2 Producto final.....	30
1.4 MARCO SITUACIONAL.	32
1.4.1 Reseña histórica del cantón Playas.	32
1.4.2 Geografía.....	34

1.4.3 Actividades tradicionales.	35
1.4.4 Procedencia de la materia prima.	35
1.5 MARCO LEGAL.	37
1.5.1 Constitución de la República del Ecuador 2008.	37
1.5.2 Según la Ley de Compañías.	38
1.5.3 Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir.	41
1.5.4 Ley de Gestión Ambiental	42
CAPÍTULO II.....	43
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	43
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	43
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	44
2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.	44
2.3.1 La Investigación Descriptiva.....	44
2.3.2 Investigación Bibliográfica.	45
2.3.3 Investigación de campo.....	45
2.3.4 Investigación aplicada.....	46
2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
2.4.1 Método Inductivo:.....	46
2.4.2 Método deductivo.....	46
2.4.3 El Método Analítico- Sintético.	47
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	47
2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	49
2.7.1 Población.....	49
2.7.2 Muestra.....	50
2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO.	51
2.8.1 Procesamiento de los Datos.	52
CAPÍTULO III.....	53
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	53
3.1 RESULTADOS ESTADÍSTICOS DEL MERCADO.....	53
3.1.1 Resultados estadísticos de la oferta.....	53

3.1.2 Análisis de resultados de la oferta.....	54
3.1.3 Resultados estadísticos de la demanda.....	54
3.1.4 Análisis de resultados de la demanda.....	55
3.2 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN PLAYAS.....	56
3.3 CONCLUSIONES.	76
3.4 RECOMENDACIONES.	77
CAPÍTULO IV	78
CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL DE ELABORACION.....	78
Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE	78
CHOCOLATE EN EL CANTÓN GENERAL.....	78
VILLAMILPLAYAS, AÑO 2015	78
4.1 JUSTIFICACIÓN.....	78
4.1.1 Justificación en la rama de actividad.	78
4.1.2 Justificación por causas económicas.	79
4.1.3 Justificación de las causas ambientales.....	79
4.2 OBJETIVOS.	81
4.2.1 Objetivo General.	81
4.2.2 Objetivos Específico.	81
4.2 NATURALIDAD DEL PROYECTO.....	82
4.2.1 Aspectos institucionales.	82
4.2.2 Descripción del negocio.....	82
4.2.3 Base Legal.....	83
4.2.4 Requisitos adicionales.....	87
4.3 El Producto: Chocolate Artesanal “Sweets Choco Cía. Ltda.”	89
4.3.1 Proveedores de Materia Prima.	91
4.3.2 Características del Producto.....	91
4.3.3 Diseños y formas.....	94
4.3.3.1 Logotipo de la empresa.	94
4.3.3.2 Etiquetado	95

4.3.3.3 Empaque del producto.....	96
4.3.3.4 Barras de etiqueta.....	98
4.4 Valores de la empresa.....	99
4.5 Objetivo de la empresa.....	99
4.5.1 Misión.....	100
4.5.2 Visión.....	100
4.5.3 Responsabilidad Social.....	100
4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	101
4.6.1 Estructura Organizacional.....	101
4.6.2 Descripción del alcance de las Jerarquías.....	102
4.6.2.1 Gerente General.....	102
4.6.2.2 Jefe Departamento Financiero:.....	103
4.6.2.3 Jefe del Departamento de Producción.....	104
4.6.2.4 Jefe Departamento de Logística/Bodega:.....	104
4.6.2.5 Jefe Departamento de Comercialización:.....	105
4.7 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	105
4.7.1 Obtención del RUC.....	106
4.7.2 Obtención de la Patente Municipal.....	106
4.7.3 Registro sanitario:.....	107
4.8 ESTUDIO DE MERCADO.....	108
4.8.1 Estudio de la Demanda.....	108
4.8.2 La participación en el Mercado de los productos.....	109
4.8.2.1 Competencia Directa.....	112
4.8.2.2 Competencia Indirecta.....	112
4.9 ESTUDIO TÉCNICO.....	112
4.9.1 Productos Terminados.....	113
4.9.2 Volúmenes de producción.....	114
4.9.3 Proceso de producción.....	115
4.9.4 Diagrama del proceso de Producción.....	116
4.9.5 Descripción del proceso de Producción.....	117
4.10 INVERSIONES DEL PROYECTO.....	119

4.10.1 Premisas.	119
4.10.2 Determinación de Activos y Depreciación.	119
4.10.3 Distribución de Activos Fijos por Departamento.....	120
4.10.4 Distribución por Tipo de Activo Fijo.....	121
4.11 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.	122
4.11.1 Estructura del capital.....	122
4.11.2 Presupuesto de gastos de constitución.	123
4.11.3 Presupuesto de Inversión Inicial.	123
4.12 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.	124
4.12.1 Amortización del préstamo.	124
4.12.2 Determinación de las necesidades de MOD.....	125
4.12.3 Presupuesto de Rol de pago del Personal.....	127
4.12.4 Presupuesto de Gastos.....	128
4.12.4.1 Determinación del Presupuesto de Servicios Básicos.....	128
4.13 PRESUPUESTOS PROYECTADOS.....	130
4.13.1 Presupuestos de Gastos Administrativos.	130
4.13.2 Presupuestos de Costos de Ventas.	131
4.13.3 Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación.	132
4.13.4 Presupuestos de Compras.....	133
4.13.5 Presupuesto de Ventas.....	134
4.14 ESTUDIO FINANCIERO.	135
4.14.1 Balance General Proyectados.....	136
4.14.2 Estado de resultados proyectado.	137
4.14.3 Flujo de Efectivo Proyectado.	138
4.15 EVALUACIÓN FINANCIERA.	139
4.15.1 Inversión.....	139
4.15.2 Inversión Inicial.	139
4.15.3 Cash Flow.....	141
4.15.4 Cash Free.....	141
4.15.5 Punto de Equilibrio.	142
4.15.6 Decisión de inversión: VAN y TIR:.....	144

4.15.6.1 Método de Recuperación.....	144
4.15.6.2 Método del VAN.....	145
4.15.6.2 Método del TIR.....	146
4.16 IMPACTO AMBIENTAL.....	147
4.16.1 El Reciclaje.....	147
4.16.2 Aplicación de las normas ambientales.....	148
4.17 PLAN DE ACCIÓN.....	149
CONCLUSIONES.....	150
RECOMENDACIONES.....	151
BIBLIOGRAFÍA.....	152
ANEXOS.....	155

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Género de los Encuestados	56
TABLA N° 2 Edad de los encuestados.	57
TABLA N° 3 Instrucción académica.	58
TABLA N° 4 Ingresos Económicos.	59
TABLA N° 5 Creación de una empresa.	60
TABLA N° 6 Elaboración de Productos	61
TABLA N° 7 Favorable Consumidor	62
TABLA N° 8 Nuevos Diseños	63
TABLA N° 9 Procesos Productivos	64
TABLA N° 10 Condiciones necesarias.	65
TABLA N° 11 Satisfacción al cliente	66
TABLA N° 12 Nueva marca.	67
TABLA N° 13 Oferta de chocolates.	68
TABLA N° 14 Inversión rentable.	69
TABLA N° 15 Posibilidades reales.....	70
TABLA N° 16 Apoyo Público.	71
TABLA N° 17 Gusto o preferencia de consumo chocolate.	72
TABLA N° 18 Precios chocolates.....	73
TABLA N° 19 Producción Artesanal.....	74
TABLA N° 20 Normas de salubridad.	75

ÍNDICE CUADRO

CUADRO N° 1 Peso de los productos	98
CUADRO N° 2 Demanda Potencial.....	109
CUADRO N° 3 Demanda de Mensual de Materia en kilos	110
CUADRO N° 4 Precio de materia prima	110
CUADRO N° 5 Participación del Mercado.....	110
CUADRO N° 6 Proyección de la demanda por unidades	110
CUADRO N° 7 Porcentaje de estimación por sabores	111
CUADRO N° 8 Demanda de chocolates mensuales	111
CUADRO N° 9 Demanda de chocolate anuales	112
CUADRO N° 10 Materia Prima a utilizar.....	113
CUADRO N° 11 Cuadro de Demanda por sabores.....	114
CUADRO N° 12 Cuadro de demanda mensual por sabores (kilos).....	114
CUADRO N° 13 Diagrama del Proceso	116
CUADRO N° 14 Distribución de Activo Fijo.....	121
CUADRO N° 15 Distribución por Departamentos.	122
CUADRO N° 16 Estructura del Capital.....	122
CUADRO N° 17 Gastos de Constitución.....	123
CUADRO N° 18 Presupuesto de Inversión Inicial	123
CUADRO N° 19 Proyección de Amortización acumulada.....	124
CUADRO N° 20 Amortización del Préstamo Bancario.....	124
CUADRO N° 21 Presupuesto de pago de capital y pagos de intereses.	124
CUADRO N° 22 Saldos por pagar del préstamo.	125
CUADRO N° 23 Saldos a pagar	125
CUADRO N° 24 Determinación de las necesidades de MOD	125
CUADRO N° 25 Determinación de mano de obra.	126
CUADRO N° 26 Costos de Mano de Obra Directa.	126
CUADRO N° 27 Costo Unitario Materia Prima.	126
CUADRO N° 28 Rol de Pago del Personal.	127
CUADRO N° 29 Rol Proyectado.....	127
CUADRO N° 30 Proyección de Costos de Energía Eléctrica.....	128

CUADRO N° 31 Proyección de Costos por Agua Potable.	128
CUADRO N° 32 Presupuestos de Costos de Telefonía y Publicidad.	129
CUADRO N° 33 Presupuesto de Publicidad.	129
CUADRO N° 34 Presupuestos de Servicios básicos	129
CUADRO N° 35 Presupuestos de Gastos Administrativos.	130
CUADRO N° 36 Presupuesto de Costos de Ventas.	131
CUADRO N° 37 Presupuesto de Gastos de Ventas.	131
CUADRO N° 38 Detalle de Suministros de Limpieza.	132
CUADRO N° 39 Presupuestos de Costos Indirectos de Fabricación.	133
CUADRO N° 40 Costos Indirectos de fabricación.	133
CUADRO N° 41 Precio de materia prima por año	133
CUADRO N° 42 Presupuesto de Compras de materia prima.	134
CUADRO N° 43 Precio por unidades.	134
CUADRO N° 44 Presupuestos de Ventas.	135
CUADRO N° 45 Ingresos por Ventas.	135
CUADRO N° 46 Estado Balance Proyectado.	136
CUADRO N° 47 Estado de Resultado Proyectado.	137
CUADRO N° 48 Flujo de Efectivo Proyectado.	138
CUADRO N° 49 Balance Inicial.	140
CUADRO N° 50 El Cash Flow Disponible (CFD).	141
CUADRO N° 51 Necesidades Operativas de Fondos (NOF).	141
CUADRO N° 52 Punto de Equilibrio	142
CUADRO N° 53 Descripción del Punto de Equilibrio.	143
CUADRO N° 54 Punto de equilibrio para Año 1	143
CUADRO N° 55 Determinación de valores futuros	144
CUADRO N° 56 Flujos Futuros	144
CUADRO N° 57 Método de Recuperación.	145
CUADRO N° 58 Método VAN.	146
CUADRO N° 59 Método del TIR.	146
CUADRO N° 60 Evaluación de Impacto Ambiental	148

ÍNDICE GRÁFICO

GRÁFICO N° 1 Género de los encuestados.....	56
GRÁFICO N° 2 Rango de edad de los encuestados.	57
GRÁFICO N° 3 Instrucción Académica.	58
GRÁFICO N° 4 Ingresos Económicos.....	59
GRÁFICO N° 5 Creación de una empresa.....	60
GRÁFICO N° 6 Elaboración de Productos.....	61
GRÁFICO N° 7 Favorable Consumidor.....	62
GRÁFICO N° 8 Nuevos diseños.....	63
GRÁFICO N° 9 Procesos Productivos.....	64
GRÁFICO N° 10 Condiciones necesarias.....	65
GRÁFICO N° 11 Satisfacción al cliente.....	66
GRÁFICO N° 12 Nueva marca.....	67
GRÁFICO N° 13 Oferta de chocolates.....	68
GRÁFICO N° 14 Inversión rentable.....	69
GRÁFICO N° 15 Posibilidades reales.....	70
GRÁFICO N° 16 Apoyo Público.....	71
GRÁFICO N° 17 Gusto o preferencia de consumo de chocolate.....	72
GRÁFICO N° 18 Precios chocolates.....	73
GRÁFICO N° 19 Producción Artesanal.....	74
GRÁFICO N° 20 Impacto ambiental.....	75
GRÁFICO N° 21 Información del contenido del Producto.....	93
GRÁFICO N° 22 Logo.....	94
GRÁFICO N° 23 Etiquetado.....	95
GRÁFICO N° 24 Descripción de chocolate en barras.....	98
GRÁFICO N° 25 Organigrama.....	101

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN N° 1 Operacionalización de la variable independiente	6
ILUSTRACIÓN N° 2 Operacionalización Variable Dependiente	7
ILUSTRACIÓN N° 3 Información Nutricional	32
ILUSTRACIÓN N° 4 Mapa de Playas.....	33
ILUSTRACIÓN N° 5 Censo Poblacional	49
ILUSTRACIÓN N° 6 Productos de Mayor Demanda	54
ILUSTRACIÓN N° 7 Información Nutricional:.....	90
ILUSTRACIÓN N° 8 Punto de Equilibrio Período Año 1	143
ILUSTRACIÓN N° 9 Plan de Acción.....	149

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Formulario de Encuesta
ANEXO N° 2 Fotos de Encuesta
ANEXO N° 3 Productos hechos con cacao
ANEXO N° 4 Producto Cacao
ANEXO N° 5 Proveedor de Materia Prima
ANEXO N° 7 Carta Aval
ANEXO N° 8 Carta de Gramatólogo

INTRODUCCIÓN

Para crear una empresa se debe partir de una idea, generalmente son varias ideas de negocio que pueden surgir al momento antes de tomar la decisión del proyecto a emprender; para que el proyecto tenga éxito este debe ofrecer algo que responda a las necesidades de los futuros clientes de una mejor forma que lo hace la competencia.

Siendo el país el que presente condiciones favorables en la actividad empresarial para así desarrollar capacidades, nuevas aspiraciones económicas y abrir posibilidades de bienestar en el futuro de cada familia, de esta manera y con las condiciones que presenta el mercado el consumo del chocolate se hará fundamental tanto en materia prima como en el producto ya finalizado debido al excelente sabor que produce al paladar.

Abrir un negocio es la realización de un sueño para muchas personas, pero también implica riesgos, el tener éxito y por esta razón se pone a consideración las herramientas para alcanzar este objetivo.

El propósito es impulsar a los pequeños y medianos agricultores de cacao del Ecuador a vender su materia prima dentro del cantón, con este fin se crea una empresa artesanal donde el chocolate se produzca de diferentes formas y sabores ya que es consumido por gran cantidad de personas y al ser un producto que llama la atención tanto a niños como a adultos, por esta razón es importante llegar con un producto de excelente calidad para el público como lo son los habitantes del cantón Playas y sectores aledaños, el objetivo es que el producto sea reconocido a nivel nacional con el fin de tener una mayor comercialización.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA

“La Incidencia de la inversión Privada en la diversificación de ofertas , mediante una Creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolate en el cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas año 2015”.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En el cantón Playas no contamos con productos de chocolates de ninguna categoría que brinde o aporte a diferentes técnicas del proceso de manufactura artesanal, también no se encuentra con facilidad la maquinaria que se puede utilizar para la elaboración de productos en mención.

Existe un mercado potencial el que se desea explotar para esto debemos conocer los deseos y necesidades que sean de preferencia en el mercado, por supuesto el precio del producto será importante para hacernos conocer y captar mas demandas y expectativas del cliente.

Como propuesta de solución a este problema se necesitaría implementar un espacio territorial en el cual existan actividades industriales y comerciales, como una empresa dedicada a la manufactura artesanal de chocolates, con ello se mejora el desarrollo económico y laboral en el cantón.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la escasez de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolate en el cantón playas 2015?

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La investigación demuestra que los emprendedores ecuatorianos buscan oportunidades de mercado doblan a aquellos que emprenden por necesidad; más de la mitad busca mayor independencia y el incremento de ingresos.

En el presente trabajo se aplicaran las técnicas de investigación, fuentes primarias que suministren información adecuada, como las encuestas personalizadas a profesionales, estudiantes, trabajadores y personas que viven en nuestro cantón , nos llevara a analizar los consumos, precios, gustos y preferencias.

En el cantón radica una problemática que por años se ha visto afectado los pequeños emprendimientos, como es el caso de la falta de inversión económica y productiva, generado por la inexistencia de industrias y empresas de realce que generen el movimiento comercial necesario para impulsar el desarrollo económico e industrial.

Por ello la situación del cantón Playas es preocupante, porque no se aprovecha al máximo la materia prima disponible en el sector, teniendo en cuenta que el cantón Playas es un importante punto de anexo entre las provincias cercanas, por lo cual sería ideal establecer en este sector un proyecto de estudio para fortalecer la debilidad mencionada al inicio y comenzar la cadena de industrialización del sector. La idea es establecer una empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de chocolate para reducir los niveles de desempleo del sector, teniendo en cuenta las medidas necesarias para no contaminar el medio ambiente. Además se pretende a través del presente estudio fomentar el comercio y turismo, que se ilustre en el crecimiento económico beneficiando a los pequeños y medianos agricultores de cacao del sector y del país.

A diferencia de las sanas barras energéticas, el chocolate puede considerarse como un alimento completamente chatarra, más una golosina que cualquier otra cosa, sin embargo no es extraño que muchas personas la prefieran, no solo por su bajo precio, no solo por su sabor si no que por su composición resulta energético y un rápido aniquilador del hambre, rompiendo cualquier dieta, cualquier régimen de sana alimentación, pasando por encima todas éstas cosas, resulta ser simplemente exquisito.

La metodología empleada se basa en una “investigación de mercado”, antes definida, donde se busque identificar y satisfacer las necesidades de los clientes, mediante la búsqueda información identificando clientes potenciales, los competidores y otras fuerzas de mercado.

Este estudio permitirá conocer el mercado de chocolates finos del país, lo que ayudará al cliente a mejorar la toma de decisiones, generar ventaja competitiva y hacer una asignación eficiente de los recursos.

El alcance de las actividades de la investigación de mercados, está por lo tanto, determinado por la naturaleza de estas decisiones. Este proyecto tiene un cierto grado de dificultad debido que para obtener la información real y verídica se debe tener un grupo de personas para efectuar las entrevistas a los informantes.

Con la elaboración y comercialización de productos a base de chocolates se pone en el mercado una alternativa nueva que a los consumidores les permitirá salir de la rutina, además de disfrutar sanamente de las bondades del chocolate, rico en proteínas.

OBJETIVO

Objetivo General

Evaluar la incidencia en la inversión privada de la diversificación de productos a base de chocolate, mediante un estudio integral para la creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolate en el cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas año 2015.

Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercado para establecer demandas.
- Desarrollar técnicas adecuadas para la elaboración artesanal de chocolate y satisfaga los gustos de potenciales clientes.
- Establecer los requerimientos de equipamientos para el eficiente desarrollo de la manufactura chocolatera.
- Evaluar financieramente el proyecto.

HIPÓTESIS

La inversión privada impulsa la diversificación de productos de chocolate en el cantón playas, mediante la creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolate.

Variable Independiente:

- Inversión privada.

Variable Dependiente:

- Diversificación de Comercialización de Productos

Operacionalización de las variables Independientes

ILUSTRACIÓN N° 1 Operacionalización de la variable independiente

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La inversión privada impulsa la diversificación de productos de chocolate en el cantón playas, mediante la creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolate.	Variable Independiente Inversión Privada	Es el acto por el cual una persona natural o jurídica, nacional o extranjera, destina recursos propios a una determinada actividad económica con la finalidad de satisfacer una necesidad de sus consumidores y obtener un retorno por su inversión.	Inversión	Pública	¿Qué tipo de inversión es la más factible para las proyecciones de la empresa?	Leyes Encuestas Entrevistas Libros
				Privada		
			Empresa	Relación con la creación	¿Cuáles son los requisitos para la formalización de una empresa artesanal?	
				Magnitud	¿Cuál es la magnitud de la empresa artesanal?	
				Artesanía productiva	¿Cuál es la importancia de la producción artesanal de chocolate?	
			Estudio de Factibilidad	Elementos	¿Cuáles son los elementos y etapas de un estudio de factibilidad?	
				Etapas		
			Análisis Técnico y Financiero	TIR	¿Cuál es la rentabilidad a final de cada año de la empresa artesanal?	
				VAN		
				Flujos		

Fuente: Investigación de Campo
Elaborador por: Sendy Briones Cujilán.

ILUSTRACIÓN N° 2 Operacionalización Variable Dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La inversión privada impulsa la diversificación de productos de chocolate en el cantón Playas, mediante la creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolate.	Variable Dependiente Diversificación de productos	Es el proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevos mercados, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios.	Características Demográficas	Organización Económica	¿Cuáles son las características demográficas del mercado meta de chocolate artesanal?	Encuestas Entrevistas Libros
				Relación de genero		
			Desarrollo del área de estudio	Formas de organización	¿Cuáles son las empresas, asociaciones o industrias que se dedican a esta actividad en el cantón?	
				Factores productivos	¿Cuáles son los factores productivos de la zona?	
				Recursos del área	¿Qué recursos se poseen para la venta de chocolate artesanal?	
			Residuos	Derivados	¿Cuál es la calidad del producto final?	
				Producto Final		
			Cantón Playas	Reseña Histórica	¿Cuáles son los antecedentes del Cantón Playas en la industria del chocolate?	
				Geografía		
				Actividades tradicionales		

Fuente: Investigación de Campo
Elaborador por: Sindy Briones Cujilán.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.

La problemática que existe en el cantón Playas, es la incipiente inversión económica, originado por la carestía de industrias que dinamicen la economía local, y fomente un alto movimiento comercial, esta problemática no se da solo por la falta de inversionistas públicos o privados; sino también al GAD Municipal que no establece propuestas atractivas o incentivos para la inversión en los diversos ámbitos de producción, lo cual se ve afectado la creación o establecimiento de una empresa dedicada a la elaboración de chocolates, el cual permitiría impulsar a los grandes y pequeños agricultores de cacao del Ecuador, mediante la venta de la materia prima dentro del cantón, creando fuentes de trabajo directas e indirectas.

El chocolate en sus diversas presentaciones es consumido por gran cantidad de personas y al ser un producto que llama mucho la atención tanto a pequeños como a adultos, es necesaria la creación de una empresa artesanal en el cantón Playas que lo produzca de diferentes formas y sabores, como es importante llegar con un producto de excelente calidad para deleitar al público consumidor objetivo como lo son los habitantes del cantón Playas, los cuales realizan sus eventos y en los que se quiere estar presente con los chocolates.

Es imperioso satisfacer las necesidades en gran proporción tanto del mercado como del cliente, con esto se pretende que mi proyecto tenga como fin lanzar al mercado un producto nuevo; para que el consumidor se sienta satisfecho y adquiera el producto.

Es así como nace la idea de crear una empresa que este dedicada a elaborar y comercializar esta clase de productos, para que dé solución a las problemáticas de consumo, con productos innovadores que se incorporen al mercado. La empresa estará ubicada en la av. 15 de agosto vía al Morro, en el barrio Enrique Torbay del cantón General Villamil, cabecera cantonal de Playas.

1.2 LA INVERSIÓN.

Según (Gitman & Joehnk, 2005), la inversión “es simplemente cualquier instrumento en el que se pueden colocar unos fondos con la esperanza de que generaran rentas positivas y/o su valor se mantendrá o aumentará”. Pág. 4.

Los rendimientos de las inversiones se reciben por dos vías: las rentas que paguen y el incremento del valor.

1.2.1 La Inversión Privada.

Según (Bagner & De Zarraga, 2012), la inversión privada es la “inversión de la empresas en plata y equipo, construcción de viviendas y variación de existencias”. Pág. 379.

En una inversión privada se debe considerar los aspectos de los recursos humanos, materiales y materia prima a utilizar.

1.2.2 La Inversión Pública.

Se entiende por Inversión pública según (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social - ILPES, 2003), como el:

Empleo de recursos de origen público a incrementar, mejorar o reponer las existencias de capital físico de dominio público y/o de capital humano, con el objeto de ampliar la capacidad del país para la prestación de servicios o producción de bienes. Pág. 37.

En tanto que (Martner & Tromben, 2005), define a la inversión pública como “aquellos activos fijos producidos que se utilizan repetida o continuamente en los procesos de producción durante más de un año”. Pág. 12.

La inversión, en términos generales, es cualquier actividad realizada en un año que aumenta la capacidad de la economía para producir bienes y servicios. Es decir, corresponde a la asignación de recursos disponibles en el presente para actividades que permitan generar un mayor bienestar en el futuro.

1.2.3 Empresa.

Una empresa es una organización que se estructura con fines comerciales es decir, con el fin de producir un bien o servicio y luego venderlo para generar ganancias “El objetivo de la empresa es generar ingresos”.

1.2.3.1 Relación con la creación de una Empresa Artesanal.

Es aquella característica o propiedad que se supone ser la causa del fenómeno estudiado. En investigación experimental se llama así, a la variable que el investigador manipula.

Según (Longenecker, 2007), expresa acerca de la empresa artesanal como aquella en donde:

La producción artesanal se caracteriza por corridas de producción cortas, solo uno o algunos productos se fabrican antes de que las máquinas de propósitos generales pasen a otro esquema de producción. Cada trabajo puede ser único y requiere un conjunto especial de pasos de producción para determinar el producto. Pág. 534.

Es aquella donde se desarrollan productos elaborados en su mayoría manualmente y en donde las maquinas no tienen protagonismo, es por ello que este tipo de productos tiene un valor agregado porque tras él hay artesanos que se esfuerzan por elaborar dichos productos.

1.2.3.2 Según la magnitud de una empresa artesanal (microempresa).

Según la magnitud de una empresa artesanal posee las siguientes características:

- Posee de uno a cinco trabajadores.
- Empresa pequeña de seis a cincuenta trabajadores.
- Empresa mediana de cincuenta y uno a doscientos cincuenta trabajadores.
- Empresas grandes más de quinientos trabajadores.

Características de una empresa artesanal (microempresa).

- Tienen organización tipo familiar.
- Dirigida y organizada por el propio dueño.
- Generalmente su organización es empírica.
- Su producción no es automatizada.
- La mayoría de los trabajadores son familiares del dueño, por lo cual se la conoce como empresa familiar.

1.2.4 Artesanía como forma de Producción.

En primer lugar se definiría a la Artesanía como: “Forma de producción manual de formas completas: baja productividad”. (Diccionario de la Real Academia Española).

Se define a Manufactura: “Forma de producción manual en serie: mediana productiva”. (Diccionario de la Real Academia Española). Además se conceptualiza a Industria como: “Forma de producción mecanizada en serie: alta productividad”. (Diccionario de la Real Academia Española).

Estructuralmente los artesanos no tienen posibilidad de competir frente a los productos provenientes de la forma de producción manufacturera e industrial y/o importada debido a que su forma de producir, tiene baja productividad.

Los artesanos, desde sus propias iniciativas y condiciones de desenvolvimiento no tienen ninguna posibilidad de desarrollarse, debido a que en su mayoría no generan utilidades para reinvertir en tecnologías que le permitan aumentar su productividad y mejorar su competitividad; a esto se le suma un sector financiero que no considera la realidad artesanal y niega la posibilidad financieramente a la actividad artesanal. El desarrollo de las actividades artesanales requiere de políticas públicas y programas orientados al sector y a la cooperación de la institucionalidad pública y privada.

La participación y liderazgo artesanal en la gestión del desarrollo del sector, requiere del fortalecimiento de la organización artesanal institucional que apunte a la visibilidad del sector como sujetos de producción.

1.2.5 Estudio de Factibilidad.

El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será factible o no, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según (Ramírez & Cajigas, 2004), un estudio de factibilidad podrá:

Pronosticar con mayor certeza el rumbo de éxito o fracaso de una idea de negocio, si se lo realiza dentro de parámetros de alta calidad, de exigencia de emprendedores e inversores sobre ellos mismos y el equipo encargado de hacer el trabajo en materia de investigación necesaria a cumplir, para lograr información seria y creíble sobre el proyecto de inversión. Así pues, responsabilidad y profesionalismo, conjugados en compromiso con la calidad, es el primer gran ingrediente requerido para hacer un estudio de factibilidad altamente confiable. Pág. 44.

La investigación de factibilidad en un proyecto se basa en descubrir cuáles son los objetivos de la sociedad, luego determinar si el proyecto es beneficioso para que la organización logre sus objetivos.

1.2.5.1 Elementos de un estudio de Factibilidad.

- **Estudio de Mercado;** tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.
- **Estudio Técnico;** pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto.
- **Estudio Financiero;** se encargan de ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.

Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

1.2.5.2 Etapas de un estudio de Factibilidad.

El estudio de factibilidad en un proceso en el cual intervienen 4 grandes etapas:
Idea, Pre Inversión, Inversión, Operación

- **La etapa Idea;** es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse.
- **La etapa 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.

- **El nivel de Pre Factibilidad**, se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundaria para definir con ciertas aproximaciones, las variables principales referidas al mercado, a los técnicos de producción y al requerimiento financiero.
- El estudio más acabado es el que se realiza en **el Nivel de Factibilidad** y constituye la culminación de los estudios de pre inversión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que la solución técnica-económica sean las más ventajosas para el país.

1.2.5.2.1 Producto.

Según (Kotler, 2008), el producto “es algo que puede ser ofrecido a un mercado con la finalidad de que se le preste atención, sea adquirido, utilizado o consumido, con objeto de satisfacer un deseo o una necesidad”. Pág. 473.

Los productos se caracterizan por ser elaborados de forma totalmente artesanal, utilizando productos de primera calidad el cual permita obtener un chocolate fino y único en sabor, transmitiendo a quienes tienen el placer de degustar estas delicias. Las paletas y bombones de diferentes diseños son los principales productos a elaborar en la empresa artesanal para ofrecer a los clientes. Dichos productos estarán a la venta inmediata, o por medio de pedido a través del catálogo a diseñar para dar a conocer los productos.

Producto elaborado con ingredientes especiales que ofrecen beneficios para la salud como vitaminas, minerales, antioxidantes, endulzantes no calóricos, proteínas, entre otros; así como ingredientes que brindan energía o relax, permitiendo mejorar el bienestar de las personas.

Etapas del Producto:

El ciclo de vida de un producto se caracteriza porque consta de cuatro etapas:

- a) Introducción.
- b) Crecimiento.
- c) Madurez.
- d) Declinación.

Introducción.

Según (Mario, 2002), la etapa de introducción:

“Comienza en el momento en que se pone en venta un producto por primera vez. Es un periodo en el cual las ventas crecen lentamente a medida que el producto va siendo conocido. Durante esta etapa, las utilidades son inexistentes, pues se invierte gran cantidad de dinero en el lanzamiento del producto”. Pág. 67.

Durante el periodo de esta etapa se lanza el producto al mercado mediante un programa de marketing.

Esta etapa es una de las más riesgosas y costosas, porque se debe invertir gran cantidad de dinero para así poder obtener la aceptación del producto en el mercado.

Crecimiento

Según (Mario, 2002), la etapa de crecimiento “es un periodo en el que se incrementan las utilidades, a medida que las erogaciones por publicidad y promoción se reparten en un gran volumen de ventas”. Pág. 67.

Esta etapa llamada aceptación del mercado, crecen las ventas y las ganancias, los competidores entran al mercado frecuentemente en grandes cantidades si la posibilidad de obtener fuertes ganancias son atractivas.

Madurez.

Según (Mario, 2002), en este período:

“Se produce una disminución en el crecimiento de las ventas, pues el producto ha sido aceptado por la gran mayoría de los compradores potenciales. Durante esta etapa, las utilidades se estabilizan o disminuyen porque aumentan las inversiones destinadas a soportar la marca, para defender al producto de la competencia. En esta etapa se deben considerar estrategias de mercado, de producto y de modificación de la mezcla de marketing” Pág. 67 -68.

En la etapa de madurez las ventas siguen incrementándose pero con menor rapidez, cuando las ventas se estancan, declinan las ganancias tanto de productores como de intermediarios la causa principal es una intensa competencia de precios.

Declive.

Según (Mario, 2002), en esta etapa “las ventas muestran un fuerte deterioro, y disminuyen las ganancias. Esto incrementa la guerra de precios con el consiguiente abandono del mercado por algunas empresas”. Pág. 68.

El producto puede situarse en esta etapa debido a varias causas. El chocolate es un alimento saludable, y ha sido objeto de numerosos estudios científicos que certifican sus propiedades y los distintos beneficios que traen para la salud, tanto psíquica como físicamente. Además de su inclusión en la dieta diaria genera placer por su sabor y por las endorfinas que libera el cerebro, en la chocolatería se ofrece variedades de bombones, paletas, entre otros. Con la más alta calidad en el desarrollo de sus productos y diseños y elaboración, con el fin de garantizar la satisfacción del cliente al ofrecer productos exclusivos y deliciosos.

1.2.5.2.2 Mercado.

Según (Sulser, 2004), el mercado es el “conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y la voluntad de gastarlo”. Pág. 67.

Es uno de los principales aspectos restrictivos para definir el tamaño del proyecto, ya que la población total a la que va dirigido el producto se limita a la población de la zona urbana del cantón Playas que es de 41,935, puesto que todos los extractos de dicha población ya están considerados. Por medio del estudio de mercado se obtienen datos cuantificables a la demanda del producto o servicio a ofrecer, determinar las preferencias del consumidor, características del producto y precio dispuesto a pagar por el cliente, identificar los posibles canales de distribución y los medios publicitarios idóneos para llegar a la mente del consumidor.

1.2.6 Análisis Técnico y Financiero.

1.2.6.1 Análisis Técnico.

Según (Murphy, 2003), el análisis técnico es “el estudio de los movimientos del mercado, principalmente mediante el uso de gráficos, con el propósito de pronosticar las futuras tendencias de precios. Pág. 27.

En tanto que (Meza, 2013), el estudio técnico:

Pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, insumos, materias primas, procesos, entre otros. Pág. 23.

Los operadores técnicos utilizan datos de operaciones (como cotizaciones previas y volúmenes de operaciones) junto con indicadores matemáticos para tomar sus decisiones a la hora de operar.

A nivel técnico si es factible la idea de negocio, ya que el país produce cacao de excelente calidad y cuenta con la más alta tecnología en el sector, lo que facilita la obtención de materia prima nacional para los productos. Por lo tanto, los insumos

como la maquinaria para el negocio si se pueden adquirir en el país y no representa ningún tipo de problema al momento de adquirirla y así no afectar el desarrollo de la empresa.

1.2.6.2 Análisis financiero.

Se trata de un proceso de reflexión con el fin de evaluar la situación financiera actual y pasada de la empresa, así como los resultados de sus operaciones, con el objetivo básico de determinar, del mejor modo posible, una estimación sobre la situación y los resultados futuros.

Según (Baena, 2010), define el análisis financiero como:

“Un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía, permitiéndole con ello una adecuada toma de decisión”. Pág. 12.

En tanto que (Rubio, 2005), expresa que el proceso de análisis consiste en:

“La aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros para deducir una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones. En consecuencia, la función esencial del análisis de los estados financieros, es convertir los datos en información útil, razón por la que el análisis de los estados financieros debe ser básicamente decisonal”. Pág. 2.

El análisis financiero comprende a la última etapa de la formulación del proyecto, recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en ese orden.

Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no exista impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, se procede a cuantificar el monto de la inversión necesaria para que el proyecto entre en operación y definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto.

Con esta información se realiza, a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera.

1.2.6.2.1 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR:

Según (Sapag, 2001), la tasa interna de retorno (TIR) “mide la rentabilidad como un porcentaje”. Pág. 156.

Por lo tanto es conveniente realizar la inversión en un proyecto cuando la tasa interna de retorno interno es superior a la tasa de interés promedio del mercado.

La tasa interna de retorno es aquella tasa que iguala el VAN a cero. Además se la conoce como una tasa rentable derivado de la reinversión de flujos netos dentro de una operación del negocio y comúnmente se expresa en porcentaje.

1.2.6.2.2 Cálculo de la Valor Actual Neto VAN:

Según (Hamilton & Pezo, 2005), el valor actual neto “es la suma de todos los flujos actualizados de efectivo futuros de una inversión o un proyecto, menos todas las salida”. Pág. 172.

El VAN es el método más conocido, y generalmente aceptado por los evaluadores financieros de proyectos, debido a que mide la rentabilidad de un proyecto en valores monetarios que superan a la rentabilidad deseada después de recuperar la inversión realizada en el proyecto.

1.2.6.2.3 Flujo de Caja.

El flujo de caja recibe varios nombres: flujo de efectivo, cash flow, presupuesto de caja, planeación y control de efectivo, entre otros.

Según (Duarte & Fernandez, 2005), el flujo de caja es “una importante herramienta para la dirección, pues ayuda a estimar las necesidades de efectivo de la empresa en diversas épocas del año”. Pág. 78.

El flujo de caja es el estado financiero que registra cronológicamente el movimiento del efectivo de la empresa, es decir, entradas y salidas de dinero en un periodo determinado.

1.3 DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y COMERCIALIZACIÓN.

En la diversificación de productos y comercialización intervienen varios aspectos, aunque a veces existe confusión entre comunicación e información, la diferencia básica es que la comunicación puede incluir sentimientos, actitudes y emociones no expresables, mediante la palabra y la información es comunicación, pero no toda la comunicación es información.

Las particulares especificaciones de la comunicación empresarial vienen dadas por los medios especiales que usan para la misma, los medios más selectos serían en términos generales:

- La publicidad es la más conocida y establece la base de la comunicación comercial de la empresa y un elemento imprescindible en las estrategias de posicionamiento.
- La publicación tiene un carácter ideológico que se diferencia de la publicidad.

- Las relaciones públicas, que son parte de la comunicación empresarial y sus actividades se desarrollan tanto en el ámbito de la comunicación externa e interna.

Desde un punto de vista genérico, lo deseable dentro de la organización es una acción integrada de estas técnicas que permitan alcanzar los objetivos de posicionamiento diseñados por la organización.

1.3.1 Características Demográficas.

Según (Schiffman & Lazar, 2005), expresa que:

Las características demográficas, como edad, sexo, estado marital, ingresos, ocupación y educación, son las que se emplean más a menudo como base para la segmentación de mercados. La demografía se ocupa de las estadísticas viables y susceptibles de medirse de una población. La información demográfica a menudo es la ruta más accesible y efectiva, en términos de costos, para identificar un mercado meta. Pág. 55.

Se trata del ambiente externo de la empresa en donde aquella se desenvuelve y están conformadas por aquellos componentes que de una u otra manera están relacionados con la organización y si alguno de estos es afectado por algún motivo de la misma.

- **Factor Económico:** Es el comportamiento económico de la organización es decir con la economía que cuenta el país como son los costos, ingresos, índice de crecimiento e inflación.
- **Factor Tecnológico:** Son los factores relacionados con la empresa, en cuanto a la adquisición de maquinarias, materiales, herramientas.
- **Factores Políticos:** Asuntos de políticas con respecto a los órganos de representación Cámara, Asambleas y Consejos.

- **Factor Geográfico:** Espacio, clima y recursos naturales todo lo relacionado con la que la rodea a la organización.
- **Factores Legales:** Relacionado con leyes emitidas en el Ecuador, Constitución de la Republica, las que emiten la ley de compañía, código de producción la Ley de Economía Popular y Solidaria.
- **Factores Culturales:** Todo sobre creencias y costumbres la forma de vida que han adoptado las personas en el transcurso de los tiempos.
- **Factor Ecológico:** Formas de prevenir y los daños que causa la empresa al medio ambiente y las formas de reciclajes o evitar utilizar desechos.
- **Factor Competitivo:** Todo que se relaciona como un producto puede ingresar a un mercado tiene mucho que ver con la globalización.

1.3.2 Organización Económica.

Las organizaciones económicas son entidades creadas por personas que perciben una necesidad insatisfecha en el mercado y se dan a la tarea de desarrollar una solución que además genere un beneficio, logrando alcanzar de esta manera fines individuales y colectivos.

En el escenario macroeconómico la organización de la economía se inicia con el ordenamiento del aparato productivo del país, se debe partir del establecimiento de la matriz productiva que sustentara la producción de la nación.

La organización de económica se asocia a un marco jurídico que regule la actividad productiva tanto nacional, pública o internacional, estableciendo reglas de juego claras, regulaciones que permitan la conservación del medio ambiente, normas que promuevan el incentivo a la inversión, el trabajo digno y la seguridad social, leyes que impidan la explotación laboral. Todo esto cobijado bajo una norma tributaria que asegure una correcta redistribución de la riqueza del país.

Desde el punto de vista microeconómico, la economía se organiza a través de la empresa y las familias, tanto los unos como los otros deben partir de mantener un presupuesto equilibrado, con mecanismos de control permanente para mantener un equilibrio ideal.

1.3.3 Relación de género en las actividades productivas (PEA).

A mediados del presente el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo público en su página oficial información que concierne al Censo Económico realizado en el país, en donde se evidencia la actividad agro productiva en dichos sectores del Ecuador.

Uno de los indicadores relacionados con el presente estudio es del empleo que concentran las empresas, que expresa que una empresa con 200 trabajadores concentra el 50% de empleo remunerado con un salario 5 veces mayor a lo normal, invierten 13 veces más en el ámbito de capacitación y formación a la vez que representan el 0,18% de los establecimientos económicos censados.

1.3.4 Desarrollo del área de estudio.

En el área de comercialización nos encontramos con la distribución a las partes que intervienen en nuestro proceso con el fin de poner los bienes a disposición de nuestros consumidores, con una distribución efectiva lograremos la diferencia por tanto una ventaja competitiva, de considerar los puntos de ventas disponibles, ubicación, dimensión y ambientación para los productos de ventas.

1.3.5 Formas de organización colectiva.

El punto de nuestra actividad económica es obtener medios para satisfacer las necesidades, nos encontramos con la legislación de nuestro país que se puede

adoptar para nuestro desarrollo y responsabilidad relacionándolo con marketing y de recursos donde definiremos la forma jurídica de nuestra empresa, modelo y actividad.

- **Unipersonal:** Es el propietario o persona con capacidad de ejercer el comercio de forma limitada con el capital invertido y pueden verse afectados por el accionista de la empresa.
- **Sociedad Colectiva:** Son las empresas conformadas por una o más personas que responden también de forma limitada al capital y existe participación en cada uno de ellos.

1.3.6 Factores Productivos.

Según (Sepúlveda, 1995), “los factores productivos son todos recursos requeridos para producir bienes y servicios” Pág. 89.

En nuestros factores productivos tenemos principalmente la mano de obra, equipos de producción, constituyendo la inversión y gastos de proceso de producción.

Los factores de producción son los recursos que una empresa o una persona utiliza para crear y producir bienes y servicios.

Se clasifican en tierra, trabajo, capital (físico), capital humano, tecnología.

- El factor tierra es el primer factor que se necesita para producir.
- El capital lo constituyen todos aquellos objetos físicos que son necesario para producir bienes y servicios: entre ellos fábricas, almacenes y maquinarias.

- El trabajo resulta fundamental en el proceso productivo, es aportado por las personas que utilizando la tierra y el capital, producen bienes y servicios. Existen múltiples factores que hacen que una persona sea más productiva: formación, experiencias, tipo y cantidad de capital del que dispone la empresa.
- El capital humano hace referencia a la calidad de trabajadores involucrados en un proceso productivo.
- La Tecnología es determinante para el crecimiento económico, el desarrollo tecnológico permite que con el mismo trabajo y capital aumente la producción.

Esta función de producción es la partes de las empresas que se encarga de fabricar los productos crear riquezas y también añadir valor a los productos.

1.3.5 Recursos del área de estudio.

Los recursos necesarios para el desarrollo de la empresa artesanal en la actividad de elaboración y comercialización de productos del chocolate son los siguientes: recursos materiales y técnicos para la construcción física del proyecto, ya que se cuenta con el recurso principal que es el terreno, Recursos Humanos, personas que aportaran con sus conocimientos mediante el trayecto de la investigación y el desarrollo del mismo.

1.3.5.1 Clasificación de los recursos del área de estudio.

Nuestra empresa artesanal de chocolate contara con un espacio de un terreno de 12 de ancho por 20 de largo para su instalación para en el futuro contar con un parqueadero para facilitar el aprovisionamiento de la materia prima y de la distribución de repartos, contaremos con 9 personas las cuales conformaran la elaboración y comercialización de los productos.

Los recursos del área de estudio del presente tema de investigación científica se clasifican de la siguiente manera:

Recursos Materiales.

Según (Montalván, 2000), “se refiere n a todo lo que constituye infraestructura, insumos y bienes patrimoniales de la empresa”. Pág. 14.

Los recursos materiales son los bienes tangibles que la estructura puede manejar para el resultado de sus objetivos y brindar un servicio de calidad. En los recursos materiales se puede encontrar los siguientes elementos:

- Maquinarias.
- Insumos.
- Productos terminados.
- Elementos de oficina.
- Instrumentos y herramientas.

Detallar los recursos materiales adecuados es un componente clave en la gestión de las organizaciones, por lo general se debe encontrar un punto óptimo de recursos materiales, lo que no significa que se deba aumentar la cantidad o la calidad de los recursos materiales en exceso, debido a que esto representaría un elevado costo de oportunidad.

Se debe tener en cuenta que los recursos materiales deben ser adecuados para los recursos humanos con los que cuenta la organización.

La ubicación de la planta productiva y de los puntos de venta también juega un rol fundamental, ya que determinan los recursos humanos con los que se contarán y los costos de transporte de insumos y productos.

Así también los servicios disponibles para la organización, no se debe olvidar que la administración debe velar por la calidad, cantidad y el tipo de recursos físicos de la empresa.

Recursos Humanos.

Los recursos humanos es el trabajo y conocimiento que aporta el conjunto de personas de una organización, las personas otorgan tiempo y esfuerzo a las organizaciones, a cambio de un beneficio como puede ser el salario u otras retribuciones.

Con el término de recursos humanos también se suele asignar a aquella parte de la organización encargada de administrar el personal de la misma. Incluye a los propietarios, directivos y empleados, las personas aportan a la empresa con sus conocimientos y experiencia para realizar las tareas que tienen encomendadas en el conjunto de la organización.

Para que una empresa sea efectiva en sus actividades, requiere que se establezcan buenas relaciones interpersonales, que colaboren, cooperen y actúen en equipo, generando un alto grado de satisfacción e integración en los objetivos de la empresa, trabajando de esta manera promueve la optimización de rendimientos económicos, se verán reflejados sus intereses personales y profesionales en los de la empresa.

Recursos Financieros.

Según (Montalván, 2000), los recursos financieros se refieren a los mecanismos de manejo de capital que requiere la empresa. Pág. 14.

Los recursos financieros son el efectivo y el conjunto de activos financieros que tienen un grado de liquidez. Es decir, que los recursos financieros pueden estar compuestos por:

- Dinero en efectivo.
- Préstamos a terceros.
- Depósitos en entidades financieras.
- Tenencias de bonos y acciones.
- Tenencias de divisas.

Los orígenes de los recursos financieros de las organizaciones pueden ser varias, entre las cuales se puede mencionar:

- La principal actividad de la organización.
- La venta de los productos o servicios que provee la organización al mercado provee de un flujo de efectivo a la organización.

La administración de los recursos financieros debe planificar el flujo de fondos de modo que se eviten situaciones en las que no se puedan financiar las actividades productivas, asegurándose de que los egresos de fondos puedan ser financiados, y que se eviten elevados costos de financiamiento, es fundamental en este aspecto, dado que permite tener una idea de las entradas y salidas de efectivo en un período futuro, y al finalizar el período poder realizar un control sobre los recursos utilizados.

Recursos Tecnológicos:

Según (Puchol, 2007), en los recursos tecnológicos:

Impera la ley del renovarse o morir. O aceptamos la tecnología y el modus operandi que optimiza los cuatro objetivos universales de toda empresa, o estamos condenados a perder competitividad y, por consiguiente, a desaparecer del mercado en un plazo más o menos largo. Pág. 9.

La tecnología incluye, métodos de trabajo, sistemas informáticos, maquinarias, entre otros. Es un factor muy importante para que la empresa pueda desarrollar su actividad de maneras más eficientes y productivas que sus competidores.

1.3.6 Residuos clasificación y tipo.

El proceso productivo del chocolate como la mayoría de los procesos productivos, genera uno o más subproductos también llamados productos derivados.

1.3.6.1 Derivados.

Manteca de cacao:

Manteca de cacao natural orgánica líquida o sólida de color amarillo pálido, proveniente de una mezcla de finos cacaos de primerísima calidad, grano orgánico fermentado, Tipo Trinitario, la cual a través de un riguroso proceso desarrollado en más de 50 años de experiencia permite lograr y preservar el más puro sabor.

Es una mezcla de ácidos grasos principalmente palmítico, esteárico y oleico, con una pequeña cantidad de ácido linoleico. A temperatura ambiente presenta la forma de placas o fragmentos duros, superficie untuosa, quebradizos, entre otros.

La fragmentación es franca y de textura cerosa en estado fundido, es un líquido oleoso, absolutamente límpido.

También llamada aceitosa de theobroma, es la grasa natural comestible del haba del cacao, extraída durante el proceso de fabricación del chocolate y el polvo de cacao. La manteca de cacao solo tiene un suave aroma a chocolate.

Es el único componente de cacao usado en la fabricación del dulce llamado chocolate blanco. Apropiado para la producción de chocolates, helados, fabricación de cosméticos y productos farmacéuticos.

Cacao en polvo.

Centroamericanos de primerísima calidad, de grano fermentado, Tipo Trinitario, lo que permite preservar el más puro sabor del chocolate. Es un polvo seco, de color café oscuro, que tiene el sabor característico de cacao. No es amargo o ácido y es libre de impurezas, olor o sabores extraños.

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

Licor de Cacao.

Licor de cacao natural orgánico líquido sólido de color oscuro muy viscoso no es amargo o ácido, provenientes de una mezcla de finos cacaos orgánicos de primerísima calidad, grano fermentado, Tipo Trinitario, la cual a través de un riguroso proceso desarrollado en más de 50 años de experiencia permite lograr y preservar el más puro sabor del chocolate. Apropiado para la producción de chocolates y coberturas.

1.3.6.2 Producto final.

El producto final resultante de todo proyecto de inversión corresponde a la descripción detallada de la imagen, características físicas, químicas, estructurales según sea el caso del bien o servicio, lo cual se conoce como producto terminado o producto final.

En el caso del presente proyecto de inversión, el producto final son los chocolates elaborados artesanalmente con las siguientes características:

Especificaciones técnicas del producto.

Análisis visual.

A través del análisis visual se determina la textura del chocolate, que comúnmente suele tener un color marrón muy oscuro, brillante y uniforme, y sin alteraciones como mácula, burbujas o hendiduras.

Análisis táctil.

A través del análisis táctil se identifica la firmeza del chocolate, es decir que no debe estar pegajoso, y al partirlo, debe poseer una resistencia minúscula; al contrario, si al partirlo se forman astillas, quiere decir que el chocolate está muy seco. Mientras que en boca, debe disolverse fácilmente de forma continua y completa, es decir sin rastro alguno de granulaciones, como prueba final de que el chocolate tiene la textura necesaria para su posterior proceso.

Análisis auditivo.

A través del análisis auditivo se determina que el sonido al partirlo debe ser seco y un tanto quebradizo.

Análisis olfativo

Mediante el análisis olfativo se tendrán en cuenta la directa y la indirecta (por vía retronasal).

Análisis gustativo.

Mediante el análisis gustativo se determina el sabor del chocolate que debe ser amargo con puntos de acidez y de dulzor, con toques de piña, plátano, vainilla, canela, azafrán, entre otros. Cada pieza de chocolate tiene el valor proteínico que se muestra en la siguiente tabla nutricional:

ILUSTRACIÓN N° 3 Información Nutricional

Características	100grs.	60grs
Calorías	381	229
Proteínas	33	20
Carbohidratos	51	30.6
Lípidos	5	3
Minerales	2	1.2
Colesterol	0	0

Fuente; Información Nutricional
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Ingredientes del producto.

Para la elaboración del producto se necesitaran los siguientes ingredientes:

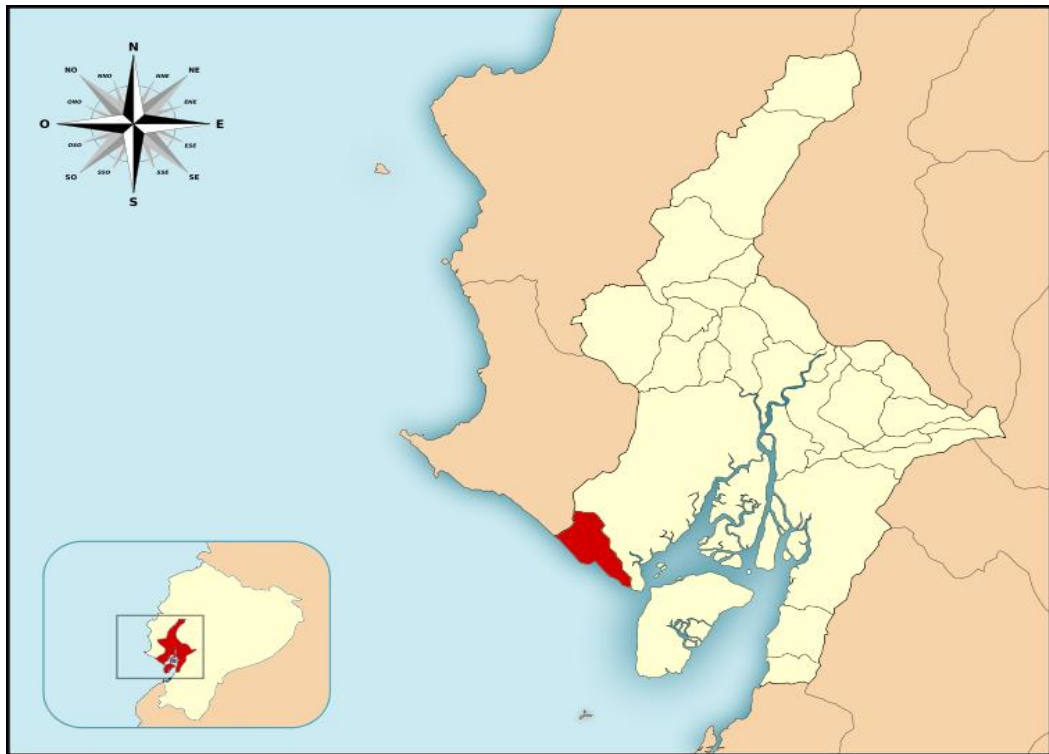
- Moldes para chocolates en forma del personaje que se desea hacer.
- Cobertura de chocolate blanco.
- Colorante a la grasa especial para chocolatería.
- Pincel de cerdas sencillo.
- Un palito de brocheta o mondadientes.
- Palitos de plásticos especiales para paletas relleno.

1.4 MARCO SITUACIONAL.

1.4.1 Reseña histórica del cantón Playas.

Playas, es uno de los 25 cantones que conforman la provincia del Guayas está situada a 96 kilómetros de la ciudad de Guayaquil. En el año de 1910, Playas se constituyó como parroquia y finalmente en 1989 alcanzo su separación del cantón Guayaquil y cantonización. Playas se constituyó como único balneario de la provincia del Guayas lo cual proporcione una mejor inversión sobre este cantón y su infraestructura turística.

ILUSTRACIÓN N° 4 Mapa de Playas



Fuente: Mapa de Playas-Google
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

El cantón Playas deriva su nombre por sus amplias playas, una de las más extensas de Latinoamérica, General Villamil se deriva por el nombre de uno de los próceres de la Independencia del Ecuador como fue el General José de Villamil Joly, cabe recalcar que este es el nombre de la cabecera cantonal y no del cantón como muchas personas aseguran. Eladio Criollo historiador local, manifiesta que los primeros habitantes de Playas provienen del Cacique Túmbala de la Isla Puna, personaje legendario en la historia de los pueblos de Santa Elena.

Túmbala al igual que Rumiñahui o Atahualpa tiene para los ecuatorianos un significado en la historia nacional como un símbolo de resistencia indígena a la dominación de los incas y posteriormente a los conquistadores españoles. El pueblo actual se fundó a fines del siglo pasado, los pozos de algarrobo, sitio ganadero de mediados del siglo pasado, en ese momento el puerto de pescadores era la bahía de Chapoya al noreste del pueblo de hoy.

Si bien es cierto Criollo entrega un fragmento de la historia de Playas, en base a una investigación bibliográfica y testimonial, Estrada va más allá y presenta un estudio científico y arqueológico, es decir una investigación de campo y laboratorio; por consiguiente se acerca más a la realidad sobre los primeros habitantes de Playas.

Tanto Guerra como Estrada concuerdan con aseverar que en todo el perfil costanero habitaban muchas tribus aborígenes y por este sector una comunidad llamada los “Chupoyos”, que en el dialecto de Puruhá-Mochica significa “vertiente de agua” y en la misma lengua se conocen otros asentamientos que van desde Engunga, Engabao, Puna y cruza todo el Golfo de Guayaquil hasta el resto de las provincias costeras todo este territorio defendido por el Cacique Túmbala.

Fueron muchos los cantonizadores algunos ilustres y valerosos playenses, algunos de ellos ya muertos, quienes durante una larga lucha lograron finalmente el 15 de Agosto de 1989 la ansiada cantonización de Playas.

1.4.2 Geografía.

El terreno del cantón Playas es plano, aunque al norte se levantan cerros pero de poca altura como:

- El Cerro Colorado.
- Cerro Verde.
- Cerro Picón.
- Cerro Cantera.

Las costas son extensas; los Balnearios más importantes del cantón se encuentran al sur. Los principales ríos son: el Río de Arena, los Moñones y el Tambiche. El clima es ardiente y seco, en las playas se siente el fresco de la brisa marina.

1.4.3 Actividades tradicionales.

En el cantón Playas como en la mayoría de sitios de la región costanera, se desarrollan una gran variedad de actividades tradicionales tales como las que a continuación se detalla:

Fiestas Patronales que se desarrollan durante el mes de septiembre, las mismas que están a cargo de la Iglesia Católica, en honor a la Virgen de las Mercedes como patrona del cantón. Fiestas de San Pedro y San Pablo, en el mes de junio en honor a los pescadores del pueblo, dada que es una de las actividades productivas más antiguas de la zona. Las fiestas cantonales en el mes de agosto, por la cantonización e independencia política que están a cargo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal.

Adicionalmente en cada barrio por tradición celebran otra gran variedad de festividades en diferentes épocas del año.

1.4.4 Procedencia de la materia prima.

Los primeros indicios de plantaciones de chocolate surgieron en la época colonial, aproximadamente en el año 1600, en donde se visualizaba esta actividad en las orillas Rio Guayas y que luego se expandieron a las orillas de los ríos que se encontraban arriba como son el Daule y Babahoyo, de allí surge el nombre de “cacao de arriba” conocido en el mercado internacional.

El tipo de cacao que se denomina nacional pertenece a los denominado forasteros amazónicos. El tipo de caco denominado “cacao de arriba” por su exquisito aroma floral es procedente exclusivamente del Ecuador. Las plantaciones comerciales de cacao se encuentran localizadas principalmente en la región litoral del país, en una franja altitudinal que va desde el nivel del mar hasta 500 m.s.n.m., en la que se identifican tres zonas características: norte, centro y sur.

La zona norte comprende las provincias de Esmeraldas, Manabí, las estribaciones occidentales de la Cordillera en las provincias de Pichincha y Cotopaxi; y dentro de ellas las plantaciones de cacao se ubican en: Esmeraldas: Quinindé, Viche, Esmeraldas, San Lorenzo y Muisne; Manabí: Chone, El Carmen, Calceta, Rocafuerte y Pichincha; Pichincha: Santo Domingo de los Colorados; Cotopaxi: La Maná, El Corazón y San Miguel.

Los suelos de esta zona son en su mayor parte de origen volcánico, con precipitaciones promedio de 2000 mm anuales, concentrados en el período lluvioso de diciembre a abril, en tanto que el período seco corresponde a los meses de junio a noviembre. Se estima que en total existen 80 000 hectáreas de plantaciones de edad avanzada.

La zona central comprende la parte norte de la Cuenca del Río Guayas y la provincia de Los Ríos. Guayas: Balzar, Colimes, Santa Lucía, Salitre, Los Ríos: Vinces, Palenque, Baba, Guare, Isla Bejucal San Juan, Pueblo Viejo, sur de Ventanas, Catarama, Ricaurte, Babahoyo y Quevedo. Esta zona tiene excelentes condiciones de suelo, fértiles y profundas. La pluviosidad promedio anual es de 1000 mm distribuida entre los meses de diciembre a julio.

El cacao proveniente de esta zona se lo conoce comercialmente como “Arriba” y tiene una extensión de plantación de aproximadamente 107 000 hectáreas. Por su potencial de producción se justifica inversiones para procesos de renovación y rehabilitación de huertos.

La zona sur corresponde a la parte sur de la provincia del Guayas y la provincia de El Oro: Guayas: Milagro, Naranjito, Naranjal, Balao Chico, Tenguel; El Oro: Santa Rosa, Machala, El Guabo y Tendales.

La precipitación pluvial en esta zona tiene un rango entre 500 a 1 000 mm anuales y los suelos son de buenas características para el cultivo.

Las condiciones climáticas son menos propicias para el desarrollo de enfermedades. La superficie plantada es de aproximadamente 80000 hectáreas. En las estribaciones de la Cordillera Occidental, de las provincias de Bolívar (San José del Tambo), Chimborazo, Cañar y Azuay existen aproximadamente 13000 hectáreas y en la Amazonía 6000, que corresponden al 11 y 2%, respectivamente. También existe en mercado materia prima ya elaborada como barras de chocolate las cuales se encuentran a disposición de los consumidores sobre todo en las secciones de pastelería de los supermercados de la ciudad de Guayaquil, por lo tanto la adquisición de la materia prima es totalmente viable y factible.

1.5 MARCO LEGAL.

1.5.1 Constitución de la República del Ecuador 2008.

En la Constitución de la República en su capítulo sexto, Trabajo y producción según el Art. 319, “Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas y privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El estado ecuatoriano promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atentan contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

En el Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistemática, valoración del trabajo y eficiente económica y social.

1.5.2 Según la Ley de Compañías.

Existe la Sociedad Mercantil, Según (Quevedo, 2004), la sociedad mercantil:

Nace de un contrato plurilateral o de organización que se distingue de los contratos bilaterales de cambio (sinalagmáticos), como la compra-venta, mutuo, entre otros, ya que en estos últimos las volantes y los intereses de las partes son opuestos, y en el contrato de sociedad los intereses se coordinan para realizar un fin común. Pág. 48.

Este tipo de empresa, es otra opción de vida jurídica para la creación de una empresa artesanal que se dedica a la actividad de elaboración de paletas y bombones de chocolate.

La clasificación de la sociedad mercantil se enmarca en el art. 2.

- a. La compañía en nombre colectivo.
- b. La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- c. La compañía de responsabilidad limitada.
- d. La compañía anónima; y,
- e. La compañía de economía mixta.

Sociedad en nombre colectivo.

Según (Quevedo, 2004), la sociedad en nombre colectivo es la primera de las sociedades de personas, y es “aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de manera subsidiaria, solidaria e ilimitadamente de las obligaciones sociales”. Pág. 58.

Las obligaciones sociales están garantizadas por la responsabilidad ilimitada y solidaria de todos los socios, siendo el nombre de ellos el que forma la denominación social de la misma, su capital está constituido por los aportes en dineros, especies o industrias. Esta compañía es administrada por todos los socios o por algunos de ellos.

Sociedades en Comandita.

Según (Federico, 2000), la sociedad en comandita simple es:

“ que tiene dos tipos de socios: el socio comanditado, cuyas responsabilidades es la del socio de la colectiva, vale decir que responde en forma subsidiaria, solitaria e ilimitada por las deudas sociales y el socio comanditario, que responde solo por el capital que se compromete a aportar”. Pág. 245.

Los comanditarios responden hasta por el monto de su aporte, teniendo en cuenta que cualquier socio comanditario que forme parte de la administración deberá responder como cualquier socio comanditas.

Sociedad Responsabilidad Limitada.

Según (Quevedo, 2004), la sociedad de responsabilidad limitada es:

“La que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que tales partes sociales puedan ser representadas por títulos negociables a la orden o al portador, pues solo será cedibles en los casos y con los requisitos que marca la ley”. Pág. 69.

El capital mínimo para la suscripción debe ser de cuatrocientos dólares entregados para la constitución de la misma no menos del 50% en efectivo y la totalidad del aporte hecho en especies.

Sociedades anónimas.

Según (Quevedo, 2004), la sociedad anónima es:

La que existe bajo una denominación social y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones. La sociedad anónima es el clásico y típico ejemplo de las sociedades de capital (el poder y los derechos de los socios se determina por la cuantía o el monto de su aportación en el capital social). Pág. 79.

Las obligaciones de los socios están garantizadas por un capital determinado, dividido en partes iguales denominadas acciones de fácil negociación sin afectar el acta constitutiva de la sociedad, pueden ser comunes o preferentes. Las asambleas podrán ser ordinarias.

Sociedades de Economía Mixta.

En la situación jurídica de la empresa, también existe la Economía Mixta, combina la inversión.

Según (Medina, 2010), la sociedad de economía mixta son:

Sociedades industriales y comerciales que se constituyen con el aporte de recursos públicos y de los particulares. Es mixta cualquier sociedad en la que tenga participación el Estado sin consideración a su porcentaje, pero aquellas que superen el 90% de capital estatal se someten al régimen de empresas industriales y comerciales del estado. Pág. 537.

En el art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de compañías enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año lo siguiente:

- a. Copias autorizadas del Balance General Anual, del Estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la ley.
- b. La nómina de los administradores, representantes legales y socios accionistas; y,
- c. Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de compañías.

1.5.3 Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir.

En las políticas públicas del Plan nacional de Desarrollo del Buen Vivir para el periodo del 2013-2017, en el Objetivo 8 **“Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”**. (PNDBV, 2013).

Este objetivo está definido como “el sistema económico mundial requiere renovar su concepción, priorizando la igualdad en las relaciones de poder, tanto entre países como al interior de ellos.

De igual manera, dando prioridad a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital (SENPLADES, 2009). Esta nueva concepción permitirá concretar aspectos como la inclusión económica y social de millones de personas, la transformación del modo de producción de los países del sur, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la regulación del sistema económico, y la justicia e igualdad en las condiciones laborales”.

En el Objetivo estratégico N° 8.9 **“Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario”**. El Literal. J) “Fomentar la asociatividad para el sistema económico popular y solidario organizado y con poder de negociación, en los diferentes encadenamientos productivos donde ejercen su productividad”.

Esta propuesta también tiene su fundamento en el Objetivo 9 **“Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”**, donde los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable.

De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo de Buen Vivir y como base para el despliegue del talento de las personas.

1.5.4 Ley de Gestión Ambiental

Para el objeto de estudio, es necesario considerar la Ley de Gestión Ambiental, tales como:

Art. N° 1.- La presente ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art. N° 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturales y prácticas tradicionales.

Art. N° 4.- Los reglamentos, instructivos, regulaciones y ordenanzas que, dentro del ámbito de su competencia, expidan las instituciones del Estado en materia ambiental, deberán observar las siguientes etapas, según corresponda: desarrollo de estudios técnicos sectoriales, económicos, de relaciones comunitarias, de capacidad institucional y consultas a organismos competentes e información a los sectores ciudadanos.

Art. N° 19.- Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

Al final de la investigación se calificará el impacto ambiental, según la categoría a la línea base, y evaluación para acceder a la licencia correspondiente.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Según (Emile Durkheim) Expresa:

“La metodología cuantitativa presenta como estrategia de investigación el empirismo o positivismo metodológico, es decir se centra en los aspectos observables susceptibles de cuantificación, y utiliza la estadística para el análisis de los datos. Se contrapone a la metodología cualitativa o interpretativa”. Pág. 102.

El principio fundamental del empirismo es el conocimiento valido, cuantificable y medible, solo puede establecerse por referencia a lo que se ha manifestado a través de la experiencia. La aplicación a las ciencias sociales del paradigma positivista y experimental se debe al sociólogo E. Durkheim, quien empezó a aplicarse a finales del siglo XIX.

El presente trabajo investigativo utilizó un diseño basado en clarificar la problemática existente sobre la escasa producción de productos a base de chocolate en el cantón Playas con el fin de derivar cuales fueron las causas del problemas y sus correspondientes efectos se realizó una investigación cuantitativa y cualitativa en el cual se utilizó una investigación descriptiva y para su efecto se utilizó el método de la observación, de acuerdo al tipo de investigación empleada se realizó una encuesta que estuvo dirigida a los habitantes del cantón, tomando una muestra representativa de la población para que los datos recolectados sean veraces y confiables.

La metodología cuantitativa permite sondear datos de forma científica, es decir en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolate en el cantón Playas, es un proyecto que está diseñado con el fin de satisfacer las necesidades de los habitantes del cantón y así poder dar soluciones a los problemas que se presentan en el entorno. Los métodos utilizados en esta investigación, fueron el analítico-sintético estos métodos se utilizarán debido a que la investigación requiere un análisis de todo lo investigado y esta información que es estudiada por parte debe ser resumida para así poder formar parte del proyecto.

El método analítico y sintético fue utilizado ya que, se dividió un abstracto de la población, de las cuáles se obtuvo 380 de la muestra a quienes se les encuestaron, es concreto en sus elementos integrales para investigar su naturaleza y efectos.

2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El diseño de la investigación para la creación de una empresa artesanal dedicada a la elaboración y comercialización de productos a base de chocolates se ha decidido utilizar el tipo de investigación descriptiva, tomando en cuenta los objetivos y las características que se requieren para lograr el diseño y la formulación de este proyecto.

2.3.1 La Investigación Descriptiva.

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

Delimita los hechos que conforma el problema de investigación por lo tanto este estudio permite determinar lo siguiente: Estableció las características

demográficas para la creación de una empresa artesanal de elaboración de productos a base de chocolates, identifico las formas de conductas y actitudes de las personas que se encuentran en la muestra de la investigación. Los investigadores no son netos tabuladores sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o de las teorías, estas exponen y resumen toda la información de manera minuciosa y analizan los resultados con el fin de extraer generalidades significativas que contribuyan el conocimiento.

Además este tipo de estudio permite analizar el fenómeno que se va a estudiar y condiciones como el grado de aceptación en el mercado, la aplicación y el nivel de desarrollo de la empresa, seleccionado

2.3.2 Investigación Bibliográfica.

Se aplicó este tipo de investigación en el proyecto de Creación de empresa artesanal, su originalidad se refleja en el manejo de libros que permiten conocer, comparar, y así poder deducir los diferentes enfoques, criterio y conceptualizaciones, análisis, conclusiones, recomendaciones de los diversos autores, con el propósito de ampliar el conocimiento y producir de nuevas propuestas en la realización de una tesis.

2.3.3 Investigación de campo.

La investigación de campo es un proceso por medio del cual utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el entorno, o bien así estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada).

Las investigaciones de campo permiten que el investigador se acredite de las condiciones reales mediante los cuales se han obtenido la información.

2.3.4 Investigación aplicada.

Para establecer los conocimientos para diseñar las instalaciones de la empresa artesanal identificando el procesos de elaboración de los productos a base de chocolates.

2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Para realizar la siguiente investigación de creación de empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base chocolates, en el cantón Playas se recurrió a los siguientes métodos:

2.4.1 Método Inductivo:

(Bernal, 2006), con este método se utiliza razonamientos para tener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. (pág. #56).

Para poder estructurar una empresa artesanal se es necesario un estudio individual de la organización de la misma. Lo que ayudó a tener una idea clara de las situaciones del fragmento de la población dirigida, y así para luego de haberlas alisado formular las respectivas conclusiones que servirán como fundamentos para la implementación del proyecto.

2.4.2 Método deductivo.

Según (Torres, 2006). “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares” (pág. #56).

Este método se empleó con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que puedan ser aplicadas en la creación de una empresa artesanal de

elaboración de productos a base de chocolates partiendo de lo general a lo particular se investigó la teoría general de la elaboración de las variedades de diseños de paletas y bombones elaboradas a base de chocolates. Este método ayuda mucho a la comprensión del tema a estudiar ya que permitió dar la idea generalizada y así tomándola de primera instancia como una guía para poder descifrar cada tema o subtemas que trae consigo el proceso de la investigación.

2.4.3 El Método Analítico- Sintético.

Según (Bernal, 2006). “Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral “(síntesis).(pág. #57).

La aplicación de este método permitió descubrir los diferentes elementos que componen el fenómeno u objeto investigado en este caso (creación de una empresa artesanal), las causas y los efectos para poder ser analizados con el fin de establecer los debidos parámetros, el saber que se puede hacer y hasta donde se puede llegar en términos de creación, eficiencia, eficacia y otros parámetros, luego integrar la información y definir las políticas, que se deberán cumplirse de manera en que se va llevando a cabo el objetivo de la propuesta.

Para analizar se aplicó estos dos métodos porque me permitieron diagnosticar y detallar el grado de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración de chocolate en el cantón Playas.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

La técnica en investigación es un instrumento que facilita el procesamiento de la información. Considerando los objetivos de la investigación.

Recolección de Información:

- Encuestas-Libros y Leyes.
- Revistas.
- Documentos escritos.

La encuesta.- El análisis de la encuesta consiste en determinar qué tipo de tratamiento estadístico se dará a los datos recopilados por lo cual la persona encargada deberá contar con conocimientos referente a estadísticas. Esta se desarrolló mediante un cuestionario estructurado el cual contenía dieciséis preguntas el objetivo de la aplicación de esta técnica es la comprobación de la hipótesis planteada. Se aplicara la encuesta ya que es de suma importancia para saber si es factible o no el presente proyecto.

La encuestas a una muestra considerable de personas que estén ubicados en Playas y sean considerados posibles clientes para conocer sus necesidades y demandas. La encuesta ayuda a recolectar la información primaria que ayude a cumplir con el objetivo se utilizó como instrumento principal la encuesta a los habitantes del cantón Playas.

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

El contenido de las preguntas guardan estrecha relación con los objetivos del estudio y considerando la operacionalización de las variables, se trató en lo posible, que el número de preguntas absorbiera las diferentes respuestas para establecer un diagnóstico confiable y que las personas investigadas respondan de manera integral en función de los requerimientos de la investigación.

El instrumento que se utilizó en esta investigación fue el formato de encuesta con la finalidad de recolectar información veraz y oportuna.

Formato de encuesta.- Se realizó un formato de encuesta debido a que está dirigido a los habitantes del cantón Playas, cuya información es de vital importancia para comprobar la hipótesis y determinar los lineamientos que guíen la propuesta de la presente tesis.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1 Población.

La población es un término definido desde la demografía y señala la cantidad de personas que viven en un determinado lugar en un momento en particular. Si bien se trata de un concepto que se define en términos bastantes sencillos, el estudio de la población, es sin duda de gran aporte para múltiples disciplinas.

ILUSTRACIÓN N° 5 Censo Poblacional

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mujeres	20.693	49,35
Hombres	21.242	50,65
TOTAL	41.935	100%

Fuente; Datos-INEC-2014
Elaborado; Sedy Briones Cujilán

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población de Playas para el 2010 de acuerdo al último censo es de 41,935 habitantes, entre ellos 20.693 Mujeres y 21.242 Hombres de los cuales se tomó una muestra de 380 personas a quienes se encuestaron para la Creación de una Empresa Artesanal de Elaboración y Comercialización de Productos a base de chocolates en el cantón Playas.

2.7.2 Muestra.

Es el subconjunto de los individuos de una población estadística, estas muestras permiten inferir las propiedades totales del conjunto. De la cantidad de 41.935 habitantes se tomó la muestra a 380 personas las cuales se encuestaron y aplico el criterio de muestreo probabilístico, para determinar el número de encuestas a realizar se establece un grado de confianza y un margen de error y además se toma en cuenta los siguientes factores:

FÓRMULA.

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

En donde:

n = muestra

N = población (41.935)

e = error 5% (0.05)

Reemplazando la formula especificada se obtiene:

$$n = \frac{40274,374}{105,7954}$$

n = 380 R//. Encuestas a realizar.

Se obtuvo una muestra de aproximación de 380 encuestas, las mismas que se realizaron a la población de Playas.

2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO.

Los procedimientos que se desarrollaron en este estudio, cuenta con un conjunto de estrategias, técnicas y habilidades que permitieron emprender este tipo de investigación, el cual tiene como objetivo comunicar a las personas interesadas los resultados de una manera clara y sencilla, de tal forma que haga posible al lector comprender los datos y determinar por sí mismo la eficacia y seguridad de las conclusiones y pertinencia del estudio.

La información se procesó en función de los instrumentos y técnicas utilizadas, en lo que se refiere a la tabulación, se utilizó el programa Microsoft Excel, tanto para la observación y las encuestas, ya que este programa permitió elaborar las correspondientes tablas de manera más eficiente y ordenada, al mismo tiempo de ayudar en las sumatorias, el cálculo de los porcentajes y la elaboración de gráficos, que son de suma importancia para realizar el análisis de las variables en estudio.

Para proceder con las encuestas y obtener la información se visitaron diferentes lugares tales como centro del cantón Playas, Malecón y en las afueras de las instalaciones del Paseo Shopping Playas se les hicieron las respectivas preguntas las cuales fueron muy analizadas al momento de responder cada una de ellas.

Para la realización de la encuesta se hizo un estudio de factibilidad El procedimiento de la investigación estará compuesto por los siguientes indicadores:

Esquematación de la estrategia de investigación.

- Definición de los procedimientos implementados para el desarrollo de la estrategia.
- Definición de las variables de interés.

- Explicación del proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes del estudio. Discusión de los instrumentos q se necesitarán para el estudio.
- Recolección y búsqueda de los datos.

2.8.1 Procesamiento de los Datos.

El miedo al fracaso sigue representando un obstáculo crucial para montar un negocio, identificar obstáculos y oportunidades son dos tareas básicas para el inicio de un negocio, por un lado es fundamental reconocer las dificultades que deban enfrentarse a la hora de poner en marcha el proyecto.

De este modo, uno estará para desarrollar las capacidades necesarias para hacerle frente. A su vez, es muy importante también identificar las oportunidades y dejarlas pasar, sino explorarlas y maximizar sus beneficios.

- Organizar los datos investigativos.
- Tabulación de datos.
- Interpretación de datos.
- Formulación de las conclusiones.
- Planteamiento de las recomendaciones.
- Finalmente la elaboración de la propuesta.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 RESULTADOS ESTADÍSTICOS DEL MERCADO.

Los resultados estadísticos del mercado incluyen aspectos necesarios e importantes para alcanzar los objetivos en base a una correcta toma de decisiones, teniendo en claro metas propuestas y el mercado meta donde se requiere incursionar la empresa manufacturera de chocolate en base a realización de pasta, convirtiéndose en una organización competitiva que aportara con el desarrollo económico e industrial del cantón Playas, generando fuentes de empleo y a la vez satisfacer la demanda insatisfecha de chocolate en el país.

3.1.1 Resultados estadísticos de la oferta.

Es importante recalcar que en la actualidad existe ausencia de empresas que se dediquen a la producción de todo tipo de confiterías, actualmente el cantón solo tiene locales comerciales que se dedican a la venta de dulces que deleiten el paladar, pero empresas manufactureras artesanales que tomen la materia prima y la conviertan en producto terminado no existen, es clara la oportunidad que existe.

Al ofertar al mercado una empresa que se ubique en la localidad y que se dedique a la fabricación de chocolates en varias presentaciones evitando con esto incurrir en gastos adicionales por envío lo que representaría un cobro menor al momento de venderlo al consumidor final, el éxito de la empresa se da por la aceptación que tiene el cliente al producto, debido a que lo consumen personas de todas las edades extractos sociales y de todas las regiones del país.

3.1.2 Análisis de resultados de la oferta.

Con el total de demanda insatisfecha que se pudo obtener en la proyección del balance de la oferta y la demanda, se va a tomar una base ya que se cree que es lo suficiente para poder lograr todos los objetivos como empresa.

Es necesario resaltar la calidad en el producto a través de un proceso de mejora continua, además brindar un producto con características, nutricionales, buen precio y excelente empaque.

3.1.3 Resultados estadísticos de la demanda.

Por medio de las encuestas que se llevaron a cabo para establecer la aceptación de los consumidores a los productos que se van a expender se pudo establecer la siguiente percepción que tienen los consumidores quienes se inclinan más por el consumo de las paletas y bombones no solo por la exquisitez de sabores sino por el atractivo en sus presentaciones y en segundo plano se dejan a los chocolates, cabe recalcar que como Ecuador es productor de tan deliciosa materia prima no se incurrirá en altos costos para obtener mencionado producto indispensable para la elaboración de los chocolates y debido a este factor importante los precios serán accesibles para todos los consumidores sin restricción de los extractos sociales.

ILUSTRACIÓN N° 6 Productos de Mayor Demanda

Productos	Porcentaje
Paletas	20,50%
Bombones	10%

Fuente: Trabajo de Investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán.

Se encuentra actualmente con una demanda mayor alta de paletas de chocolates y con un 10 % de bombones se pronostica que habrá una demanda considerable.

Necesidades del producto: el producto debe poseer excelentes características en el ámbito de calidad y precio, que se ajusten a la accesibilidad de los consumidores.

Precio: es importante determinar el precio del producto para realizar las proyecciones de ingresos que tendrá la empresa.

Tamaño y crecimiento de la Población: el incremento de la demanda de chocolate es un factor que no se puede controlar, por lo tanto se requiere realizar constantes estudios para determinar los cambios en las preferencias del consumidor.

3.1.4 Análisis de resultados de la demanda.

A través del análisis de la demanda se identifican necesidades y requerimientos que el consumidor anhela del producto ofertado por la empresa, tales como calidad, diseño, entre otros.

Mediante ello, se obtienen los resultados que permita tomar las decisiones para mejorar, fortalecer la propuesta en su planificación en la elaboración, la estructura organizacional y dirección, e inclusive la factibilidad del negocio del chocolate artesanal.

En primer lugar se analizará el aspecto socioeconómico como el género de los encuestados, rango, edad, la instrucción académica en los niveles que corresponde, y los ingresos económicos de acuerdo a la remuneración básica unificada.

3.2 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN PLAYAS.

Aspectos Socioeconómicos.

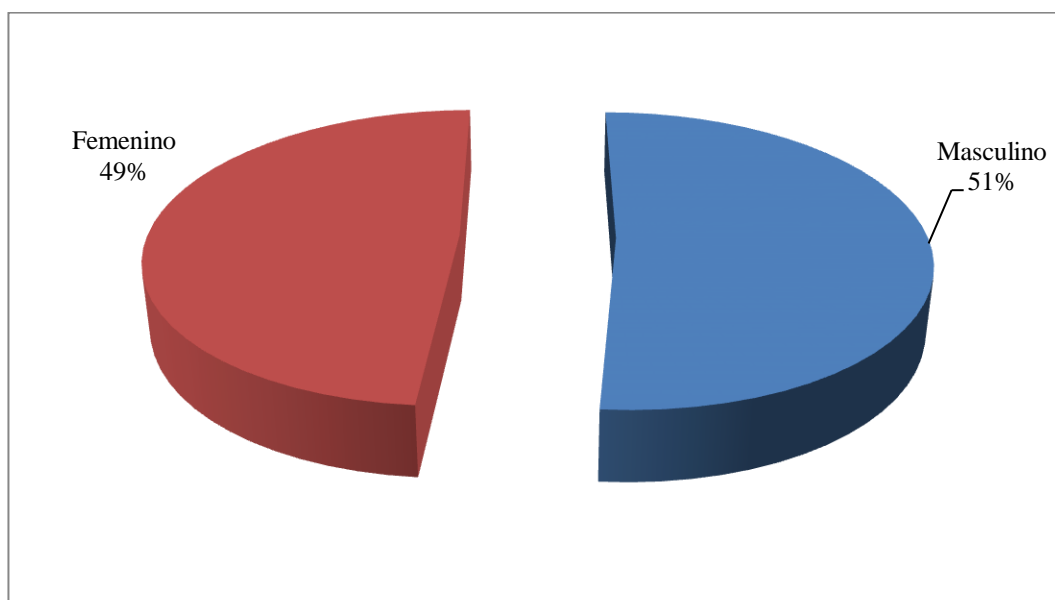
Genero de los encuestados.

TABLA N° 1 Género de los Encuestados

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentaje
1	Masculino	195	51,32
	Femenino	185	48,68
	TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Playas
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 1 Género de los encuestados



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Playas
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis:

Del total de los encuestados en el cantón Playas se observa que de los 380 corresponde 195 al género masculino y 185 al género femenino. De esta manera se percibe la opinión de ambos géneros.

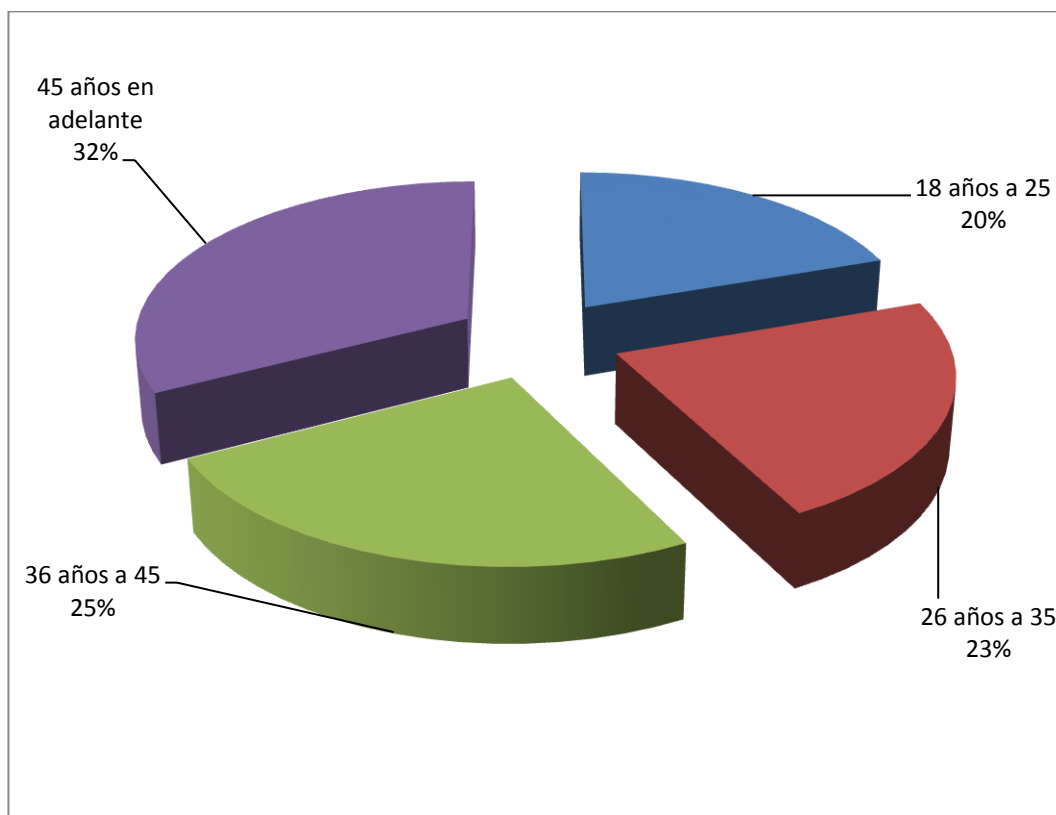
Edad de los encuestados

TABLA N° 2 Edad de los encuestados.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
2	18 a 25 años	75	19,74%
	26 a 35 años	86	22,63%
	36 a 45 años	95	25,00%
	45 años en adelante	124	32,63%
	TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Playas
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 2 Rango de edad de los encuestados.



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Playas
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: Como se observa en el gráfico de los 380 encuestados los intervalos de edad están desde los 18 años a 35 años con un 42,37%, y de los 36 años en adelante están un 57,63% siendo esto el 100% del total de los encuestados

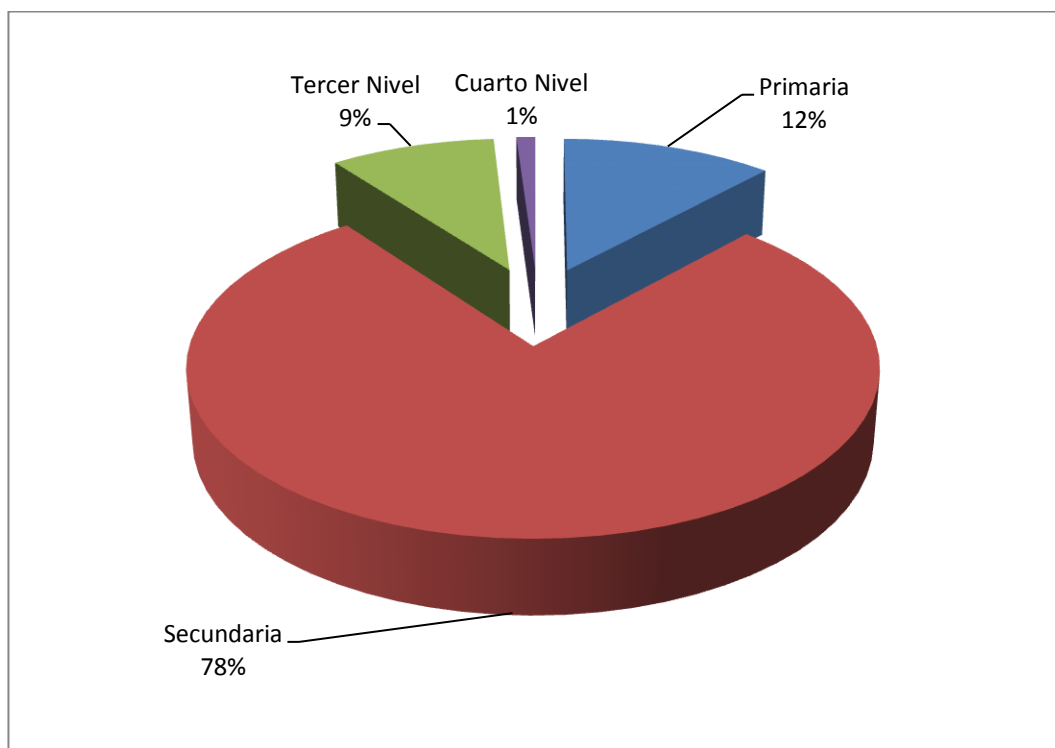
Nivel de Educación de los encuestados.

TABLA N° 3 Instrucción académica.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
3	Primaria	45	11,84%
	Secundaria	296	77,89%
	Tercer Nivel	35	9,21%
	Cuarto Nivel	4	1,05%
	TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Playas
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 3 Instrucción Académica.



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Playas
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

Análisis: Como podemos visualizar en el grafico el nivel de educación se encuentra desde la primaria en adelante adicional se resalta que la mayor cantidad de encuestados están los del nivel secundario.

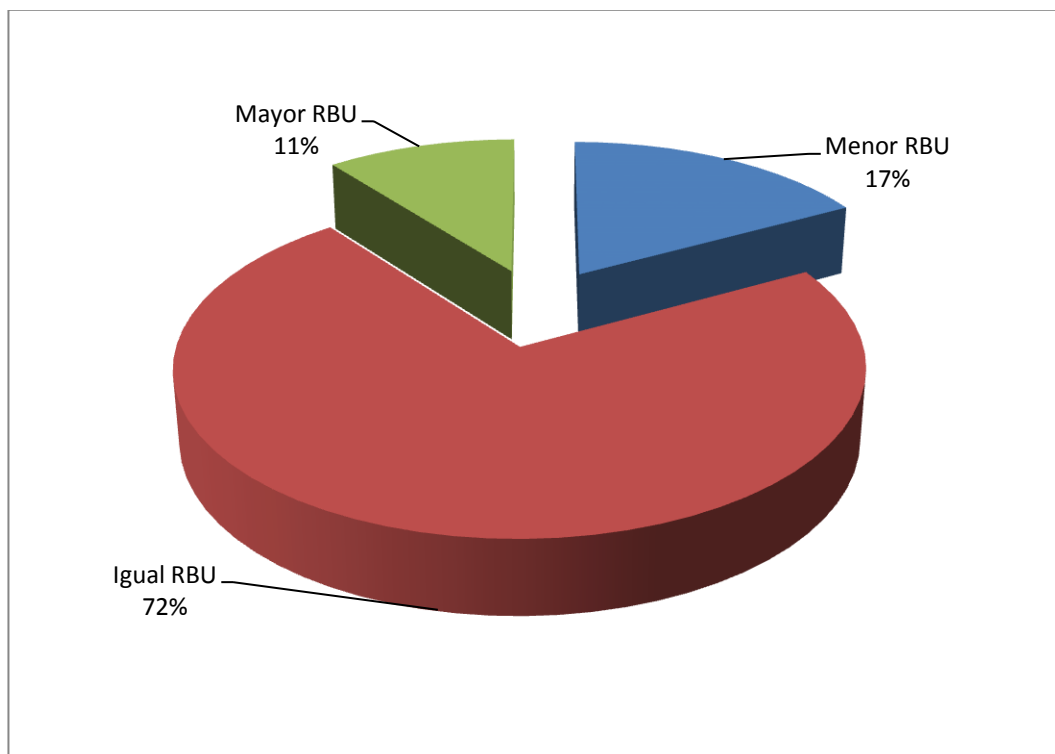
Ingresos Económicos de los encuestados.

TABLA N° 4 Ingresos Económicos.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
4	Menor RBU	65	17,11%
	Igual RBU	275	72,37%
	Mayor RBU	40	10,53%
	TOTAL	380	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Playas
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 4 Ingresos Económicos



Fuente: Encuestas realizadas a los habitantes del cantón Playas
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: Como está representado en el gráfico de los 380 encuestados, observamos que con una igual remuneración básica unificada se encuestaron un total de 275 personas, 65 con menor remuneración y 40 con mayor remuneración salarial.

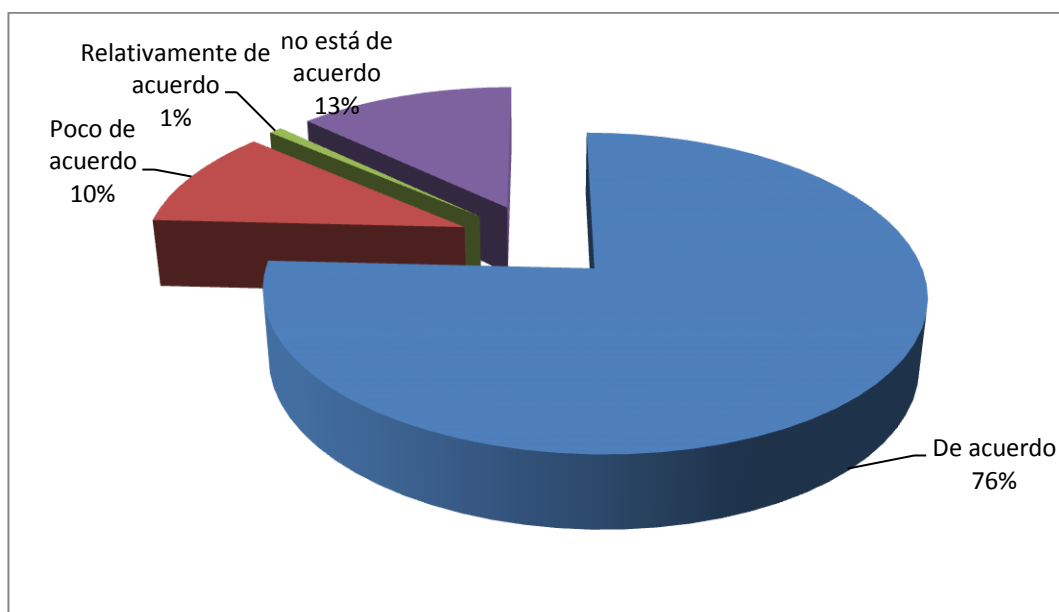
Pregunta N° 1.- ¿Considera usted que se deba implementar la creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolates en el cantón Playas?

TABLA N° 5 Creación de una empresa.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
1	De acuerdo	288	75,79 %
	Poco de acuerdo	40	10,53 %
	Relativamente de acuerdo	3	0,79%
	no está de acuerdo	49	12,89%
	TOTAL	380	100%

Fuente: Creación de una empresa
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 5 Creación de una empresa.



Fuente: Creación de una empresa
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada, 288 personas, están de acuerdo con la creación de una empresa artesanal que elabore chocolates, este análisis lleva a la conclusión que al menos las tres cuartas partes de la muestra seleccionada para este estudio ven con agrado este tipo de empresa.

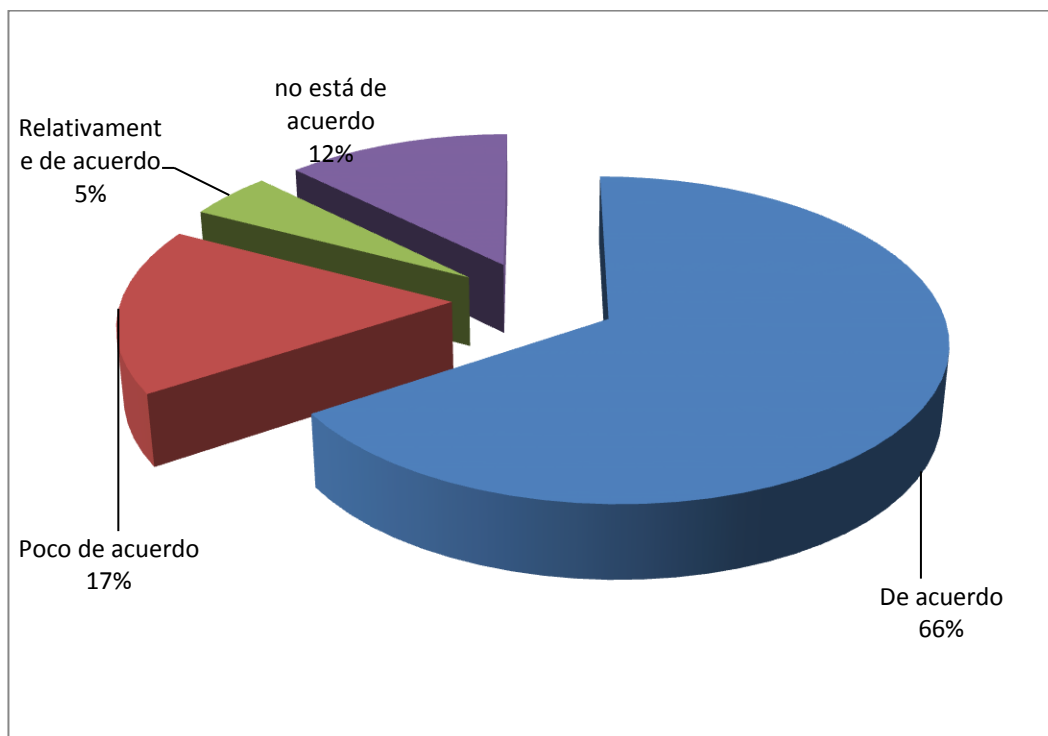
Pregunta N° 2.- ¿Considera usted que con la creación de una empresa artesanal dedicada a la elaboración de productos a base de chocolates genera fuentes de trabajo?

TABLA N° 6 Elaboración de Productos

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
2	De acuerdo	250	65,79%
	Poco de acuerdo	64	16,84 %
	Relativamente de acuerdo	18	4,74%
	No está de acuerdo	148	12,63%
	TOTAL	380	100%

Fuente: Elaboración de productos
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 6 Elaboración de Productos



Fuente: Elaboración de productos
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

Análisis; De acuerdo a la encuesta realizada 250 personas consideran que con la creación de una empresa artesanal dedicada a la elaboración y comercialización de Chocolates se apertura nuevas fuentes de trabajo en la localidad.

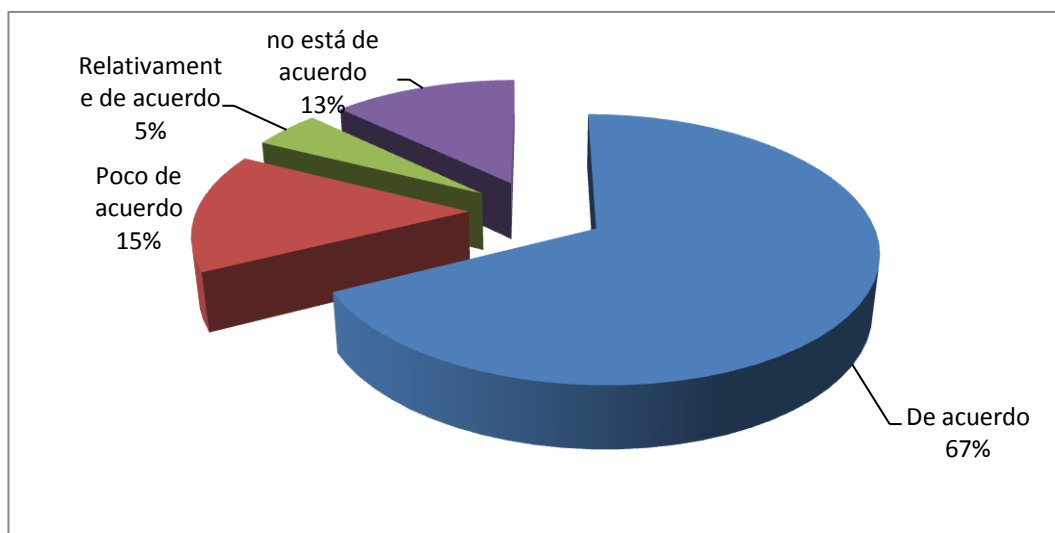
Pregunta N° 3.- ¿Considera usted que sería favorable para el mercado consumidor del cantón, que existan a disposición chocolates elaborados de manera artesanal?

TABLA N° 7 Favorable Consumidor

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
3	De acuerdo	257	67,63 %
	Poco de acuerdo	56	15 %
	Relativamente de acuerdo	18	4%
	No está de acuerdo	49	13 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Favorable Consumidor
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 7 Favorable Consumidor



Fuente: Favorable Consumidor
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

Análisis; De la muestra seleccionada, 257 personas está de acuerdo con la postura de que el mercado consumidor de Playas se vería beneficiado con la existencia de una mayor variedad de chocolates elaborados de manera artesanal, 56 encuestados de la muestra total manifiestan estar un poco de acuerdo con la idea, 18 personas están relativamente de acuerdo y finalmente 49 encuestados definitivamente se manifiestan en total desacuerdo.

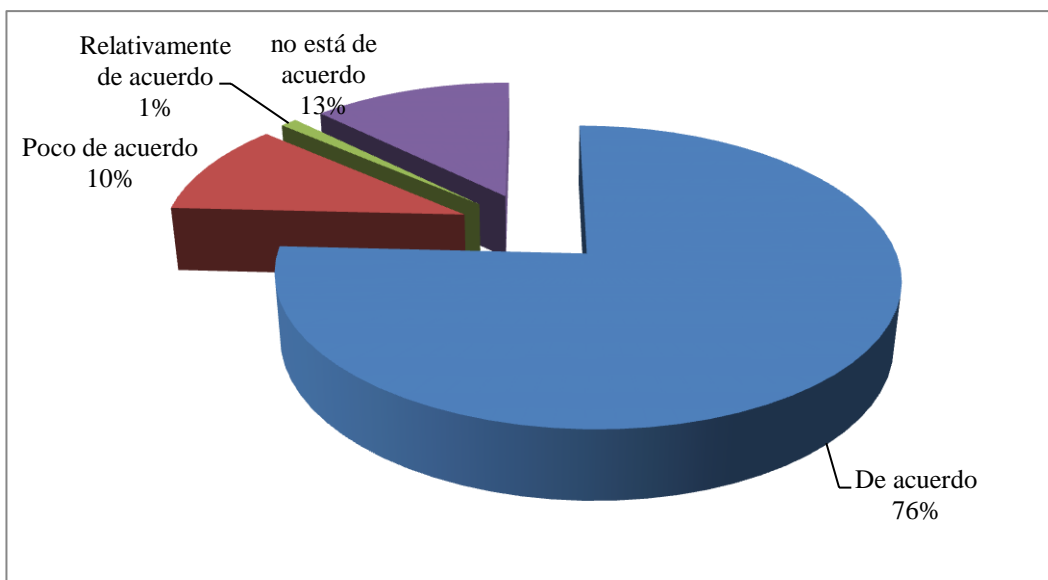
Pregunta N° 4. ¿Considera usted que sería adecuado utilizar diseños, modelos y motivos decorativos de acuerdo a la ocasión como moldes para la elaboración de chocolates?

TABLA N° 8 Nuevos Diseños

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
4	De acuerdo	288	75,79 %
	Poco de acuerdo	40	10,53 %
	Relativamente de acuerdo	4	1,05 %
	no está de acuerdo	48	12,63 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Nuevos Diseños
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 8 Nuevos diseños.



Fuente: Nuevos Diseños
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada de 380 encuestados, 288 personas indican que están de acuerdo en que se debería utilizar diseños y motivos decorativos conforme a la ocasión en la elaboración de chocolates de forma artesanal, 48 encuestados de la muestra total están en total desacuerdo con la idea señalada.

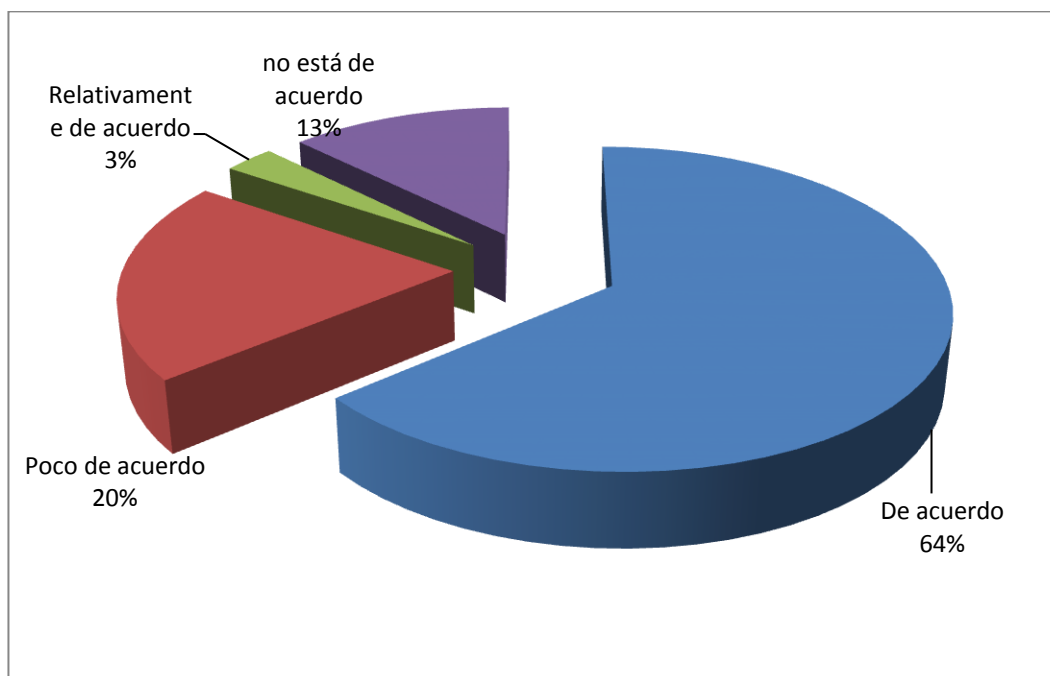
Pregunta N° 5.- ¿Considera usted que el proceso productivo para la elaboración de chocolates no necesariamente requiere una gran inversión en maquinarias y que por el contrario se puede desarrollar en forma artesanal de vida?

TABLA N° 9 Procesos Productivos

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentaje
5	De acuerdo	243	63,95 %
	Poco de acuerdo	78	20,53%
	Relativamente de acuerdo	11	2,89 %
	no está de acuerdo	48	12,63 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Procesos Productivos
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 9 Procesos Productivos



Fuente: Procesos Productivos
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada, 243 personas, consideran que el proceso productivo de chocolates no requiere gran inversión de maquinaria ya que puede desarrollarse la producción del chocolate de una manera artesanal brindando al consumidor un producto con calidad.

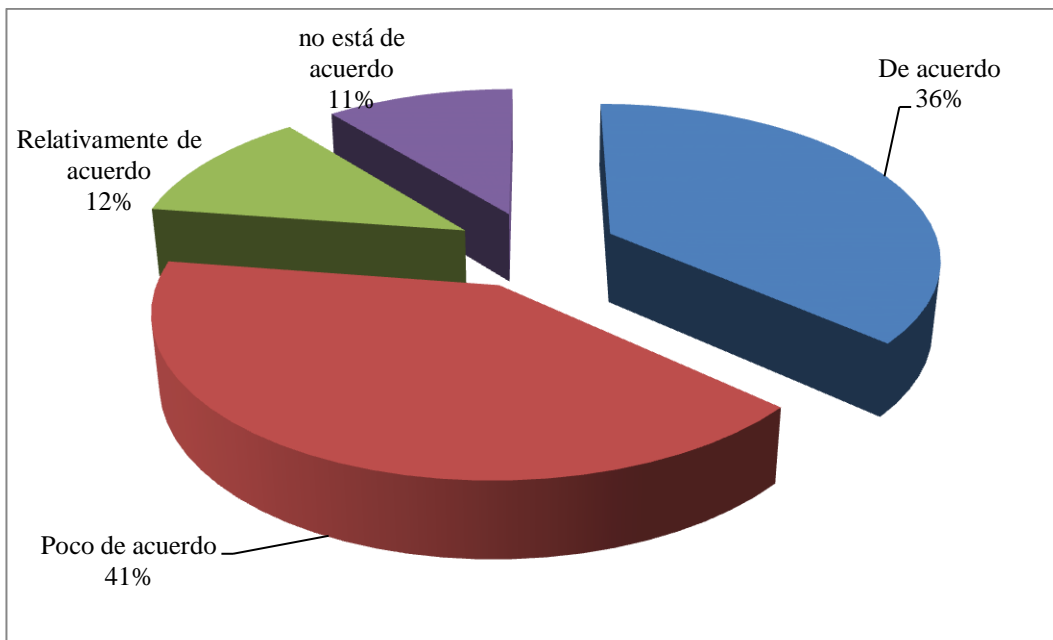
Pregunta N° 6.- ¿Considera usted que el cantón Playas están dadas las condiciones necesarias para la creación de una empresa artesanal para la producción de chocolates?

TABLA N° 10 Condiciones necesarias.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
6	De acuerdo	139	36,58 %
	Poco de acuerdo	155	40,79 %
	Relativamente de acuerdo	45	11,84 %
	no está de acuerdo	41	10,79 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Condiciones necesarias
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 10 Condiciones necesarias.



Fuente: Condiciones necesarias
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada de 380 personas encuestadas, un 77,37% que se encuentra dentro de los intervalos de acuerdo y poco de acuerdo y finalmente dentro de los porcentajes que se encuentran dentro de los parámetros de desacuerdo y relativamente de acuerdo son un total de 22,63%.

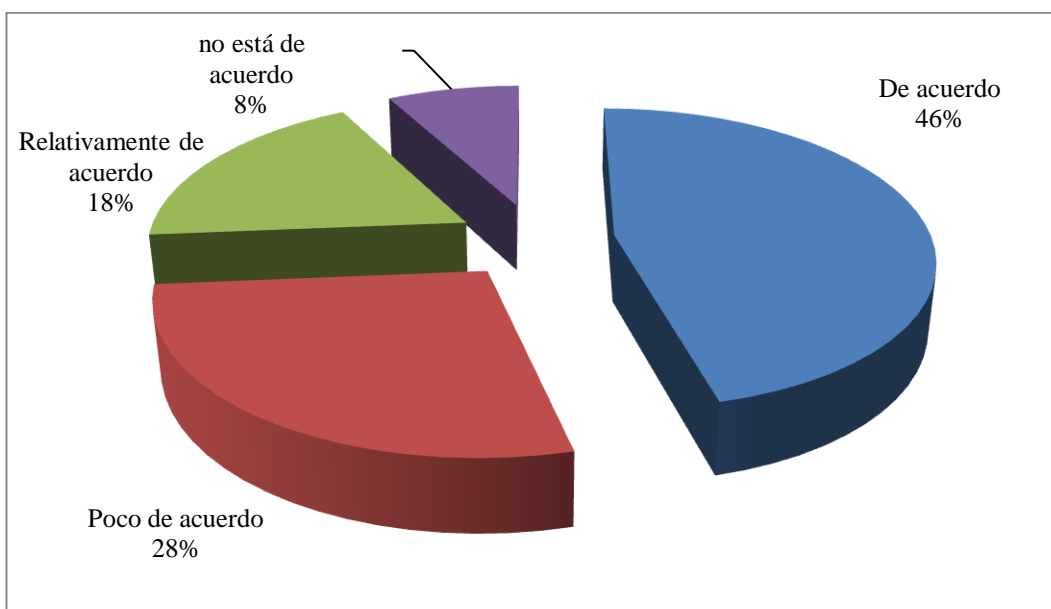
Pregunta N° 7- ¿Considera usted que la creación de chocolates contribuiría a satisfacer de mejor manera la demanda de dichos productos en el cantón?

TABLA N° 11 Satisfacción al cliente

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
7	De acuerdo	175	46,05 %
	Poco de acuerdo	105	27,63 %
	Relativamente de acuerdo	70	18,42 %
	no está de acuerdo	30	7,89 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Satisfacción a cliente
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 11 Satisfacción al cliente



Fuente: Satisfacción al cliente
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada, 175 personas está de acuerdo con la postura de que la creación de la empresa de chocolates contribuirá a satisfacer la demanda de chocolates, 70 encuestados están relativamente de acuerdo con el enunciado y 30 personas no está de acuerdo. Lo que deja como conclusión que hay escepticismo en el mercado consumidor.

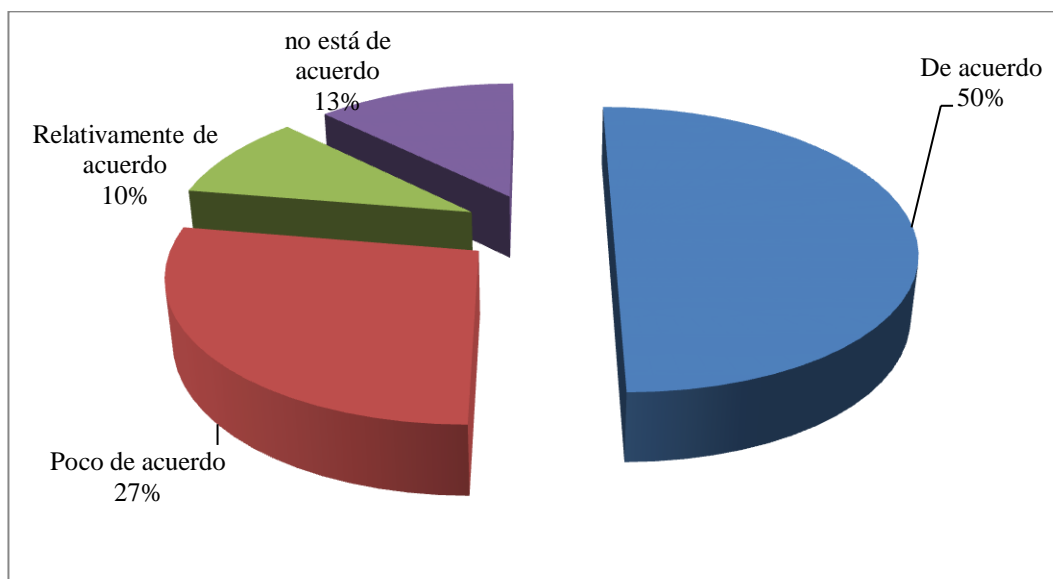
Pregunta N° 8.- ¿Considera usted que una nueva marca de chocolates de buena calidad y a precio económico tendría ventajas competitivas en el cantón Playas?

TABLA N° 12 Nueva marca.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
8	De acuerdo	190	50,00%
	Poco de acuerdo	105	27,63%
	Relativamente de acuerdo	37	9,74 %
	no está de acuerdo	48	12,63 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Nueva marca
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 12 Nueva marca.



Fuente: Nueva marca
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada de 380 personas, 190 encuestados están de acuerdo en decir que una nueva marca de chocolates de buena calidad y a precio económico tendría ventajas competitivas en el cantón Playas dándole más opciones al consumidor, y finalmente 48 personas están en desacuerdo total con el tema analizado.

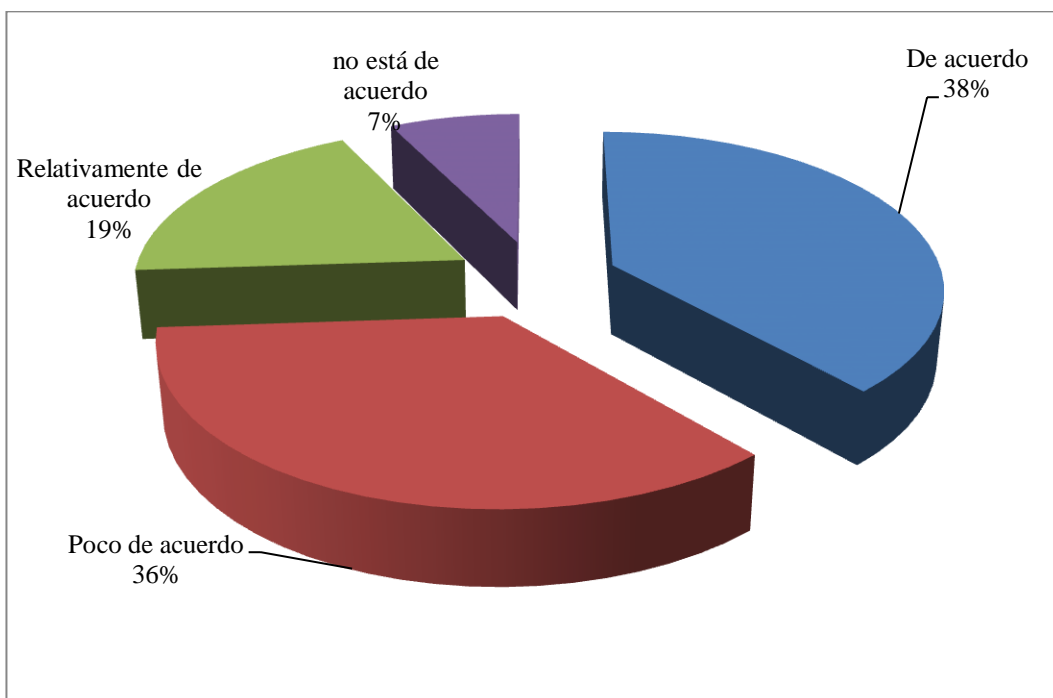
Pregunta N° 9.- ¿Considera usted que la oferta de chocolates existente actualmente está acorde con la demanda actual?

TABLA N° 13 Oferta de chocolates.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentaje
9	De acuerdo	146	38,42 %
	Poco de acuerdo	135	35,53 %
	Relativamente de acuerdo	71	18,68 %
	no está de acuerdo	28	7,37%
	TOTAL	380	100%

Fuente: Oferta de Chocolates
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 13 Oferta de chocolates.



Fuente: Oferta de Chocolates
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada, 146 personas indican que la oferta de chocolate corresponde a la exigencia de la demanda de mercado debido a que es un producto muy apetecido 135 personas están un poco de acuerdo se puede concluir por los porcentajes actuales que el mercado oferente no satisface adecuadamente la demanda de chocolates del cantón.

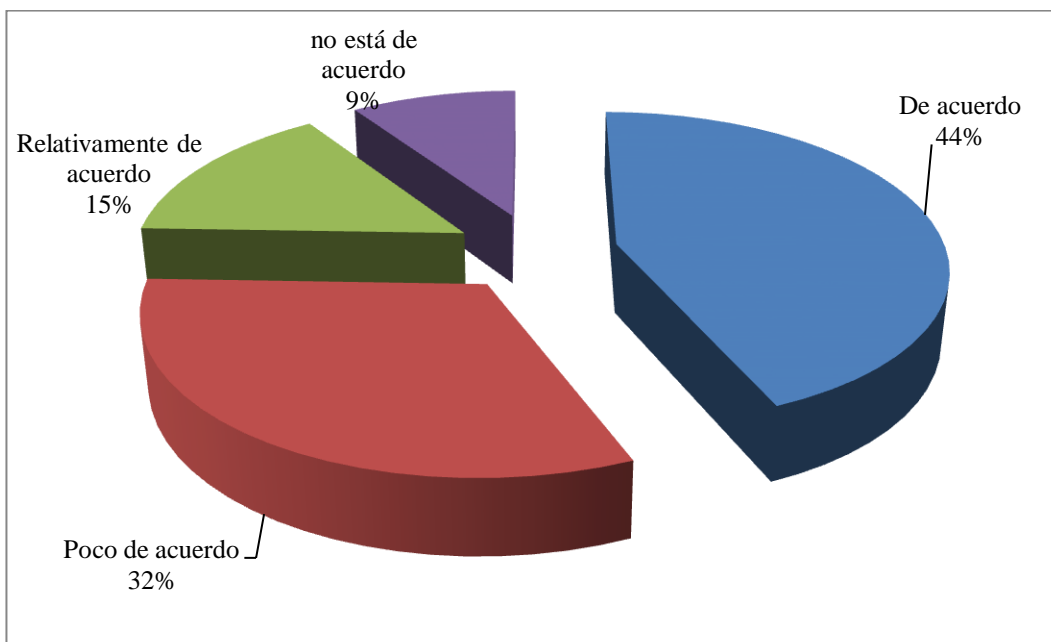
Pregunta N° 10.- ¿Considera usted que introducir una nueva marca de chocolates en el mercado del cantón sería una inversión rentable?

TABLA N° 14 Inversión rentable.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
10	De acuerdo	166	43,68%
	Poco de acuerdo	121	31,84 %
	Relativamente de acuerdo	57	15,00 %
	no está de acuerdo	36	9,47 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Inversión rentable
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 14 Inversión rentable.



Fuente: Inversión rentable
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada, un 75,52% consideran que introducir una nueva marca de chocolates en el mercado del cantón sería una inversión rentable, el 24,47% no está en total acuerdo con dicho planteamiento. Concluyendo se determina que los encuestados consideran rentable la inversión de una empresa productora de chocolate de manera artesanal.

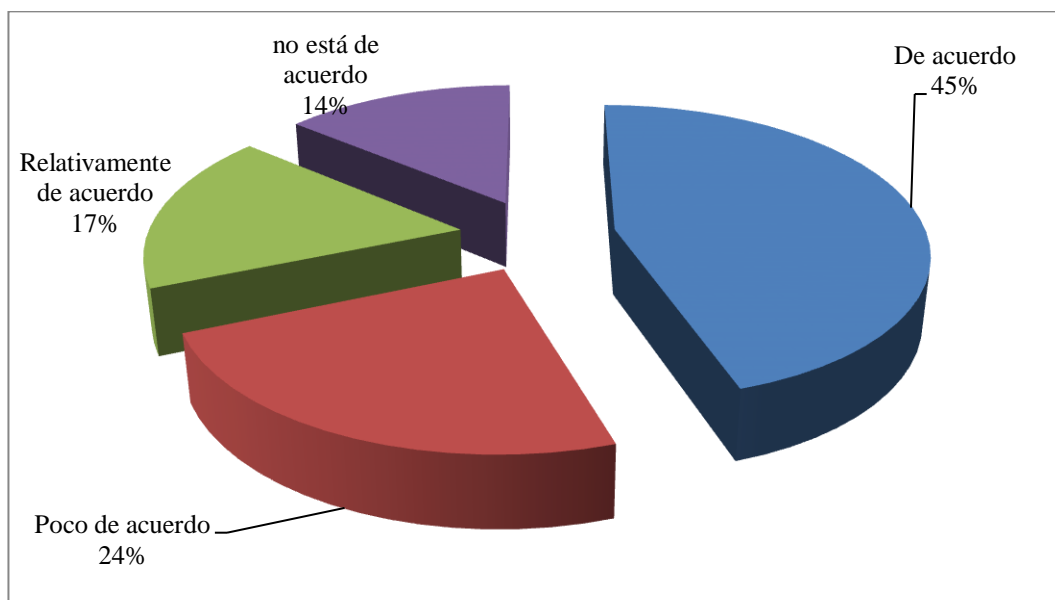
Pregunta N° 11.- ¿Considera usted que la demanda de chocolates actual del cantón Playas tiene posibilidades reales de expandirse considerablemente?

TABLA N° 15 Posibilidades reales

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
11	De acuerdo	171	45,00 %
	Poco de acuerdo	90	23,68 %
	Relativamente de acuerdo	66	17,37 %
	no está de acuerdo	53	13,95 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Posibilidades reales
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 15 Posibilidades reales



Fuente: Posibilidades reales
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada, 171 personas consideran que la demanda de chocolates actual del cantón Playas tiene posibilidades reales de expandirse considerablemente, 90 personas de la muestra están relativamente de acuerdo, por su parte el 66 encuestados están relativamente de acuerdo y 53 personas está en total desacuerdo, en conclusión se puede determinar un poco menos de la mitad de la población no está de acuerdo con la postura de que la demanda real se expanda dando altas expectativas de crecimiento de la empresa artesanal.

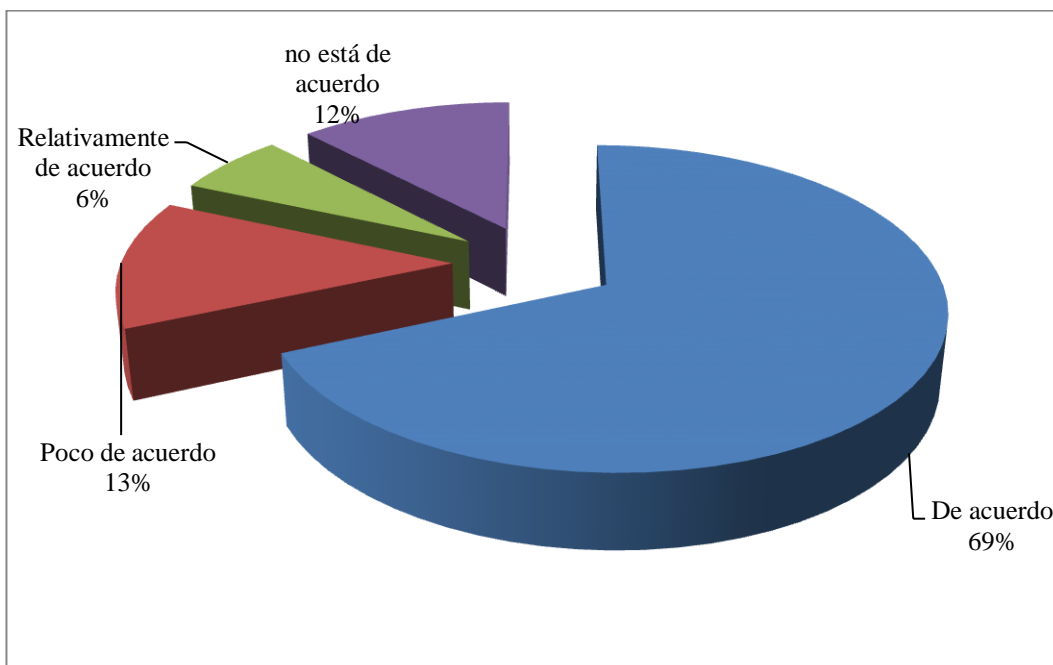
Pregunta N° 12.- ¿Considera usted que la creación de una empresa de chocolates en el cantón Playas debe tener el apoyo de las entidades públicas locales?

TABLA N° 16 Apoyo Público.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentaje
12	De acuerdo	260	68,42 %
	Poco de acuerdo	50	13,16 %
	Relativamente de acuerdo	24	6,32 %
	no está de acuerdo	46	12,11 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Apoyo Público
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 16 Apoyo Público.



Fuente: Apoyo Público
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada, 260 personas consideran que creación de una empresa de chocolates en el cantón Playas debe tener el apoyo de las entidades públicas locales, 16 personas están al menos un poco de acuerdo, el 24 encuestados están relativamente de acuerdo, mientras que 46 personas están en total desacuerdo.

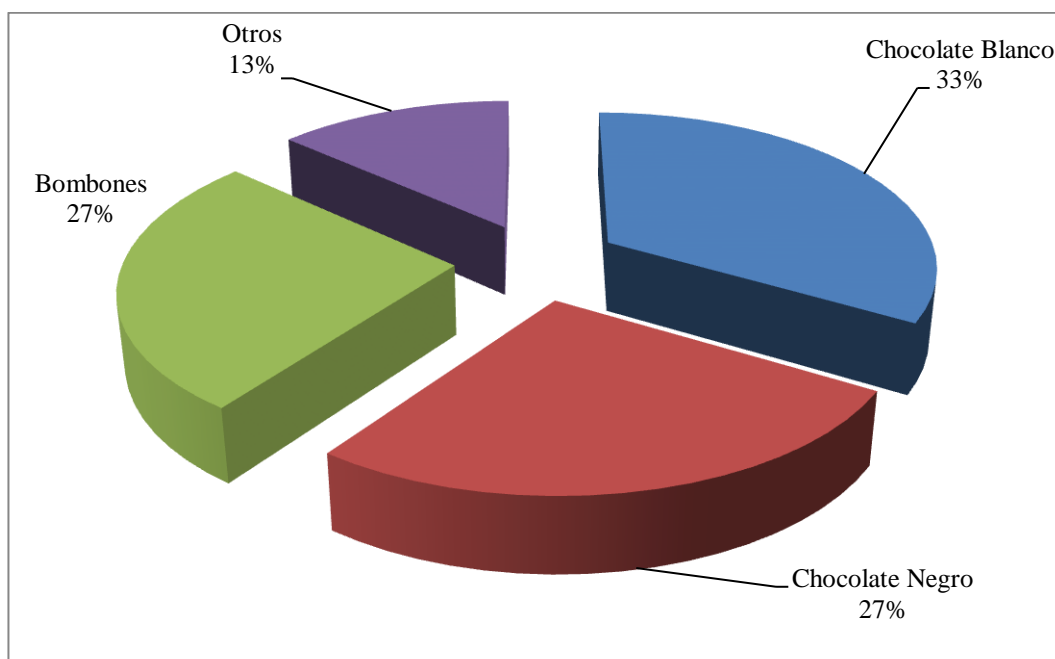
Pregunta N° 13.- ¿Cuál es la clase de chocolate que le gusta consumir?

TABLA N° 17 Gusto o preferencia de consumo chocolate.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
13	Chocolate Blanco	127	33,30%
	Chocolate Negro	101	26,70%
	Bombones	101	26,70%
	Otros	151	13,30%
	TOTAL	380	100%

Fuente: Gusto o preferencia de consumo chocolate
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 17 Gusto o preferencia de consumo de chocolate.



Fuente: Gusto o preferencia de consumo de chocolate
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: En el gráfico se observa la frecuencia del consumo de chocolate por parte de los encuestados, el 127 personas consumen chocolate blanco, el 101 el chocolate negro, 101 personas los bombones y el 151 encuestados las paletas.

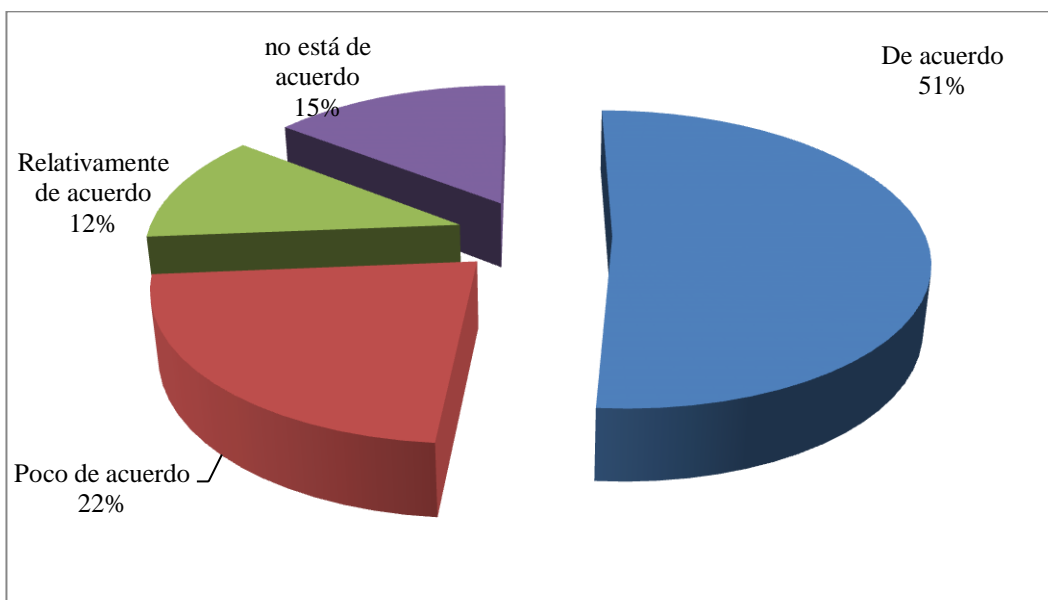
Pregunta N° 14.- ¿Considera usted que los precios de las marcas de chocolates existentes en el mercado actual son competitivo?

TABLA N° 18 Precios chocolates.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentaje
14	De acuerdo	195	51,32%
	Poco de acuerdo	85	22,37%
	Relativamente de acuerdo	45	11,84%
	no está de acuerdo	55	14,47%
	TOTAL	380	100%

Fuente: Precios chocolates
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 18 Precios chocolates.



Fuente: Precios chocolates
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada, 195 personas consideran que los precios de las marcas de chocolates existentes en el mercado actual son competitivos, 85 personas están relativamente de acuerdo con mencionado criterio, el 45 encuestados están relativamente de acuerdo con el criterio, y 55 personas no lo están, como resumen e interpretación se puede determinar que un poco más de la mitad de la población si consideran que existe una variedad de los precios de chocolates a nivel nacional lo cual hace que el pecios sea competitivo.

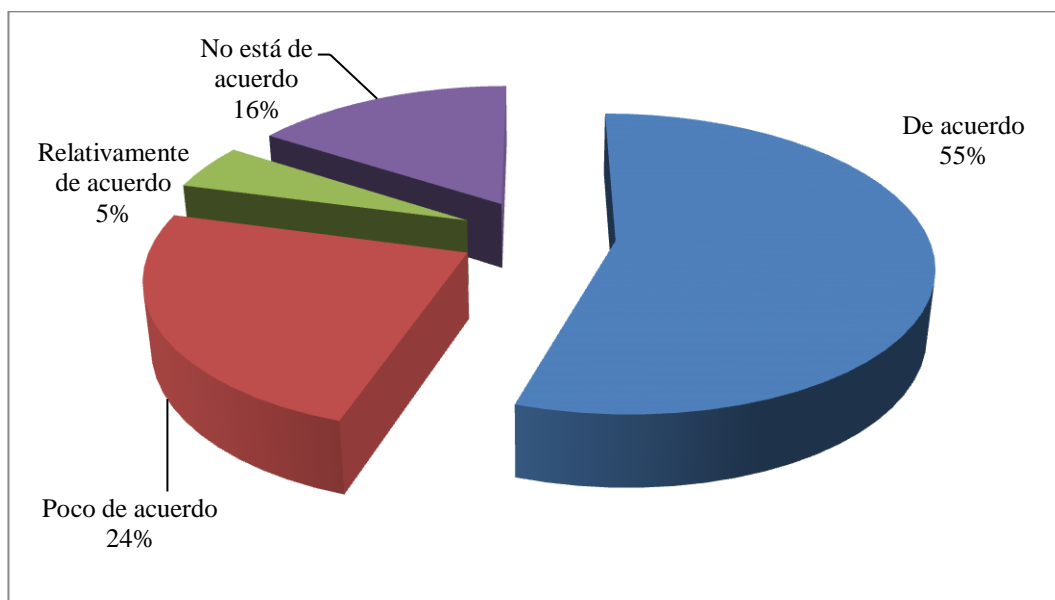
Pregunta N° 15.- ¿Considera usted que la producción artesanal de chocolates es una alternativa empresarial que generará plazas de trabajo en el mediano plazo?

TABLA N° 19 Producción Artesanal

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
15	De acuerdo	209	55 %
	Poco de acuerdo	90	24 %
	Relativamente de acuerdo	19	5 %
	no está de acuerdo	62	16 %
	TOTAL	380	100%

Fuente: Producción Artesanal
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 19 Producción Artesanal



Fuente: Producción Artesanal
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán.

Análisis: De la muestra seleccionada, 209 personas consideran que la producción artesanal de chocolates es una alternativa empresarial que generara plazas de trabajo en el mediano plazo, 90 personas están un poco de acuerdo, 19 personas está relativamente de acuerdo y 62 encuestados considera que no se generaran plazas de trabajo, todo esto lleva a concluir que la generación de plaza de trabajo nuevas seria en virtud del proyecto de la creación de la fábrica artesanal de chocolate.

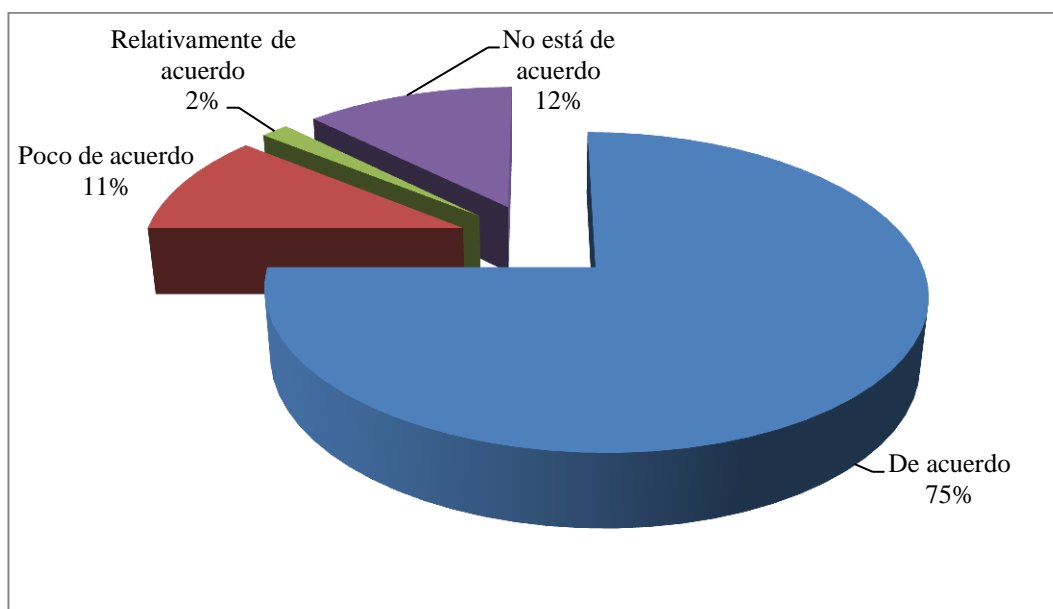
Pregunta N° 16.- ¿Considera usted que la producción artesanal de un producto, observando todas las normas de salubridad, da como resultado un chocolate más orgánico y sin tantos químicos?

TABLA N° 20 Normas de salubridad.

Ítem	Alternativas	Resultados	Porcentajes
16	De acuerdo	286	75,26 %
	Poco de acuerdo	42	11,05 %
	Relativamente de acuerdo	7	1,84%
	no está de acuerdo	45	11,84 %
	Total	380	100%

Fuente: Normas de salubridad
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

GRÁFICO N° 20 Impacto ambiental.



Fuente: Normas de salubridad
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Análisis: De la muestra seleccionada, 286 personas, consideran que la demanda de chocolates actual tiene posibilidades reales de expandirse considerablemente ya que el producto que se ofertara estará libre de químicos y preservantes, 42 encuestados de la muestra están un poco de acuerdo con dicha apreciación, 7 personas está relativamente de acuerdo y 45 encuestados está en total desacuerdo.

3.3 CONCLUSIONES.

Del análisis de la composición y descripción de la oferta, demanda y el mercado de la industria del chocolate en el cantón Playas se desarrollaron las siguientes conclusiones:

- El mercado de chocolates en el cantón Playas aún no ha sido explotado por tal motivo la empresa que se constituirá en esta localidad tendrá mucha aceptación puesto que serán muchos los demandantes y no se tiene competencia alguna.
- El mercado en el cual se desarrollara el proyecto no tendrá ninguna dificultad para ingresar tanto como a ofertar y será de gran apertura para demandar.
- Dadas las características del mercado y las condiciones en las que se desarrollara se puede decir que para el ingreso de una nueva marca en este caso la empresa de chocolates artesanales, objeto del presente estudio, son favorables, puesto que no se topa en el camino con algún tipo de restricción más allá de las condiciones de comercialización y las regulaciones sanitarias, ambientales y municipales determinadas para el ejercicio de una actividad comercial en particular.
- Una variedad de chocolates artesanales higiénicamente elaborados y que su presentación tenga motivos de acuerdo a la ocasión representa una gran oportunidad de introducirse en el mercado en virtud de la insatisfacción de la demanda de dicha variedad.
- Un precio relativamente económico podría facilitar la presencia de una nueva variedad de chocolates en el mercado, dada la sensibilidad del precio oferta de mercado existente.
- La elaboración de chocolates en forma artesanal contribuirá en el mediano y largo plazo a aumentar las plazas de trabajo en el cantón por lo tanto dicha iniciativa empresarial será un factor positivo en el desarrollo social y económico local.

3.4 RECOMENDACIONES.

De las conclusiones señaladas anteriormente, se derivan las siguientes recomendaciones:

- En función del tipo de mercado en que se desenvuelve la comercialización del chocolate en el cantón, se recomienda la introducción de la firma, que en este caso sería la empresa de producción de chocolates artesanales que es el objeto del presente estudio.
- Se recomienda la implantación de la empresa de chocolates artesanales en virtud de las nuevas plazas de trabajo que genera en el corto y mediano plazo.
- Implementar un plan de comercialización que haga énfasis en la venta de chocolates artesanales como una nueva variedad de chocolates producidos orgánicamente.
- Implementar el desarrollo de este tipo de emprendimientos empresariales a fin de aumentar el índice de inversión.
- Es recomendable establecer diferentes diseños y modelos, debido a que en el país son muy pocas las que se dedican a este tipo de elaboración de chocolates.
- Verificar el proceso de producción de la empresa mediante un estricto control de calidad, que determina que se está cumpliendo con los parámetros nacionales para la producción de chocolates.
- Dar a conocer el producto que oferta la empresa mediante una campaña publicitaria intensiva a nivel nacional.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL DE ELABORACION Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE EN EL CANTÓN GENERAL VILLAMILPLAYAS, AÑO 2015

4.1 JUSTIFICACIÓN.

4.1.1 Justificación en la rama de actividad.

Actualmente, en el Ecuador se mantienen cultivos con las mismas características que mantienen el mismo esquema de producción que se trabajó desde hace siglos, dando a las huertas de cacao una rica biodiversidad, aumentando la base de la alimentación de las familias involucradas en el cultivo, protegiendo especies animales y vegetales propias de las regiones de producción de cacao sabor arriba.

Este hecho se confirma teniendo en cuenta que la mayor parte de la producción de cacao Nacional “Sabor Arriba” está en manos de pequeños productores con extensiones menores a 5 ha. Estas fincas multidiversas incluyen además de cacao productos como: especies maderables, banano, papaya, plátano, cítricos, café, entre otros, ya que intentan permitir la seguridad alimentaria de las familias y sostenerse con la venta de los demás productos cuando no es época de cosecha de cacao.

Adicionalmente, el cultivo de cacao se encuentra en un sistema de bajo uso de insumos, por lo que prácticamente no existen residuos contaminantes para el agua, suelo, flora o fauna de las zonas. Esto es debido a que tradicionalmente, los pequeños productores han pensado que no es justificable el uso de fertilizantes y pesticidas químicos en el cultivo del cacao en términos económicos.

Por esto, las plantaciones han permanecido libres de residuos de los mismos, hecho que se demuestra en la facilidad para obtener los diferentes tipos de certificación, especialmente, orgánica.

En cuanto a la fermentación y secado, básicamente se utilizan métodos y materiales naturales como herramientas de madera de la zona, sacos de yute y la luz solar.

Por el contrario, otras industrias como: la elaboración de productos alimenticios y bebidas, de productos de caucho y plástico, fabricación de productos textiles y de vehículos automotores, disminuyeron su aporte al valor agregado. Dentro de la industria manufacturera, específicamente en la su clasificación “Elaboración de productos alimenticios y bebidas”, se encuentra la actividad de elaboración de productos de panadería y molinería, la misma que al año 2007 representa un 0.43% del PIB.

4.1.2 Justificación por causas económicas.

Se justifica económicamente la propuesta desde mucho puntos de vista, lo cual lógicamente se sustentará más adelante cuando se apliquen los procedimientos técnicos de evaluación socioeconómica mediante la aplicación de herramientas como el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno en donde plenamente se verificará la rentabilidad de la inversión realizada.

4.1.3 Justificación de las causas ambientales.

El proyecto se encuentra justificado desde el punto de vista ambiental en virtud de que al tratarse de una gestión artesanal, no involucra el equipamiento de grandes maquinarias que emanen gases tóxicos, residuos sólidos o que generen desechos contaminantes difíciles de eliminar o transportar.

El proceso es totalmente manual y artesanal, no implica la utilización de equipos o instalaciones especiales, por lo tanto la ejecución e implementación de proyectos es totalmente amigable con el medio ambiente y no se requiere permisos ni autorizaciones especiales en ese sentido.

La propuesta apunta a tomar medidas necesarias en cuanto al ámbito ambiental para preservar y reutilizar insumos para reducir la contaminación al ambiente y no afectar el del sector.

- El Ahorro en la manejo de agua.

Se mantendrá un adecuado control de consumo de agua dentro de la empresa, con la finalidad de no desperdiciar agua en condiciones innecesarias.

- El Ahorro de energía para una moderación ecológica.

Para la aplicación de esta norma se impulsará la fábrica el uso de lámparas fluorescentes compactas, las mismas que producen menos calor y poseen una mayor durabilidad.

- La reutilización de los recursos efectivos.

Se efectuara a través de una política que consista en la separación de los residuos en canecas autónomas, y los equipos electrónicos inservibles se vertieran en puntos eco amigables para la conservación del medio ambiente.

- Medios de transporte.

Los medios de transporte deberán cumplir con las normativas ambientales establecidas por la Comisión de Transito del Ecuador.

4.2 OBJETIVOS.

Ser una organización líder ofreciendo un producto de la más alta calidad en el mercado.

4.2.1 Objetivo General.

Diseñar los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero para la creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolates en el cantón Playas

4.2.2 Objetivos Específico.

Los Objetivos específicos del proyecto se detallan a continuación:

- Determinar el nivel de ingresos de los potenciales clientes mediante una investigación de mercado para definir qué precio estarían dispuestos a pagar por los productos a ofrecer.
- Efectuar un estudio técnico para determinar la producción del chocolate artesanal.
- Crear una marca, imagen, mediante las estrategias de comercialización para el posicionamiento en el mercado de la Empresa Sweets Choco Cía. Ltda.
- Establecer una evaluación financiera para determinar la factibilidad de la propuesta.
- Identificar los aspectos importantes para una evaluación del impacto ambiental de la propuesta.

4.2 NATURALEZA DEL PROYECTO.

4.2.1 Aspectos institucionales.

El Ministerio de Industrias y Productividad invita a los artesanos de los sectores, de todos los rincones del Ecuador, a registrarse para formar parte de los programas y proyectos de esta Cartera de Estado”

“Los productos derivados de un proceso de industrialización o elaboración artesanal del cacao en grano se los considera elaborados del cacao. Por lo general, se refiere al chocolate, que puede ser: barras, tabletas, bombones, coberturas, blanco, en polvo, relleno, y un sinfín de manufacturas más, obtenidos a partir de mezclas con otros productos o frutos secos.

4.2.2 Descripción del negocio.

El chocolate artesanal que la empresa planea introducir al mercado cantón Playas y los sitios aledaños, es un producto totalmente orgánico hecho en casa, observando las normas sanitarias que exige la ley.

El producto se llama “Sweets-Choco” es una nueva alternativa dentro del cantón Playas pero con un valor agregado ya que se elaboran con insumos de primera calidad.

En este caso el producto está enfocado a brindar satisfacción al cliente dado las tendencias en el mercado de productos alimenticios, que no solo buscan satisfacer el hambre sino un status y placer además de incorporar una idea de salud a la misma. Los chocolates se producirán en diversas variedades de acuerdo a la ocasión, circunstancia o temporadas que se comercialice, quedando establecidas las siguientes clases de chocolates:

- Los bombones se los hará con rellenos de frutas, que es lo que se puede explotar y también de licores propios de la ciudad, como por ejemplo las mistelas que son propias del Ecuador, estas mistelas se las desea hacer en la misma planta de los chocolates, para poder ostentar de algo único que dé el reconocimiento de la chocolatería.
- Variedades con motivos navideños en forma de Papa Noel, árboles de navidad, estrellas de belén, regalos, renos, entre otros.
- Variedades con motivos de fiestas playeras, los cuales se comercializarán durante los meses de duración de la temporada y sus formas serán alusivas a dichas festividades.
- Variedad con motivo de fiestas patronales, de acuerdo a la tradición del cantón Playas.
- Variedades con motivos de festividades específicas, según sea el caso en una festividad particular o institucional se diseñaran variedades según el pedido de la persona o institución.

4.2.3 Base Legal.

La empresa funcionara a través de una personificación jurídica. Para la constitución de una compañía limitada. Para ello se realizó una investigación en cuanto a lo necesario para el establecimiento de una empresa de las características propuestas, con el objetivo de identificar alguna restricción que imposibilite la creación legal de la misma. Para la que la empresa inicie sus operaciones debe cumplir con una serie de requisitos, como son: RUC, matricula municipal, permiso del cuerpo de bomberos, permiso sanitario del MSP y licencia anual de funcionamiento.

Para la constitución de empresas también es necesario registrarla en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, para lo cual se requiere seguir con los siguientes pasos:

Paso N° 1: Reserva de denominación.

Por medio de oficio suscrito por un Abogado en libre ejercicio de la profesión, se solicita a la Superintendencia de compañías, la “RESERVA DE DENOMINACIÓN”, para lo cual los socios previamente determinaran el nombre de la compañía. En este caso se determinó como nombre de la empresa: Sweets Choco Cía. Ltda.

La superintendencia de compañías, mediante resolución administrativa comunica la reserva de denominación que tendrá una duración de 30 días, tiempo en el cual se deberá legalizar la constitución de la compañía.

Paso N° 2: Escritura de constitución:

El abogado elabora la minuta de constitución de la compañía, conforme la resolución de los socios respecto a los:

- Comparecientes (socios).
- Objetivo social.
- Nacionalidad, domicilio y duración de la compañía.
- Capital social, transferencia de participaciones, aumento o disminución de capital social, fondo de reserva.
- Derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios.
- Gobierno y administración de la compañía: de la junta general de socios, convocatorias y quórum, junta general ordinaria, presidente y secretario de la junta.
- Atribuciones de la junta general.
- Atribuciones del presidente.
- Atribuciones del gerente general.

- Disolución y liquidación.
 - Ejercicio económico.
 - Acta de junta general.
 - Jurisdicción.
- **Paso N° 3: Depósito cuenta de integración de capital.**

Hasta obtener la autorización de la Superintendencia de Compañías los socios deben obtener el CERTIFICADO DE DEPOSITO DE INTEGRACION DE CAPITAL de un banco local, consignando para el efecto el depósito de 50% del capital de la compañía conforme la participación individual de cada uno.

Según la ley de la Superintendencia de Compañías el capital social mínimo para la constitución compañías de responsabilidad limitada es de 400 dólares y puede ser conformada de 2 hasta 15 socios.

- **Paso N° 4: Aprobación de constitución de la compañía.**

La superintendencia de Compañía sobre la base de la escritura pública de constitución definitiva dispone que un extracto de la misma se publique por una sola vez, en uno de los periodos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía.

Además que el notario quien elevo a escritura pública tome nota al margen de la matriz de la escritura el contenido de la resolución. Dispone además que el Registrador Mercantil inscriba la escritura y la regulación.

- **Paso 5: Inscripción en el Registrador Mercantil.**

Con la aprobación de la superintendencia de compañías se solicita al registrador mercantil, la inscripción de la nueva compañía a la cual se le asigna un número del Registro Mercantil y se identifica le Tomo.

- **Paso N° 6: Afiliación a la cámara de comercio.**

Con los documentos de soporte, escritura y aprobación de constitución, se solicita a la Cámara de Comercio la afiliación que se concreta con su registro correspondiente.

- **Paso N° 7: Nombramiento de gerente y presidente.**

Se expiden los nombramientos del gerente general y presidente con la legalización de la razón de aceptación, se registran en la notaria y se inscribe en el Registro Mercantil.

- **Paso N° 8: Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).**

En el formulario RUC 01-B denominado “Inscripción y actualización de los establecimientos de las sociedades sector privado y público”, se consigna la información de la compañía y se presenta en el SRI, Institución que emite el certificado RUC sociedades.

- **Paso N° 9: Declaración del impuesto de patentes.**

En el Municipio del cantón General Villamil Playas en el formulario correspondiente efectúa la declaración del impuesto de patentes inscripción en el registro de sociedades de la superintendencia de compañías.

El trámite concluye en el Registro de Sociedades con la entrega de la publicación del original del extracto, copia de la escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, copia de los nombramientos del gerente y presidentes inscritos, copia de la afiliación a la cámara de la producción respectiva y copia del Registro Único de contribuyentes (RUC).

- **Paso N° 10: Devolución de los valores depositados en la cuenta integración de capital.**

Inscrita la constitución de la compañía en el Registro de Sociedades, el secretario general de la superintendencia de compañías solicita al banco local, la devolución del 50% del capital suscrito a los Administradores para el inicio de operaciones.

4.2.4 Requisitos adicionales.

Certificado de permisos de construcción.

Para certificar edificación en constitución, las mismas que se encuentran cumpliendo los requisitos solicitados por el municipios.

Se obtiene presentando en la administración zonal respectiva lo siguiente:

- Solicitud en papel simple con los timbres.
- Detalle de la obra, ubicación y fecha de inicio.
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.

Duración del trámite:

- Dos días laborables.
- Todo documento deberá ser original o copia certificada.

Patentes Municipales

El impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el cantón Playas.

Requisitos para la patente Municipal

Dentro de los requisitos para obtener la patente, están: copia del RUC, de cédula de identidad, certificado del cuerpo de bomberos y la tasa equivalente para la patente.

Requisito para registrar patente.

Para registrar la patente es necesario realizar una solicitud a la Dirección financiera del GAD Municipal y adjuntar copia de cédula o RUC.

Pasó para el trámite.

Para realizar el trámite de la solicitud de patente es necesario que el representante se acerque cada año a las ventanillas de tesorería del GAD Municipal para realizar la cancelación del valor de la patente municipal.

Permiso sanitario de funcionamiento.

El permiso de funcionamiento se lo obtiene luego de realizar las inspecciones necesarias en el local, este trámite se lo realiza cada año y es ejecutado por el GAD Municipal y el MSP.

Se la obtiene presentando en la Administración Zonal respectiva lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo otorgado por el departamento de Gestión Urbana,.
- Categorización otorgada por el área de control sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior.(original)
- Certificado(s) de salud.
- Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisito para la actividad.

- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.
- Presentar documentación original y copias.

Duración en el trámite:

Quince días laborales. El plazo máximo para obtener el permiso de funcionamiento es el 30 de junio de cada año. A partir de julio se obtiene, con el pago de la multa respectiva.

4.3 El Producto: Chocolate Artesanal “Sweets Choco Cía. Ltda.”

La empresa estará dedicada a la elaboración de productos artesanales a base de chocolates la cual brindará productos de excelente calidad que satisface las necesidades de las personas, la empresa se llamará Chocolates Artesanales “Sweets Choco” Cía. Ltda. Al referirse a una chocolatería en general, se desea brindar todo lo que se puede hacer con chocolate: bombones, trufas, griñotines, paletas, entre otros. Lo que se desea ofrecer es algo novedoso que no se encuentra en el mercado actual, para de esta forma satisfacer los deseos de los consumidores algo novedoso y diferente, que hará cambiar la percepción del chocolate no solo en su forma sólida sino también, brindando un servicio de primera para así poder atraer a la mayor cantidad de gente por el producto.

La empresa artesanal Sweets Choco elabora chocolates especiales provenientes del cacao fino. La empresa artesanal Sweets Choco se dedicara exclusivamente a la producción de chocolates en barra, bombones pequeños y medianos con saborizantes para la comercialización a consumidores en general de Playas y sus sitios aledaños inicialmente para posteriormente posicionar el producto en el mercado nacional, considerando siempre las exigencias de los consumidores finales.

ILUSTRACIÓN N° 7 Información Nutricional:

Contenido por 100 gramos	Chocolate Negro	Chocolate con Leche	Chocolate Blanco
Energía (Kcal)	450-533	511-542	529
Proteínas (g)	4.2-7.8	6.1-9.2	8
Hidrato de carbono (g)	47-65	54.1-60	58.3
Almidón	3.1	1.1	
Azúcares (g)	50.1-60	54.1-56.9	58.3
Fibra (g)	5.9-9	1.8	
Grasas(g)	29-30.6	30-31.8	30.9
Grasas Saturdas (g)	15.1-18.2	17.6-19.9	18.2
Grasa Monoinsaturada (g)	8.1-10	9.6-10.7	9.9
Grasa Poliinsaturada (g)	0.7-1.2	1-1.2	1.1
Sodio (g)	0.02-0.08	0.06-1.12	0.11
Potasio (g)	0.4	0.34-0.47	0.35
Calcio (mg)	35-63	190-214	270
Fósforo	167-287	190-242	230
Hierro (mg)	2.2-3.2	0.8-2.3	0.2
Magnesio (mg)	100-113	45-86	26
Cinc (mg)	1.4-2	0.2-0.9	0.9
Vitamina A (UI)	3	150-165	180
Vitamina E (mg)	0.25-0.3	0.4-0.6	1.14
Vitamina B1 (mg)	0.04-0.07	0.05-0.1	0.08
Vitamina B6 (mg)	0.04-0.05	0.05-0.11	0.07
Ácido Fólico (ug)	0.6-10	0.5-10	10

Fuente: www.informaciónnutricional.com

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán.

Beneficios del Chocolate:

Los componentes antioxidantes brindan muchos beneficios:

- Mejora la circulación, protección frente a diferentes enfermedades.
- Disminuye la presión arterial, regula la hipertensión.
- Disminuye los riesgos de padecer un ataque al corazón.
- El ácido esteárico encontrado en la manteca de cacao reduce los niveles de colesterol.
- Los antioxidantes son defensas contra los radicales libres que causan el cáncer.
- El chocolate posee Theobroma cacao, lo que produce una sensación de bienestar ya que aumenta los niveles de serotonina.

4.3.1 Proveedores de Materia Prima.

Los proveedores, son demasiados pero son muy pocos los que proveen el chocolate de forma natural, con un buen tratamiento y manejo, hasta su venta y transporte a su destino. Son diferenciados dependiendo de las condiciones tanto jurídicas como naturales, el cual el producto se ve afectado tanto al proveedor y el cliente o por alza o baja de los precios.

El precio del quintal de cacao oscila de entre \$ 80,00 a \$ 100,00; como ingrediente principal, además el quintal de azúcar esta en \$ 39,45.

A continuación sitios que serán proveedores de la materia prima:

4.3.2 Características del Producto.

Nuestro producto se caracteriza por ser elaborado en forma totalmente artesanal, utilizando ingredientes naturales y de primera calidad, logrando una equilibrada combinación; la que permitirá obtener un chocolate exquisito transmitiendo a quienes tiene el placer de degustar las delicias de nuestro país. Los bombones y las paletas serán los principales productos a elaborar en la chocolatería para ofrecer a nuestros clientes.

Los productos estarán a la venta inmediatamente o por medio de pedidos a través de catálogos para así dar a conocer nuestro producto. A continuación se detallan las características del producto:

- Contenido es a base de chocolate blanco, negro y amargo en barra, además contendrá azúcares, dulce de leche, mermeladas entre otros.
- Su envoltura se realiza con fundas de tipo acetato y bandejas plásticas.
- Su forma está en función de varios motivos que están diseñados de acuerdo a la época o la ocasión, por ejemplo motivos navideños para diciembre,

diferentes tipo de fiestas (baby, shower, matinés, despedidas de soltero, graduación, matrimonios, entre otros.)

- Su elaboración será totalmente manual y orgánica, evitando colorantes y endulzantes nocivos para la salud.
- El peso varía de acuerdo al diseño realizado pero en promedio cada chocolate tendrá un peso neto 25g.

Los bombones, frutas y paletas serán los principales productos a elaborar en la empresa artesanal para ofrecer a los clientes, dichos productos estarán a la venta inmediatamente, o por medio de pedidos atreves de catálogos a diseñar para dar a conocer el producto Bombones- Paletas

Bombones: Los bombones son porciones pequeñas de una cubierta de chocolate rellena de distintas texturas: cremosa, crujiente o líquida con sabores de licor, frutas.

Paletas: las paletas son elaboradas con coberturas diversas de chocolates, diseñadas con moldes de diversos diseños y rellenas, Es importante tener en cuenta que estas son unas de las categorías o líneas de sabores que se manejaran en la empresa, es decir que cada uno de los productos elaborados se los agruparan conforme a las categorías con el fin de tener un mejor control de los productos.

Contenido permitido del Producto:

Azúcar

Total: 12 gramos

Grasas

Grasas Saturadas: 7 g

Grasas trans: 3 g

Total: 10 gramos

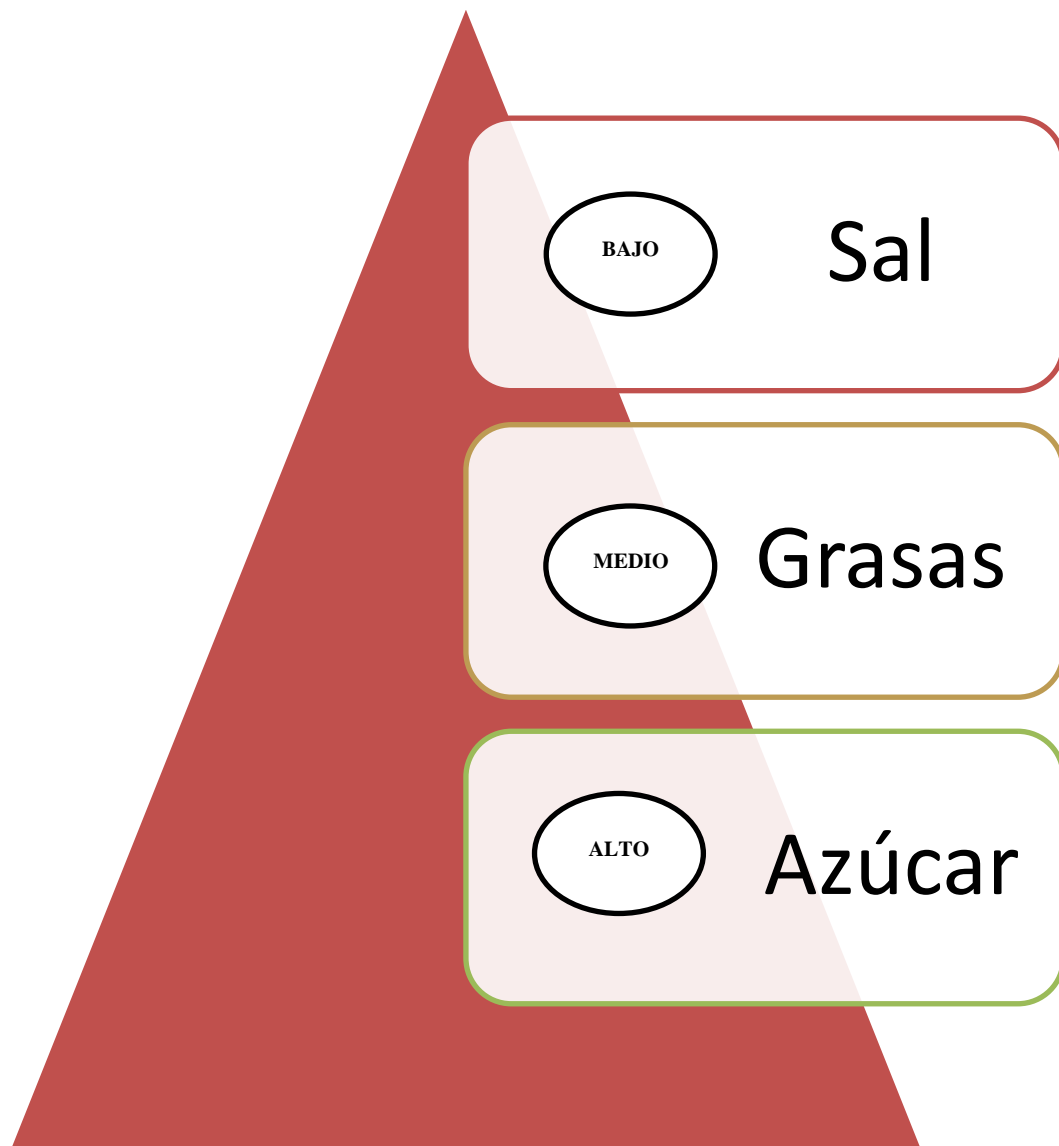
Sal

Total: 3 gramos

Las paletas tendrán el siguiente peso: 12 gr. Pequeñas, con figuras 20 gr. Y de corazón 35 gr. Y caritas 95 gr.

Las mismas deben tener una escala de información en el etiquetado así:

GRÁFICO N° 21 Información del contenido del Producto



Elaborado por: Sedy Briones Cujilán.

4.3.3 Diseños y formas.

Cada uno de los chocolates será elaborado con moldes de diferentes diseños y formas con el objetivo de cubrir una de las expectativas del cliente. Es importante aclarar que se contara con un sin número de diseños de moldes para elaborar el producto que para el inicio de la empresa solamente se comenzara por elaborar las formas básicas de ciertas referencias.

4.3.3.1 Logotipo de la empresa.

Es un elemento gráfico que identifica a una persona, empresa, institución o producto. Los logos suelen incluir símbolos (normalmente lingüísticos) claramente asociados a quienes representan. La imagen muestra un estilo de exclusividad con alto nivel de creatividad que atrae la mirada del público. Se registrará y se creará la marca “Sweets Choco Cía. Ltda.” para lograr identificar el producto en el mercado y del mismo modo será con un slogan que se presenta a continuación:

GRÁFICO N° 22 Logo



Fuente: diseño del logo
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

4.3.3.2 Etiquetado

El etiquetado es una parte importante cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita identificar el producto mediante, nombre, marca y diseños para mostrar a los clientes las características del producto a brindar e implantar la nueva ley de etiquetado.

El etiquetado constara de la descripción de:

- Marca.
- Nombre del producto (Sin inducir engaños).
- Descripción del producto.

GRÁFICO N° 23 Etiquetado



Fuente: diseño del logo
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

Etiqueta: la etiqueta es una parte fundamental que da seguridad e imagen al producto, se cuenta con tres tipos de etiqueta:

Etiqueta Frontal principal:

- Nombre de la empresa.
- Logo de la empresa.
- Nombre del producto.
- Logo del producto.
- Slogan del producto.
- Unidad.
- Precio.
- Dirección.
- Teléfonos para pedidos.

Etiqueta frontal Secundaria: para los clientes es imprescindible saber de qué está combinado el producto además cuando fue elaborado y la fecha de caducidad, también el registro sanitario el cual acredita que el producto cumple las respectivas normas de higiene esta etiqueta informa al cliente sobre:

- Composición del producto.
- Fecha de elaboración.
- Fecha de caducidad.
- Registro sanitario.

Etiqueta Posterior: Para llevar un adecuado manejo de inventario es indispensable contar con un código de barras.

4.3.3.3 Empaque del producto.

Para muchos expertos un empaque debe ser capaz de atraer los sentidos, crear conexiones emocionales y mejorar la experiencia de marca para el consumidor.

Un empaque se puede convertir en la ventaja diferencial de un producto, capaz de resaltar en medio de la competencia; actualmente muchas empresas buscan brindar experiencias a los clientes y el empaque es una excelente forma de hacerlo.

El chocolate fino que se desea ofrecer tendrá una envoltura en fundas de acetato, las cuales permitirán lucir el diseño del producto, mantenerlo fresco y con una consistencia adecuada.

Se debe de colocar en las etiquetas de los alimentos círculos de colores: rojo para los productos con alto contenido de azúcar, sal y grasa, amarillo para alimentos con unas cantidades medias de estos contenidos; verdes, cuando se trata de productos bajos en calorías

Fieles a la convicción de ofrecer productos de alta calidad es el producto bajo el compromiso y cumplimiento de:

- Todos los productos serán elaborados con el mejor chocolate, productos nacionales y de aromas y sabor único.
- Los chocolates serán elaborados a mano, utilizando los más finos ingredientes y con personal calificado en conocimientos.
- Cada una de las recetas serán elaboradas sin añadir conservantes, para que los beneficios del cacao se mantengan intactos, el producto tendrán su exquisito sabor a chocolates.
- Los chocolates serán atractivos por sus brillantes y perfectos acabados los cuales producirán increíbles y crujientes sensaciones.
- La presentación se basa en personalizar la presentación y sorprender en la forma de los diseños y empaques de los chocolates.
- La mejora continua en los servicios y la creación de nuevos productos son los próximos objetivos.

- Las especificaciones de cual va hacer el producto son muy claras y siempre se desea estar un paso delante de la competencia que hacen cosas tradicionales, lo que no ocurre con lo que se desea hacer en esta chocolatería que es algo novedoso y con mucha creatividad.

4.3.3.4 Barras de etiqueta.

Los productos tienen un control de calidad, que será confirmado a través de un código de barra.

GRÁFICO N° 24 Descripción de chocolate en barras



Elaborado por: Sindy briones Cujilán

CUADRO N° 1 Peso de los productos

Peso funda (500) g		Porción por envase	
Cantidad por porción			
calorías	130	Azucares	12g
Caloría de la grasa	170	Proteína	2g
Grasa total	8g	Vitamina A	0%
12%		Vitamina C	0%
Grasa saturada	2g 10%	Calcio	6%
Colesterol	<5mg 1%	Hierro	0%
Sodio	45mg		
1%			
Cantidad Total	13g 1%		
Fibra dietaria	0g 0%	E: 15/11	V: 15/12 PVP:
		\$7,00	

Elaborado por: Sindy briones Cujilán

4.4 Valores de la empresa.

- **Honestidad:** Se actúa con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los propósitos misionales.
- **Justicia:** Se brinda a cada ser humano lo que le corresponde de conformidad con sus méritos y los derechos que le asisten.
- **Lealtad:** Se demuestra la confiabilidad de la información y del buen nombre de la organización.
- **Pertenencia:** El proyecto de vida compatible con el proyecto laboral, manteniendo el deseo y la motivación para el desarrollo institucional a través de la capacidad intelectual y física.
- **Respeto:** Comprende y acepta la posición inherente de las personas, como seres humanos con deberes y derechos, en constante mejoramiento espiritual y material.
- **Solidaridad:** Se dispondrá de ayuda a las personas cuando necesiten de apoyo; presididos por la cooperación con la finalidad del logro de los objetivos propuestos.
- **Tolerancia:** Se valora a los demás por lo que son y se acepta con respeto a las situaciones distintas, diferentes y lo que no es igual.

4.5 Objetivo de la empresa.

Producir una nueva variedad de chocolates en forma artesanal y con diseño de varios motivos según la circunstancia para ponerlo ofertarlos a la comunidad del cantón.

4.5.1 Misión.

“Somos una empresa enfocada a mantener viva la tradición de los exquisitos productos elaborados artesanalmente a base de chocolates, entregando siempre calidad, sabor, variedad en nuestros productos ,con el fin de generar lealtad y confianza de nuestros clientes y que estos sientan la pasión que sentimos al prepararlos e incentivar la inversión en el mercado”.

4.5.2 Visión.

“Ser una empresa líder en el mercado local y nacional en la producción de chocolates artesanales con gran prestigio y reconocimiento de calidad”.

4.5.3 Responsabilidad Social.

El compromiso social de la empresa “Sweets Choco Cía. Ltda.” es netamente contribuir con la sostenibilidad de los grupos de interés, población y empresarial, mediante la responsabilidad social de la empresa se verá evidenciado en la determinación de una política a través de una metodología de trabajo amigable con el medio ambiente, el cual tendrá como metas mantener niveles altos de productividad sin emisiones de gases contaminantes.

- Proveedores.
- Competidores.
- Comunidad.
- Clientes.
- Estado.
- Socios.
- Empleados.

4.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

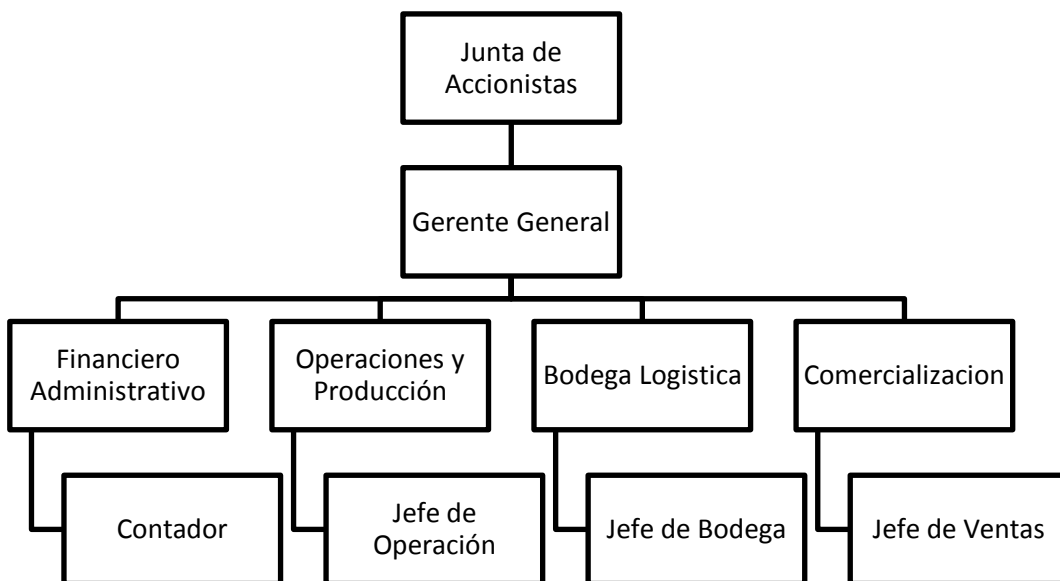
Un organigrama son las representaciones gráficas de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y asesoría.

- Posición o cargo.
- Relaciones entre cargos.

4.6.1 Estructura Organizacional.

A continuación se detalla el organigrama de la empresa “SWEET CHOCO” que facilitara la visualización jerárquica de la organización y por ende la captación de profesionales que ocupan los siguientes cargos:

GRÁFICO N° 25 Organigrama



Fuente: Estructura Organizacional
Elaborado por; Sedy BrionesCujilán

4.6.2 Descripción del alcance de las Jerarquías.

En términos generales la organización por ser pequeña y de reciente creación no es muy extensa en cuanto a su estructura, cuenta con una Gerencia General quien tiene el mayor grado jerárquico de la empresa, existe colaboradores en la parte de producción y comercialización, quienes a su vez realizan más de una fusión de su área de competencia.

4.6.2.1 Gerente General.

Un Gerente General usualmente vela por todas las funciones de mercadeo y ventas de una empresa, así como las operaciones del día a día. Frecuentemente el gerente general es también responsable de liderar y coordinar las funciones de planteamiento estratégico.

Características:

- Imaginación y creatividad.
- Visión de futuro.
- Rectitud y honor.
- Capacidad de análisis.
- Modestia.
- Autenticidad.
- Práctico.
- Relaciones personales.
- Capacidad de escuchar.
- Confianza.

Funciones:

- Designar todas las posiciones generales.

- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dicha meta para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores.
- Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellos quieran hacer.
- Lograr que todos estén satisfechos y motivados.

Perfil profesional:

- Título universitario de Ingenieros comercial o carreras afines.
- Conocimientos en sistemas computarizados.
- Conocimientos de contabilidad y tributación.
- Gran facilidad de relacionarse con las personas.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Habilidad para la toma de decisiones.
- Creatividad e iniciativa para buscar nuevos mercados.

4.6.2.2 Jefe Departamento Financiero:

El Jefe del Departamento Financiero tiene varias áreas de trabajo a su cargo, en primer lugar se ocupa de la optimización del proceso administrativo, el manejo de las bodegas y el inventario y todo el proceso de administración financiera de la organización.

Funciones: La función principal del Departamento financiero es llevar a cabo y supervisar todas las operaciones financieras del ayuntamiento.

4.6.2.3 Jefe del Departamento de Producción.

El Jefe de Producción es el responsable del control y supervisión del proceso de elaboración, envasado y empaquetado de los productos.

Funciones:

- Planificar la producción, el tiempo de entrega del producto que se estén realizando.
- Supervisar el buen funcionamiento y utilización de los equipos de producción.
- Planificar los lotes de producción de acuerdo a pedidos de la demanda.
- Recepción del producto pre elaborado.
- Elaborar informe de materia prima, productos en procesos y productos terminados.
- Controlar el cumplimiento de las normas de seguridad.
- Industrial de los trabajadores y equipos.

Perfil Profesional:

- Estudios superiores en administración de procesos y/o control de calidad.

4.6.2.4 Jefe Departamento de Logística/Bodega:

El jefe del departamento de logística es el responsable del correcto funcionamiento, coordinación y organización del área logística de la empresa, tanto a nivel de producto como a nivel de gestión de personal, con el objeto de distribuir a los clientes los pedidos de los productos en tiempo y forma.

Funciones:

Coordinar las diferentes áreas de almacén (entradas, reposición, preparación de pedidos y transporte de los mismos).

- Optimizar la política de posicionamiento y distribución de los productos.
- Optimizar, organizar y planificar la preparación y distribución de pedidos.
- Optimizar procesos de trabajo.
- Gestionar y supervisar al personal a su cargo.

4.6.2.5 Jefe Departamento de Comercialización:

El Jefe del Departamento de comercialización, tendrá una formación académica de acuerdo a sus funciones en marketing y administración manejo de personal, conocimientos complementarios indispensables, entre sus competencias, orientación a resultados, pro actividad, solución de problemas, manejo de relaciones interpersonales y la toma de decisiones.

- Administrar la cartera de clientes que tendrá a su cargo.
- Supervisar las zonas de los vendedores y la estructura de rutas.
- Responsable de la cuota de los vendedores a su cargo.
- Apoyo en cobranzas e informes de recaudación.
- Revisión de los pedidos antes de la facturación
- Control diario del avance de ventas y cumplimiento de la cuota.
- Recoger información del mercado.
- Coordinación con las demás áreas.
- Realizar el seguimiento de las muestras entregadas a los clientes para prueba de campo.
- Realizar el cuidado del cliente periódicamente para su fidelización.

4.7 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

Por ser de producción artesanal y de poca inversión la empresa se constituye como una unidad de producción de hecho, sin personería jurídica en la categoría de empresas unipersonales, el único requisitos indispensables es la obtención de

Registro Único de Contribuyente en la modalidad de RUC o RISE a fin de poder obtener autorización para la emisión de facturas o notas de ventas según el caso.

4.7.1 Obtención del RUC.

Para la obtención del Registro Único de Contribuyentes todas las personas naturales o jurídicas, que inicien o realicen actividades económicas en el país, es necesario que se inscriban en el Servicio Nacional de Rentas Internas SRI, para lo cual deben adjuntar la siguiente documentación:

- Copia de C.I. y papeleta de votación.
- Copia de documento certificado de la dirección en donde se efectuara la actividad comercial.
- Copia de certificados de salud de las personas que laboraran dentro de la empresa.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Permiso de funcionamiento.

4.7.2 Obtención de la Patente Municipal.

Para la obtención de la patente municipal se requiere presentar la siguiente documentación:

- Formulario de declaración de inicio de actividades.
- Copia del RUC.
- Copia de la escritura de constitución de la empresa con su debida certificación.
- Copia de la aprobación de constitución de la empresa otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- Copia de C.I. y papeleta de votación del representante legal.

4.7.3 Registro sanitario:

Es muy importante obtener el registro sanitario ya que es un producto de consumo humano se necesita que el producto cumpla con todas las normas de seguridad y salubridad previos a los respectivos análisis de aprobación del Laboratorio de Alimentos Procesados del Instituto Nacional de Higiene Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez”

- El Seguro Artesanal.

Los trabajadores artesanos, maestros de talleres, autónomos, operarios y aprendices de artesanías tienen la obligación de afiliarse al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS, en las mismas condiciones del seguro general.

La afiliación debe realizarse hasta máximo treinta días después de haber obtenido la calificación artesanal. Los operarios y aprendices deben ser afiliados desde el primer día que ingresen a trabajar.

- Beneficios.

La ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

- Laborales.

- Exoneración de pagos de decimoterceros, decimocuarto sueldos y utilidades a los operarios y aprendices.
- Exoneración del pago de bonificación complementaria a los operadores y aprendices.
- Protección del trabajo artesano frente a los contratistas.

- Sociales.

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social.
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva.

-Tributarios.

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A).
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración del pago de impuestos a la renta.
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales.
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centro y talleres de capacitación artesanal.

4.8 ESTUDIO DE MERCADO.

4.8.1 Estudio de la Demanda.

Según el levantamiento de información realizado para el presente estudio se evidencia que 4.140 es el número de consumidores de los chocolates artesanales, con una frecuencia mensual promedio de 33,30 chocolates; por lo tanto, se determina que la demanda mensual de chocolates expresada en unidad es 30.355 unidades; y en kilo de 3.642,59 kl. . Según la pregunta N° 13 de la encuesta.

CUADRO N° 2 Demanda Potencial

Demanda potencial	Frecuencia de consumo	Promedio de FC de chocolates mensuales	Porcentaje	Número de consumidores	Unidad de chocolates mensuales	Kilos por chocolates
(4139,50 %)	0-2	4	33,30%	1.378	8.271	992,49
	3-5	3	26.70%	1.105	6.631	795,78
	6-9	7	26.70%	1.105	9.947	1.193,67
	10- en adelante	8	13.30%	551	5.506	660,66
Total			100%	4140	30.355	3.642,59

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

4.8.2 La participación en el Mercado de los productos.

Con respecto a la participación en el mercado el mercado de los productos artesanales de chocolate, tendrá con un crecimiento de 1% anual. Porque existe una demanda de (1530kg) es decir un (5 %) para el año 1(2014); iniciando a incrementar hasta (2448.kg) es decir un (8%) en el año 2(2015); en el siguiente aumenta (2754 kg) es decir un (9%) en el año 3(2016); acrecienta (3060 kg), es decir (10%) en el año 4(2017); y (3366 kg) ha desarrollado, es decir un (11%) en el 5(2018).

En base a la Demanda potencial de (127,49). Kilos de chocolates mensuales entre paletas, bombones, barras y nutelas y al año se obtiene como resultado (1530 kilos de chocolates).

CUADRO N° 3 Demanda de Mensual de Materia en kilos

Años	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
% de Participación de mercado	5%	8%	9%	10%	11%
SABORES					
Chocolate Negro	459	734	826	918	1010
Chocolate Blanco	382	612	688	765	841
Bombones	229	367	413	459	505
Paletas	153	245	275	306	337
Otros	306	490	551	612	673
Total	1530	2448	2754	3060	3366

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 4 Precio de materia prima

Año	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio por Kilo	\$3,31	\$3,42	\$3,42	\$3,42	\$3,42

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 5 Participación del Mercado

Participación de mercado	5%	8%	9%	10%	11%
---------------------------------	-----------	-----------	-----------	------------	------------

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 6 Proyección de la demanda por unidades

Demanda potencial anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
364259	18.213	29.141	32.783	36.426	40.069

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Los valores que se detallan a continuación son proyectados desde el año 2014 hasta 2018 sobre la demanda de chocolates y diarios de cada año, en unidades de consumo, por lo que se puede considerar la demanda en el año 1 es de 18.213 (unidades) de consumo y 51 (unidades) de consumo diario, en gustos y preferencias de la población.

CUADRO N° 7 Porcentaje de estimación por sabores

Preferencias	
Sabores	Ponderado
Chocolate Negro	30,00%
Chocolate Blanco	25,00%
Bombones	15,00%
Paletas	10,00%
Otros	20,00%
TOTAL	100,00%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 8 Demanda de chocolates mensuales

Demanda de chocolate	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mensual	1.518	2.428	2.732	3.035	3.339

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

En el cuadro anterior se presentan las diferentes preferencias de las degustaciones de chocolate según la pregunta N° 13 de las encuestas: ¿Cuál es la frecuencia de comprar un chocolate? El resultado fue el 33,30% para el chocolate negro, el 26,70% chocolate blanco, para los bombones 26,7%, para las paletas de chocolate 13,30% y otros en forma de nutella 20%.

CUADRO N° 9 Demanda de chocolate anuales

Gustos o Preferencias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chocolate Negro	5.463,89	8.742,23	9.835,00	10.927,78	12.020,56
Chocolate Blanco	4.553,24	7.285,19	8.195,84	9.106,49	10.017,13
Bombones	2.731,95	4.371,11	4.917,50	5.463,89	6.010,28
Paletas	1.821,30	2.914,08	3.278,33	3.642,59	4.006,85
Otros	3.642,59	5.828,15	6.556,67	7.285,19	8.013,71
Total	18.212,97	29.140,76	32.783,35	36.425,94	40.068,54

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.8.2.1 Competencia Directa.

En el año 2014, en el cantón Playas y sectores aledaños, no existe una empresa que se defina.

4.8.2.2 Competencia Indirecta.

En la actualidad existen varias empresas que se dedican a la comercialización y ventas de chocolate en forma industrial, sean estos en fundas, o en varias presentaciones.

4.9 ESTUDIO TÉCNICO.

Si es factible la idea del negocio, ya que en el país produce cacao de excelente calidad y cuenta con la más alta tecnología en el sector, lo que facilita la obtención de materia prima nacional para los productos.

Por lo tanto, los insumos como la maquinaria para el negocio si se puede adquirir en el país y no representa ningún tipo de problema al momento de adquirirla y así no afectar el desarrollo de la empresa.

4.9.1 Productos Terminados.

El proyecto es basado en la elaboración manualidades artesanales bañadas en chocolates y teniendo así paletas y bombones, contando con diversidades de diseños para brindarle a los clientes.

CUADRO N° 10 Materia Prima a utilizar.

Pasta	Descripción	Cantidad	Precio	Mensual
Chocolate Blanco	Barras Chocolate	0,1	\$ 0,04	\$ 0,0040
	Saborizantes Artificiales	0,04	\$ 0,03	\$ 0,0012
	Leche Condensada	0,025	\$ 0,05	\$ 0,0013
	Avellana	0,045	\$ 0,08	\$ 0,0036
	Coco Rayado	0,15	\$ 0,06	\$ 0,0090
	Azúcar	0,1	\$ 0,02	\$ 0,0020
	Nueces	0,25	\$ 0,05	\$ 0,0125
	Subtotal			\$ 0,0336
Chocolate Negro	Barras Chocolate	0,1	\$ 0,04	\$ 0,0040
	Saborizantes Artificiales	0,04	\$ 0,03	\$ 0,0012
	Avellana	0,025	\$ 0,08	\$ 0,0020
	Manjar	0,1	\$ 0,06	\$ 0,0060
	Azúcar	0,1	\$ 0,02	\$ 0,0020
	Nueces	0,25	\$ 0,05	\$ 0,0125
	Subtotal			\$ 0,0277
	Total			\$ 0,06

Fuente: Trabajo de investigación.

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.9.2 Volúmenes de producción.

El volumen de producción de la empresa está en función total de la demanda insatisfecha descrito en el análisis de la demanda del sumario anterior, el cual se toma como referencia y se lo ha proyectado para los próximos cinco años quedando de la siguiente manera:

CUADRO N° 11 Cuadro de Demanda por sabores.

Período	Participación de mercado	Diario	Mensual	Anual
Año 1	5%	51 unidad	1.528 unidades	18.213 unidades
Año 2	8%	81 unidad	2.428 unidades	29.141 unidades
Año 3	9%	91 unidad	2.732 unidades	32.783 unidades
Año 4	10%	101 unidad	3.035 unidades	36.426 unidades
Año 5	11%	111 unidad	3.339 unidades	40.069 unidades

Fuente: Trabajo de investigación.
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 12 Cuadro de demanda mensual por sabores (kilos).

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Chocolate Negro	459	734	826	918	1010
Chocolate Blanco	382	612	688	765	841
Bombones	229	367	413	459	505
Paletas	153	245	275	306	337
Otros	306	490	551	612	673
TOTAL EN KILOS	1.530	2.448	2.754	3.060	3.366

Fuente: Trabajo de investigación.
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.9.3 Proceso de producción.

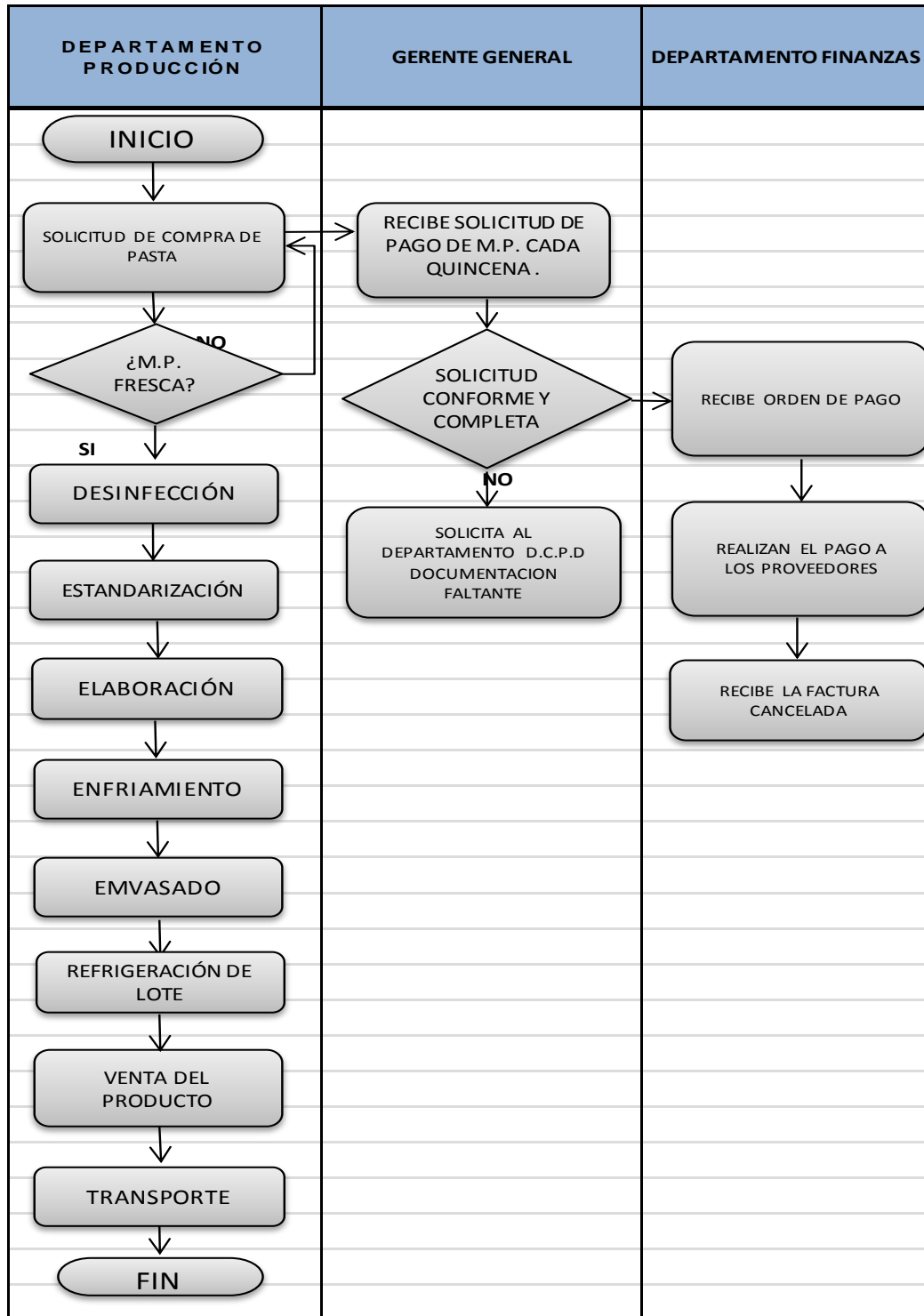
El proceso de producción comienza de la siguiente manera:

Los proveedores dejaron el producto en la empresa “Sweets Choco Cía. Ltda.”, se procederá a picar el chocolate, derretir, aumentar manteca de cacao, esto para variar la consistencia de las diferentes producciones una vez realizado se procederá a colocar el chocolate derretido y atemperado en los respectivos moldes, para luego de un tiempo prudencial darles sus respectivo acabado y una excelente presentación del producto:

- Elige un chocolate de alta calidad para derretir, pueden ser discos de chocolates que se encuentran en la mayoría de las tiendas para fiestas, pastillas de chocolates en barra favorito.
- Funde el chocolate de una de estas formas. Llena el fondo de la cacerola para baño María con agua, ponla a hervir, luego reduce el fuego y coloca la parte de arriba en su lugar. Pon el chocolate en la bandeja y revuelve hasta que se derrita, otra opción es colocar el chocolate en un bol para microondas y calentarlo por 1 o 2 minutos cada vez, revolviendo entre medio hasta que se funda.
- Pon un palillo de paleta en cada espacio del molde para caramelos.
- Utiliza una cuchara o una pequeña taza medidora para traspasar el chocolate al molde. Llena cada espacio hasta que el palillo esté cubierto.
- Suavemente, tapa el molde con la cubierta de arriba y sacúdelo para que no queden burbujas de aire. Una vez que el chocolate se asiente, observa si los moldes están llenos. Si no, agrega más chocolate.
- Coloca los moldes en el congelador, en un instante nivelado por 5 minutos o hasta que las paletas estén firmes. Retíralas y déjalas en el mostrador por unos minutos. Luego desmóldalas suavemente.
- Envuelve las paletas en bolsas de celofán para caramelos y sujetas la parte de abajo con una cinta decorativa.

4.9.4 Diagrama del proceso de Producción

CUADRO N° 13 Diagrama del Proceso



Fuente: Proceso de producción
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán.

4.9.5 Descripción del proceso de Producción.

Bombón artesanal.

Las materias primas que se utilizan para la elaboración son las barras de chocolate y saborizantes; son los materiales predominantes en el proceso ya que de la barra se extrae el chocolate diluido previamente derretido y los saborizantes son para darle el toque especial para cada tipo de bombón a elaborarse, el proveedor principal será los productores de la Hacienda “Victoria”, según Anexo N° 5.

Chocolate Sweets Choco utilizará los siguientes rellenos y saborizantes de bombón:

- Saborizante de menta.
- Saborizante de licor.
- Saborizante de frutas tropicales.
- Relleno de almendras.
- Relleno de coco.
- Relleno de capuchino.
- Relleno de vodka.

Por parte de los insumos se necesita charoles en donde la barra de chocolate va estar diluida gracias al calor del fuego; ollas donde se va a realizar un proceso llamado baño maría que permite que la barra de chocolate se derrita a una temperatura homogénea, moldes, tablas de mesa y cuchillos son los insumos adicionales que terminan con la elaboración del bombón.

Barras de chocolate.

Las barras de chocolate son compradas con un proveedor local, estas barras son utilizadas para la elaboración de los productos, dando un valor agregado de

exquisito sabor y propiedades benevolentes que mejoran a gozar de una buena salud porque es un producto libre de químicos.

Saborizantes.

Los saborizantes son preparados de sustancias que contienen los principios sávido-aromáticos, extraídos de la naturaleza (vegetal) o sustancias artificiales, de uso permitido en términos legales, capaces de actuar sobre los sentidos del gusto y del olfato, pero no exclusivamente, ya sea para reforzar el propio (inherente del alimento) o transmitiéndole un sabor y/o aroma determinado, con el fin de hacerlo más apetitoso pero no necesariamente con este fin.

Suelen ser productos en estado líquido, en polvo o pasta, que pueden definirse, en otros términos a los ya mencionados, como concentrados de sustancias.

Es de uso habitual la utilización de las palabras sabores, esencias, extractos y oleorresinas como equivalentes a los saborizantes.

- Naturales: Son obtenidos de fuentes naturales y por lo general son de uso exclusivamente alimenticio por métodos físicos tales como extracción, destilación y concentración.
- Sintéticos: Elaborados químicamente que reproducen las características de los encontrados en la naturaleza.
- Artificiales: Obtenidos mediante procesos químicos, que aún no se han identificado productos similares en la naturaleza. Son productos clasificados como perjudiciales para la salud.

4.10 INVERSIONES DEL PROYECTO.

4.10.1 Premisas.

Las inversiones del negocio en la actividad artesanal, se ve reflejada en cada uno de los estudios que se efectúan, de mercado, técnico y financiero, por lo que es necesario ser efectivo en su análisis, logrando la meta propuesta.

Se cuenta con un terreno, donde se construirá la fábrica cuyo valor es de \$10.000,00, el mismo que se dará en garantía para el préstamo bancario.

Se adquirirán los equipos y herramientas, maquinarias, muebles para las operaciones administrativas y de fabricación de la empresa.

Se ha considerado el cálculo de depreciaciones de los activos fijos de la propuesta, aplicando el método de depreciación lineal con una vida útil de 3 a 5 años en los equipos de computación, equipos de oficina.

4.10.2 Determinación de Activos y Depreciación.

La empresa artesanal de chocolate “Sweets Choco” Cía. Ltda., es una empresa nueva por lo tanto adquirirá maquinarias, muebles de oficina, utensilios de plantas necesarios para la elaboración de los productos y para el control financiero del negocio.

Los activos que se adquieren en este rubro son los ya antes expuesto en el estudio técnico.

Para el caso de la empresa los activos fijos lo constituyen únicamente el equipamiento mínimo indispensable para el proceso productivo que es el siguiente:

- Cocina industrial.
- Refrigeradora.
- Microonda.
- Extractor de grasa.
- Herramienta en general.
- Equipo de oficina.

4.10.3 Distribución de Activos Fijos por Departamento.

Los activos fijos de la empresa se distribuirán según el departamento o sección en el cual presten sus servicios, quedando de la siguiente manera:

En el departamento de producción.

- Cocina.
- Refrigeradora.
- Licuadoras.
- Microondas.
- Extracto de grasas.
- Herramientas menores.

En el departamento de Comercialización.

- Computadoras.
- Impresoras.
- Escritorios.

4.10.4 Distribución por Tipo de Activo Fijo.

CUADRO N° 14 Distribución de Activo Fijo

CANTIDAD	ACTIVOS FIJOS	VALOR UNITARIOS	TOTAL
	TERRENO		
1	Terreno	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	TOTAL TERRENO	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
	MAQUINARIA		
1	Cocinas industrial	\$ 280,00	\$ 280,00
1	Mini refrigeradora	\$ 780,00	\$ 780,00
1	Refrigeradora industrial	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00
1	Licuada industrial	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Microonda	\$ 115,00	\$ 115,00
1	Extractor de Grasa	\$ 122,00	\$ 122,00
1	Mesa Industrial	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Batidora industrial	\$ 150,00	\$ 150,00
1	Batidora	\$ 25,00	\$ 25,00
2	Gas industrial	\$ 125,00	\$ 250,00
	TOTAL MAQUINARIA	\$ 4.597,00	\$ 4.722,00
	EQUIPO DE COMPUTACION		
5	Computadora	\$ 720,00	\$ 3.600,00
3	Impresora	\$ 140,00	\$ 420,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 860,00	\$ 4.020,00
	MUEBLES Y ENSERES		
3	Dispensador de agua	\$ 196,00	\$ 588,00
2	Extractor de Olores	\$ 150,00	\$ 300,00
5	Extintor contra incendio 10LBS	\$ 85,00	\$ 425,00
2	Aire acondicionado 24000 BTU	\$ 650,00	\$ 1.300,00
2	Etiquetadora	\$ 200,00	\$ 400,00
2	Selladora	\$ 120,00	\$ 240,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.401,00	\$ 3.253,00
	EQUIPO DE OFICINA		
5	Escritorios	\$ 368,00	\$ 1.840,00
5	Archivadores	\$ 126,00	\$ 630,00
5	Teléfonos	\$ 45,00	\$ 225,00
5	Sillas de escritorios	\$ 46,00	\$ 230,00
10	Sillas plásticas	\$ 8,00	\$ 80,00
	TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA	\$ 593,00	\$ 3.005,00
	TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 17.451,00	\$ 25.000,00

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 15 Distribución por Departamentos.

Departamento	Valor
Administración	\$ 7.9132,00
Producción	\$ 3.948.00
Ventas	\$ 3.140.00
Total general	\$ 15.000.00

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Nota aclaratoria: En el activo fijo se ha considerado el valor del Terreno que asciendo a la cantidad de **\$10.000,00**.

Maquinarias y Herramientas en el Proceso Productivo.

En el estudio técnico de la maquinaria y equipo se determinaran maquinarias y equipos necesarios para llevar a cabo el proceso antes descritos para posteriormente poder calcular la inversión inicial en maquinarias, de acuerdo con el proceso productivo determinado.

4.11 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.

4.11.1 Estructura del capital.

CUADRO N° 16 Estructura del Capital

Concepto	%	Aportes	Costo de Capital	CCPP
Acciones Comunes	34%	\$ 4.115,04	20,00%	2,83%
Préstamo Bancario	66%	\$ 25.000,00	9,53%	8.18%
	1	\$29.115,04		11,01%

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.11.2 Presupuesto de gastos de constitución.

Para considerar los gastos de constitución se han establecidos los valores que actualmente rigen para cumplir los requisitos de la constitución de la empresa.

CUADRO N° 17 Gastos de Constitución

Concepto	Valor
Registro Mercantil	\$ 800,00
Permiso Municipal	\$ 55,00
Permiso de Salud	\$ 5,00
Certificado del cuerpo de Bomberos	\$ 42,00
Registro Sanitario	\$ 213,04
Total Dólares	\$ 1.115,04

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.11.3 Presupuesto de Inversión Inicial.

La inversión inicial, se ha estructurado en base a tres componentes patrimoniales, el capital de trabajo, activos fijos en el que incluye el terreno y los gastos de constitución que ascienden a \$ 1.115,04.

CUADRO N° 18 Presupuesto de Inversión Inicial

Concepto	Valor
Capital de trabajo	\$ 3.000,00
Activos Fijos	\$ 25.000,00
Gastos de Constitución	\$ 1.115,04
Total Dólares	\$ 29.115,04

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 19 Proyección de Amortización acumulada.

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Gastos de Amortización	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$1.115,04
Amortización Acumulada	\$223,01	\$446,02	\$ 669,02	\$ 892,03	\$1.115,04	

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.12 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

4.12.1 Amortización del préstamo.

CUADRO N° 20 Amortización del Préstamo Bancario.

	Saldo inicial	Intereses	Capital	Dividendo	Saldo Final
AÑO1	\$ 25.000,00	\$ 2.382,50	\$ 4.133,44	\$ 6.515,94	\$20.866,56
AÑO2	\$ 20.866,56	\$ 1.988,58	\$ 4.527,36	\$ 6.515,94	\$ 16.339,20
AÑO3	\$ 16.339,20	\$ 1.557,13	\$ 4.958,81	\$ 6.515,94	\$ 11.380,39
AÑO4	\$ 11.380,39	\$ 1.084,55	\$ 5.431,39	\$ 6.515,94	\$ 5.949,00
AÑO5	\$ 5.949,00	\$ 566,94	\$ 5.949,00	\$ 6.515,94	\$ -
		\$ 7.579,70	\$ 25.000,00	\$ 2.579,70	

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 21 Presupuesto de pago de capital y pagos de intereses.

Años	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Gastos de Interés	\$ 2.382,50	\$ 1.988,58	\$1.557,13	\$ 1.084,55	\$ 566,94	\$ 7.579,70
Abonos de Capital	\$ 4.133,44	\$ 4.527,36	\$ 4.958,81	\$ 5.431,39	\$ 5.949,00	\$ 25.000,00
Total a Pagar	\$ 6.515,94	\$ 6.515,94	\$ 6.515,94	\$ 6.515,94	\$ 6.515,94	

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 22 Saldos por pagar del préstamo.

Años	2014	2015	2016	2017	2018
Saldo Corriente	\$ 4.527,36	\$ 4.958,81	\$ 5.431,39	\$ 5.949,00	
Saldo No corriente	\$ 16.339,20	\$11.380,39	\$ 5.949,00	\$ -	
Total por Pagar	\$ 20.866,56	\$16.339,20	\$11.380,39	\$ 5.949,00	\$ -

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 23 Saldos a pagar

INTERES	CAPITAL	Dividendo
\$ 2.382,50	\$ 4.133,44	\$ 6.515,94
\$ 1.988,58	\$ 4.527,36	\$ 6.515,94
\$ 1.557,13	\$ 4.958,81	\$ 6.515,94
\$ 1.084,55	\$ 5.431,39	\$ 6.515,94
\$ 566,94	\$ 5.949,00	\$ 6.515,94
\$ 7.579,70		

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.12.2 Determinación de las necesidades de MOD.

CUADRO N° 24 Determinación de las necesidades de MOD

PRODUCTOS	Tiempo mm	Producción	Total	% Asignación costos
Chocolate Negro	35,00	5.463,89	191.236,21	30,00%
Chocolate Blanco	35,00	4.553,24	159.363,51	25,00%
Bombones	35,00	2.731,95	95.618,10	15,00%
Paletas	35,00	1.821,30	63.745,40	10,00%
Otros	35,00	3.642,59	127.490,80	20,00%
	Total mm		637.454,02	1,00

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 25 Determinación de mano de obra.

Horas Necesarias	10.624,23	2080
Obreros Necesarios		5
	Hombres	5
	días Semana	5
	Horas diarias	8
	Semanas	52
	Total Horas Hombre	10.624,23
	Diferencia	0,00

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 26 Costos de Mano de Obra Directa.

Período	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Costo de mano de obra directa	\$ 19.654,84	\$ 20.637,58	\$ 21.669,46	\$ 22.752,93	\$ 23.890,58

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 27 Costo Unitario Materia Prima.

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018
Chocolate Negro	5.896,45	6.191,27	6.500,84	6.825,88	7.167,17
Chocolate Blanco	4.913,71	5.159,40	5.417,37	5.688,23	5.972,65
Bombones	2.948,23	3.095,64	3.250,42	3.412,94	3.583,59
Paletas	1.965,48	2.063,76	2.166,95	2.275,29	2.389,06
Otros	3.930,97	4.127,52	4.333,89	4.550,59	4.778,12
TOTAL DE COSTO UNITARIO	19.654,84	20.637,58	21.669,46	22.752,93	23.890,58

Fuente: Trabajo de Investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.12.3 Presupuesto de Rol de pago del Personal.

Es el personal que no está directamente relacionado con la materia prima, el gerente y el supervisor son los que se encargan que el proceso de producción sea correctamente realizado el proceso y así evitar imperfecciones en los productos terminados.

CUADRO N° 28 Rol de Pago del Personal.

Cargo	Código	Sueldo	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Total Beneficios	Total General
Gerente Administrador	ADM	800,00	66,67	26,50	33,33	89,20	66,67	282,37	1.082,37
Contador	ADM	500,00	41,67	26,50	20,83	55,75	41,67	186,42	686,42
	Total ADM	1.300,00	108,33	53,00	54,17	144,95	108,33	468,78	1.768,78
Supervisor de Ventas	VTA	500,00	41,67	26,50	20,83	55,75	41,67	186,42	686,42
Vendedor 1	VTA	340,00	28,33	26,50	14,17	37,91	28,33	135,24	475,24
Vendedor 2	VTA	340,00	28,33	26,50	14,17	37,91	28,33	135,24	475,24
	Total VTA	1.180,00	98,33	79,50	49,17	131,57	98,33	456,90	1.636,90
Jefe de producción	MOI	850,00	70,83	26,50	35,42	94,78	70,83	298,36	1.148,36
	Total MOI	850,00	70,83	26,50	35,42	94,78	70,83	298,36	1.148,36
Operario 1	MOD	340,00	28,33	26,50	14,17	37,91	28,33	135,24	475,24
Operario 2	MOD	340,00	28,33	26,50	14,17	37,91	28,33	135,24	475,24
Bodeguero	MOD	500,00	41,67	27,50	20,83	55,75	41,67	187,42	687,42
	Total MOD	1.180,00	98,33	26,50	49,17	131,57	98,33	457,90	1.637,90
	Total general	4.510,00	375,83	185,50	187,92	502,87	375,83	1.681,95	6.191,95

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 29 Rol Proyectado.

Cargo	Código	Total General	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administrador	ADM	1.082,37	12.988,40	13.637,82	14.319,71	15.035,70	15.787,48	71.769,11
Contador	ADM	686,42	8.237,00	8.648,85	9.081,29	9.535,36	10.012,12	45.514,62
	Total ADM	1.768,78	21.225,40	22.286,67	23.401,00	24.571,05	25.799,61	117.283,73
Supervisor de Ventas	VTA	686,42	8.237,00	8.648,85	9.081,29	9.535,36	10.012,12	45.514,62
Vendedor 1	VTA	475,24	5.702,92	5.988,07	6.287,47	6.601,84	6.931,93	31.512,23
Vendedor 2	VTA	475,24	5.702,92	5.988,07	6.287,47	6.601,84	6.931,93	31.512,23
	Total VTA	1.636,90	19.642,84	20.624,98	21.656,23	22.739,04	23.875,99	108.539,09
Jefe de producción	MOI	1.148,36	13.780,30	14.469,32	15.192,78	15.952,42	16.750,04	76.144,86
	Total MOI	1.148,36	13.780,30	14.469,32	15.192,78	15.952,42	16.750,04	76.144,86
Operario 1	MOD	475,24	5.702,92	5.988,07	6.287,47	6.601,84	6.931,93	31.512,23
Operario 2	MOD	475,24	5.702,92	5.988,07	6.287,47	6.601,84	6.931,93	31.512,23
Bodeguero		687,42	8.249,00	8.661,45	9.094,52	9.549,25	10.026,71	45.580,93
	Total MOD	1.637,90	19.654,84	20.637,58	21.669,46	22.752,93	23.890,58	108.605,40
	Total general	6.191,95	74.303,38	78.018,55	81.919,48	86.015,45	90.316,22	410.573,08

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.12.4 Presupuesto de Gastos.

Es aquel gasto que se designa específicamente para proporcionar al cliente información y de gustación acerca del producto que se ofrece.

4.12.4.1 Determinación del Presupuesto de Servicios Básicos.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de los costos de energía eléctrica y agua potable, tomando en consideración la proyección de los costos por servicios básicos, durante los primeros 5 años, se incluye además los costos por el pago de la telefonía y publicidad.

CUADRO N° 30 Proyección de Costos de Energía Eléctrica.

Energía Eléctrica							
Costo Anual		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	6.630,76
Centros de costo	%	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administración	30%	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
Ventas	15%	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79	994,61
Producción	55%	660,00	693,00	727,65	764,03	802,23	3.646,92
Total		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	6.630,76

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 31 Proyección de Costos por Agua Potable.

Agua Potable							
	%	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30	3.315,38
Centros de costo	%	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administración	25%	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33	828,84
Ventas	10%	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93	331,54
Producción	65%	390,00	409,50	429,98	451,47	474,05	2.155,00
Total		600,00	630,00	661,50	694,58	729,30	3.315,38

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 32 Presupuestos de Costos de Telefonía y Publicidad.

Telefonía y comunicación							
	%	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
Centros de costo	%	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administración	35%	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	696,23
Ventas	30%	108,00	113,40	119,07	125,02	131,27	596,77
Producción	35%	126,00	132,30	138,92	145,86	153,15	696,23
Total		360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 33 Presupuesto de Publicidad.

Publicidad							
	%	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	13.261,52
Centros de costo	%	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administración	10%	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	1.326,15
Ventas	10%	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	1.326,15
Producción	80%	1.920,00	2.016,00	2.116,80	2.222,64	2.333,77	10.609,21
Total		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	13.261,52

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

En este cuadro se observa el presupuesto de servicios básicos con una ponderación asignada del 40% por centro de costo, administración, ventas y producción.

CUADRO N° 34 Presupuestos de Servicios básicos

Total General							
Centros de costo	%	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Administración	40%	876,00	919,80	965,79	1.014,08	1.064,78	4.840,45
Ventas	40%	588,00	617,40	648,27	680,68	714,72	3.249,07
Producción	20%	3.096,00	3.250,80	3.413,34	3.584,01	3.763,21	17.107,35
Total		4.560,00	4.788,00	5.027,40	5.278,77	5.542,71	25.196,88

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.13 PRESUPUESTOS PROYECTADOS.

4.13.1 Presupuestos de Gastos Administrativos.

En los gastos administrativos se tienen los gastos de alquiler, gastos básicos y los gastos generales, por cualquier eventualidad que se pueda presentar dentro de cada proceso.

CUADRO N° 35 Presupuestos de Gastos Administrativos.

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
GASTOS DE PERSONAL	\$ 22.125,40	\$23.231,67	\$24.393,25	\$25.612,92	\$26.893,56	\$ 122.256,80
Sueldos	\$ 15.600,00	\$ 16.380,00	\$17.199,00	\$18.058,95	\$18.961,90	\$ 86.199,85
Beneficios Sociales	\$ 5.625,40	\$ 5.906,67	\$ 6.202,00	\$ 6.512,10	\$ 6.837,71	\$ 31.083,89
Capacitación	\$ 900,00	\$ 945,00	\$ 992,25	\$ 1.041,86	\$ 1.093,96	\$ 4.973,07
GASTOS DE REPRESENTACIÓN	\$ 700,00	\$ 735,00	\$ 771,75	\$ 810,34	\$ 850,85	\$ 3.867,94
Viáticos	\$ 500,00	\$ 525,00	\$ 551,25	\$ 578,81	\$ 607,75	\$ 2.762,82
GASTOS DE TRANSPORTE	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,50	\$ 231,53	\$ 243,10	\$ 1.105,13
HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65	\$ 1.657,69
Asesoría Legal	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65	\$ 1.657,69
SERVICIOS BASICOS	\$ 636,00	\$ 667,80	\$ 701,19	\$ 736,25	\$ 773,06	\$ 3.514,30
Energía eléctrica	\$ 360,00	\$ 378,00	\$ 396,90	\$ 416,75	\$ 437,58	\$ 1.989,23
Agua Potable	\$ 150,00	\$ 157,50	\$ 165,38	\$ 173,64	\$ 182,33	\$ 828,84
Telefonía	\$ 126,00	\$ 132,30	\$ 138,92	\$ 145,86	\$ 153,15	\$ 696,23
MANTENIMIENTO	\$ 570,45	\$ 598,97	\$ 628,92	\$ 660,37	\$ 693,39	\$ 3.152,10
Mantenimiento	\$ 570,45	\$ 598,97	\$ 628,92	\$ 660,37	\$ 693,39	\$ 3.152,10
DEPRECIACIONES	\$ -4.725,73	\$ -4.449,40	\$-4.449,40	\$-1.074,40	\$-1.074,40	\$ -15.773,33
Depreciaciones	\$ -4.725,73	\$ -4.449,40	\$-4.449,40	\$-1.074,40	\$-1.074,40	\$ -15.773,33
Publicidad	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
Publicidad	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
Patente	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78	\$ 276,28
1.5 x mil a los activos totales	\$ 60,00	\$ 63,00	\$ 66,15	\$ 69,46	\$ 72,93	\$ 331,54
Junta de Beneficencia	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78	\$ 276,28
Cuerpo de Bomberos	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78	\$ 276,28
Tasa de habilitación	\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,08	\$ 34,73	\$ 36,47	\$ 165,77
OTROS	\$ 5.118,76	\$ 5.339,07	\$ 5.569,07	\$ 5.809,21	\$ 6.059,94	\$ 27.896,05
Papelería	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91	\$ 9.946,14
Seguros	\$ 578,00	\$ 606,90	\$ 637,25	\$ 669,11	\$ 702,56	\$ 3.193,81
Suministros	\$ 2.740,76	\$ 2.842,17	\$ 2.947,33	\$ 3.056,38	\$ 3.169,47	\$ 14.756,10
Amortizaciones	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 1.115,04
Gastos de Constitución	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 1.115,04
Total gastos de Administración	\$ 25.427,88	\$ 27.165,12	\$28.697,75	\$33.680,64	\$35.367,51	\$ 150.338,89

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.13.2 Presupuestos de Costos de Ventas.

A través del presupuesto de ventas, la empresa puede establecer costos de MP, MOD y CIF, entre los más destacados, están servicios básicos, materiales directos e indirectos necesarios para la fabricación del chocolate, entre otros insumos.

CUADRO N° 36 Presupuesto de Costos de Ventas.

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Chocolate Negro	\$1.519,76	\$2.512,34	\$2.826,39	\$3.140,43	\$3.454,47	\$13.453,38
Chocolate Blanco	\$1.266,46	\$2.093,62	\$2.355,32	\$2.617,02	\$2.878,73	\$11.211,15
Bombones	\$ 759,88	\$1.256,17	\$1.413,19	\$1.570,21	\$1.727,24	\$ 6.726,69
Paletas	\$ 506,59	\$ 837,45	\$ 942,13	\$1.046,81	\$1.151,49	\$ 4.484,46
Otros	\$1.013,17	\$1.674,89	\$1.884,26	\$2.093,62	\$2.302,98	\$ 8.968,92
Total de Materia Prima	\$5.065,86	\$8.374,47	\$9.421,28	\$10.468,09	\$11.514,90	\$44.844,61
Mano de Obra Directa	\$19.654,84	\$20.637,58	\$21.669,46	\$ 22.752,93	\$ 23.890,58	\$108.605,40
Costos Indirectos de Fabricación	\$22.912,33	\$24.008,37	\$25.157,90	\$ 26.592,02	\$ 27.856,52	\$126.527,15
Total Costo de Venta	\$47.633,03	\$53.020,43	\$56.248,64	\$59.813,05	\$ 63.262,00	\$279.977,16

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 37 Presupuesto de Gastos de Ventas.

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
GASTOS DE PERSONAL	\$20.442,84	\$21.464,98	\$22.538,23	\$23.665,14	\$24.848,40	\$ 112.959,60
Sueldos	\$14.160,00	\$14.868,00	\$15.611,40	\$16.391,97	\$17.211,57	\$ 78.242,94
Beneficios Sociales	\$ 5.482,84	\$ 5.756,98	\$ 6.044,83	\$ 6.347,07	\$ 6.664,43	\$ 30.296,15
Capacitación	\$ 800,00	\$ 840,00	\$ 882,00	\$ 926,10	\$ 972,41	\$ 4.420,51
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 348,00	\$ 365,40	\$ 383,67	\$ 402,85	\$ 423,00	\$ 1.922,92
Energía eléctrica	\$ 180,00	\$ 189,00	\$ 198,45	\$ 208,37	\$ 218,79	\$ 994,61
Agua Potable	\$ 60,00	\$ 63,00	\$ 66,15	\$ 69,46	\$ 72,93	\$ 331,54
Telefonía	\$ 108,00	\$ 113,40	\$ 119,07	\$ 125,02	\$ 131,27	\$ 596,77
MANTENIMIENTO	\$ 97,20	\$ 102,06	\$ 107,16	\$ 112,52	\$ 118,15	\$ 537,09
Mantenimiento	\$ 97,20	\$ 102,06	\$ 107,16	\$ 112,52	\$ 118,15	\$ 537,09
DEPRECIACIONES	\$-1.001,67	\$-1.186,67	\$-1.186,67	\$ -	\$ -	\$ -3.375,00
Depreciaciones	\$-1.001,67	\$-1.186,67	\$-1.186,67	\$ -	\$ -	\$ -3.375,00
Publicidad	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
Publicidad	\$ 240,00	\$ 252,00	\$ 264,60	\$ 277,83	\$ 291,72	\$ 1.326,15
OTROS	\$ 500,00	\$ 525,00	\$ 551,25	\$ 578,81	\$ 607,75	\$ 2.762,82
Seguros	\$ 500,00	\$ 525,00	\$ 551,25	\$ 578,81	\$ 607,75	\$ 2.762,82
Total Gastos de Ventas	\$20.626,37	\$21.522,78	\$22.658,25	\$25.037,16	\$26.289,02	\$ 116.133,57

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.13.3 Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación.

El presupuesto variable se reajusta constantemente de acuerdo con las variaciones volumen y de costo.

CUADRO N° 38 Detalle de Suministros de Limpieza.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desinfectante	\$ 45,00	\$ 46,67	\$ 48,39	\$ 50,18	\$ 52,04
Detergente	\$ 24,00	\$ 24,89	\$ 25,81	\$ 26,76	\$ 27,75
Cloro	\$ 6,00	\$ 6,22	\$ 6,45	\$ 6,69	\$ 6,94
Franelas	\$ 200,00	\$ 207,40	\$ 215,07	\$ 223,03	\$ 231,28
Escobas	\$ 14,00	\$ 14,52	\$ 15,06	\$ 15,61	\$ 16,19
Jabón Líquido	\$ 45,50	\$ 47,18	\$ 48,93	\$ 50,74	\$ 52,62
Trapeadores	\$ 24,50	\$ 25,41	\$ 26,35	\$ 27,32	\$ 28,33
Papel Higiénico	\$ 72,00	\$ 74,66	\$ 77,43	\$ 80,29	\$ 83,26
Ambientador	\$ 37,50	\$ 38,89	\$ 40,33	\$ 41,82	\$ 43,37
Lava Vajillas	\$ 34,50	\$ 35,78	\$ 37,10	\$ 38,47	\$ 39,90
Esponjas	\$ 6,00	\$ 6,22	\$ 6,45	\$ 6,69	\$ 6,94
Lustre	\$ 0,36	\$ 0,37	\$ 0,39	\$ 0,40	\$ 0,42
Toallas de Cocina	\$ 37,50	\$ 38,89	\$ 40,33	\$ 41,82	\$ 43,37
Destapador de Inodoro	\$ 3,00	\$ 3,11	\$ 3,23	\$ 3,35	\$ 3,47
Tips de Baño	\$ 16,50	\$ 17,11	\$ 17,74	\$ 18,40	\$ 19,08
Guantes de Cocina	\$ 30,00	\$ 31,11	\$ 32,26	\$ 33,45	\$ 34,69
Guantes de Caucho	\$ 36,00	\$ 37,33	\$ 38,71	\$ 40,15	\$ 41,63
Fundas de Basura	\$ 31,20	\$ 32,35	\$ 33,55	\$ 34,79	\$ 36,08
Cepillo de Inodoro	\$ 6,60	\$ 6,84	\$ 7,10	\$ 7,36	\$ 7,63
Coffit	\$ 87,60	\$ 90,84	\$ 94,20	\$ 97,69	\$ 101,30
Mascarilla	\$ 176,40	\$ 182,93	\$ 189,70	\$ 196,71	\$ 203,99
Mandiles	\$ 36,00	\$ 37,33	\$ 38,71	\$ 40,15	\$ 41,63
Material de Empaque	\$ 1.770,60	\$ 1.836,11	\$ 1.904,05	\$ 1.974,50	\$ 2.047,55
TOTAL ANUAL	\$ 2.740,76	\$ 2.842,17	\$ 2.947,33	\$ 3.056,38	\$ 3.169,47

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Los presupuestos de costos indirectos de fabricación contienen los valores por: mano de obra indirecta, materiales indirectos, pago por servicios básicos, depreciación, entre otros, que servirán para el mantenimiento adecuado de las instalaciones de la fábrica de chocolate.

CUADRO N° 39 Presupuestos de Costos Indirectos de Fabricación.

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Mano de obra Indirecta	\$ 13.780,30	\$ 14.469,32	\$ 15.192,78	\$ 15.952,42	\$ 16.750,04	\$ 76.144,86
Materiales Indirectos	\$ 700,00	\$ 735,00	\$ 771,75	\$ 810,34	\$ 850,85	\$ 3.867,94
Servicios Básicos	\$ 1.176,00	\$ 1.234,80	\$ 1.296,54	\$ 1.361,37	\$ 1.429,44	\$ 6.498,14
Depreciación	\$ 278,92	\$ 278,92	\$ 278,92	\$ 507,42	\$ 507,42	\$ 1.851,60
Seguros	\$ 1.250,00	\$ 1.312,50	\$ 1.378,13	\$ 1.447,03	\$ 1.519,38	\$ 6.907,04
Publicidad	\$ 1.920,00	\$ 2.016,00	\$ 2.116,80	\$ 2.222,64	\$ 2.333,77	\$ 0.609,21
Mantenimiento	\$ 1.066,35	\$ 1.119,67	\$ 1.175,65	\$ 1.234,43	\$ 1.296,16	\$ 5.892,26
Suministros de Limpieza y Empaquetado	\$ 2.740,76	\$ 2.842,17	\$ 2.947,33	\$ 3.056,38	\$ 3.169,47	\$ 14.756,10
Total Dólares	\$ 22.912,33	\$ 24.008,37	\$ 25.157,90	\$ 26.592,02	\$ 27.856,52	\$ 126.527,15

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 40 Costos Indirectos de fabricación.

PRODUCTOS	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Chocolate Negro	\$ 6.873,70	\$ 7.202,51	\$ 7.547,37	\$ 7.977,61	\$ 8.356,96	\$ 37.958,14
Chocolate Blanco	\$ 5.728,08	\$ 6.002,09	\$ 6.289,47	\$ 6.648,01	\$ 6.964,13	\$ 31.631,79
Bombones	\$ 3.436,85	\$ 3.601,26	\$ 3.773,68	\$ 3.988,80	\$ 4.178,48	\$ 18.979,07
Paletas	\$ 2.291,23	\$ 2.400,84	\$ 2.515,79	\$ 2.659,20	\$ 2.785,65	\$ 12.652,71
Otros	\$ 4.582,47	\$ 4.801,67	\$ 5.031,58	\$ 5.318,40	\$ 5.571,30	\$ 25.305,43
Total Dólares	\$ 22.912,33	\$ 24.008,37	\$ 25.157,90	\$ 26.592,02	\$ 27.856,52	\$ 126.527,15

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.13.4 Presupuestos de Compras.

A continuación el presupuesto de compras, con el detalle de los precios de materia prima por año:

CUADRO N° 41 Precio de materia prima por año

Año	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio por Kilo	\$3,31	\$3,42	\$3,42	\$3,42	\$3,42

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 42 Presupuesto de Compras de materia prima.

PRODUCTOS	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Total
Chocolate Negro	\$ 1.519,76	\$ 2.512,34	\$ 2.826,39	\$ 3.140,43	\$ 3.454,47	\$ 13.453,38
Chocolate Blanco	\$ 1.266,46	\$ 2.093,62	\$ 2.355,32	\$ 2.617,02	\$ 2.878,73	\$ 11.211,15
Bombones	\$ 759,88	\$ 1.256,17	\$ 1.413,19	\$ 1.570,21	\$ 1.727,24	\$ 6.726,69
Paletas	\$ 506,59	\$ 837,45	\$ 942,13	\$ 1.046,81	\$ 1.151,49	\$ 4.484,46
Otros	\$ 1.013,17	\$ 1.674,89	\$ 1.884,26	\$ 2.093,62	\$ 2.302,98	\$ 8.968,92
Total de Materia Prima	\$ 5.065,86	\$ 8.374,47	\$ 9.421,28	\$ 10.468,09	\$ 11.514,90	\$ 44.844,61

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.13.5 Presupuesto de Ventas.

A continuación se presenta el cuadro del presupuesto de ventas cuyos valores son considerados para el estado de resultados.

CUADRO N° 43 Precio por unidades.

GRUPO	DESCRIPCIÓN	Saldo Final	PVP	Ventas Dólares
Chocolate Negro	CAJA DE 24 UNIDADES	5.464	\$ 0,50	\$ 32.783,35
Chocolate Blanco	CAJA DE 24 UNIDADES	4.553	\$ 0,45	\$ 24.587,51
Bombones	FUNDAS DE 60 UNIDADES	2.732	\$ 1,00	\$ 32.783,35
Paletas	FUNDAS DE 24 UNIDADES	1.821	\$ 0,40	\$ 8.742,23
Otros	CAJAS DE 12 UNIDADES	3.643	\$ 0,70	\$ 30.597,79
	TOTAL	18.213		\$ 129.494,23

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 44 Presupuestos de Ventas.

PRODUCTOS	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Total
Chocolate Negro	\$ 32.783,35	\$ 33.766,85	\$ 34.779,86	\$ 35.823,25	\$ 36.897,95	\$174.051,26
Chocolate Blanco	\$ 24.587,51	\$ 25.325,14	\$ 26.084,89	\$ 26.867,44	\$ 27.673,46	\$130.538,44
Bombones	\$ 32.783,35	\$ 33.766,85	\$ 34.779,86	\$ 35.823,25	\$ 36.897,95	\$174.051,26
Paletas	\$ 8.742,23	\$ 9.004,49	\$ 9.274,63	\$ 9.552,87	\$ 9.839,45	\$ 46.413,67
Otros	\$ 30.597,79	\$ 31.515,73	\$ 32.461,20	\$ 33.435,03	\$ 34.438,09	\$162.447,84
TOTAL	\$129.494,23	\$133.379,06	\$137.380,43	\$141.501,84	\$145.746,90	\$687.502,46

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Los ingresos por las ventas de chocolate, se realizarán el 50% en Efectivo y el otro 50% a Crédito en las tiendas o despensas que se asignaran como puntos de ventas o distribución.

CUADRO N° 45 Ingresos por Ventas.

PRODUCTOS	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Ventas en efectivo	\$ 64.747,12	\$ 66.689,53	\$ 68.690,22	\$ 70.750,92	\$ 72.873,45
Ventas a Crédito	\$ 64.747,12	\$ 66.689,53	\$ 68.690,22	\$ 70.750,92	\$ 72.873,45
Total	\$ 129.494,23	\$ 133.379,06	\$ 137.380,43	\$ 141.501,84	\$ 145.746,90

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.14 ESTUDIO FINANCIERO.

El estudio financiero de este proyecto tiene como fin buscar la factibilidad de negocio, además sus estudios técnicos, estudio de mercado, equipamiento del negocio, determinar las fuentes de financiamiento, la distribución óptima de los recursos, prever el tiempo de recuperación y tratar de alcanzar las ganancias necesarias.

4.14.1 Balance General Projectados.

Se cuenta con técnicas de pronóstico que podrían servir para hacer proyecciones de cifras útiles en la proyección, todos los estados financieros que el proyecto va a desarrollarse a cinco años para tal efecto se utilizará el estado de resultados, el estado de flujo de efectivo y el balance general.

CUADRO N° 46 Estado Balance Projectado.

	Inicial	2014	2015	2016	2017	2018
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE	3.000,00	90.697,61	101.112,54	111.236,06	119.898,15	128.613,40
DISPONIBLE	3.000,00	25.950,49	34.423,01	42.545,84	49.147,23	55.739,95
Bancos	3.000,00	25.950,49	34.423,01	42.545,84	49.147,23	55.739,95
EXIGIBLE	0,00	64.747,12	66.689,53	68.690,22	70.750,92	72.873,45
Cuentas por Cobrar		64.747,12	66.689,53	68.690,22	70.750,92	72.873,45
ACTIVO NO CORRIENTE	26.115,04	21.166,30	21.219,62	20.996,62	24.148,61	23.925,60
ACTIVO FIJO	25.000,00	20.274,27	20.550,60	20.550,60	23.925,60	23.925,60
ACTIVO FIJO TANGIBLE	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
Equipos de Computación	4.020,00	4.020,00	4.020,00	4.020,00	4.020,00	4.020,00
Equipos de oficina	3.005,00	3.005,00	3.005,00	3.005,00	3.005,00	3.005,00
Muebles de Oficina	3.253,00	3.253,00	3.253,00	3.253,00	3.253,00	3.253,00
Terreno	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Maquinarias	4.722,00	4.722,00	4.722,00	4.722,00	4.722,00	4.722,00
Depreciación acumulada		-4.725,73	-4.449,40	-4.449,40	-1.074,40	-1.074,40
OTROS ACTIVOS						
PAGOS ANTICIPADOS		892,03	669,02	446,02	223,01	0,00
Gastos de constitución	1.115,04	1.115,04	1.115,04	1.115,04	1.115,04	1.115,04
Amortización gastos de constitución	0,00	-223,01	-446,02	-669,02	-892,03	-1.115,04
Total gastos de amortización	1.115,04	892,03	669,02	446,02	223,01	0,00
Total activo	29.115,04	112.755,94	123.001,18	132.678,69	144.269,76	152.539,00
PASIVOS	Inicial	2014	2015	2016	2017	2018
PASIVO CORRIENTE	0,00	70.425,40	65.950,19	62.350,11	65.379,47	60.215,38
CUENTAS POR PAGAR	0,00	70.425,40	65.950,19	62.350,11	65.379,47	60.215,38
Cuentas por pagar proveedores		58.877,25	55.947,31	52.840,41	58.003,74	54.623,40
15% Participación		5.013,67	4.452,32	4.232,80	3.282,97	1.803,09
Impuestos por pagar		6.534,48	5.550,56	5.276,89	4.092,77	3.788,89
PASIVOS A LARGO PLAZO	25.000,00	16.339,20	11.380,39	5.949,00	0,00	0,00
Préstamos bancarios	25.000,00	16.339,20	11.380,39	5.949,00	0,00	0,00
Total pasivo	25.000,00	86.764,60	77.330,58	68.299,11	65.379,47	60.215,38
PATRIMONIO						
Capital Social (Acc. Comunes)	4.115,04	4.115,04	4.115,04	4.115,04	4.115,04	4.115,04
Utilidades Retenidas		0,00	21.876,30	41.555,56	60.264,54	74.775,25
Utilidad Perdida Ejercicio		21.876,30	19.679,27	18.708,98	14.510,71	13.433,33
Total Patrimonio	4.115,04	25.991,34	45.670,60	64.379,58	78.890,29	92.323,62
Total Pasivo + Patrimonio	29.115,04	112.755,94	123.001,18	132.678,69	144.269,76	152.539,00

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

4.14.2 Estado de resultados proyectado.

En primera instancia se refiere a los estados de resultados proyectados de la operación de un negocio para un periodo, deduciendo de todas las ventas durante el año, los costos, los gastos administrativos, de ventas y financieros se ven reflejados en el estado de resultados que muestren datos.

Se puede apreciar el costo de producción que ha generado el proceso productivo de los chocolates artesanales, así también se aprecian los gastos de operación, los gastos financieros, los gastos de venta, los impuestos y utilidades repartidas, siempre y cuando los ingresos superan a los gastos, en casos contrario existirán pérdidas.

CUADRO N° 47 Estado de Resultado Proyectado.

CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018	Acumulado
Ventas	129.494,23	133.379,06	137.380,43	141.501,84	145.746,90	687.502,46
Costo de Ventas	47.633,03	53.020,43	56.248,64	59.813,05	63.262,00	279.977,16
Utilidad Bruta	81.861,20	80.358,63	81.131,79	81.688,79	82.484,89	407.525,30
Gastos de Operación	46.054,26	48.687,89	51.355,99	58.717,80	61.656,52	266.472,47
Gastos de Administración	25.427,88	27.165,12	28.697,75	33.680,64	35.367,51	150.338,89
Gastos de Venta	20.626,37	21.522,78	22.658,25	25.037,16	26.289,02	116.133,57
Utilidad antes de intereses e impuestos	35.806,94	31.670,74	29.775,80	22.971,00	20.828,37	141.052,84
Intereses Pagados	2.382,50	1.988,58	1.557,13	1.084,55	566,94	7.579,70
Utilidad antes de impuestos	33.424,44	29.682,15	28.218,67	21.886,44	20.261,43	133.473,14
Participación de trabajadores	5.013,67	4.452,32	4.232,80	3.282,97	3.039,21	20.020,97
Impuestos	6.534,48	5.550,56	5.276,89	4.092,77	3.788,89	25.243,58
Utilidad Neta	21.876,30	19.679,27	18.708,98	14.510,71	13.433,33	88.208,58
Utilidad Para accionistas comunes	21.876,30	19.679,27	18.708,98	14.510,71	13.433,33	88.208,58

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.14.3 Flujo de Efectivo Proyectado.

El flujo de efectivo proyectado tiene su importancia en la información financiera sobre el comportamiento de los resultados en los diferentes periodos, los mismos que sirven para tomar una decisión adecuada sobre los desembolsos priorizando gastos.

CUADRO N° 48 Flujo de Efectivo Proyectado.

CUENTAS	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Acumulado
Saldo Inicial	\$ 3.000,00	25.950,49	\$ 34.423,01	\$ 42.545,84	\$ 49.147,23	
INGRESOS						
Cuentas x cobrar	\$129.494,23	\$ 133.379,06	\$ 137.380,43	\$ 141.501,84	\$ 145.746,90	\$ 687.502,46
Total Ingresos	\$ 129.494,23	\$ 133.379,06	\$ 137.380,43	\$ 141.501,84	\$ 145.746,90	\$ 687.502,46
EGRESOS						
Materia Prima	\$ 5.065,86	\$ 8.374,47	\$ 9.421,28	\$ 10.468,09	\$ 11.514,90	\$ 44.844,61
Mano de obra	\$ 19.654,84	\$ 20.637,58	\$ 21.669,46	\$ 22.752,93	\$ 23.890,58	\$ 108.605,40
Costos indirectos de fabricación	\$ 22.633,41	\$ 23.729,45	\$ 24.878,97	\$ 26.084,61	\$ 27.349,11	\$ 124.675,55
Gastos de Administración	\$ 20.479,14	\$ 22.492,71	\$ 24.025,34	\$ 32.383,23	\$ 34.070,10	\$ 133.450,52
Gastos de Venta	\$ 19.624,71	\$ 20.336,11	\$ 21.471,58	\$ 25.037,16	\$ 26.289,02	\$ 112.758,57
Gastos de Constitución	\$ 1.115,04					\$ 1.115,04
15 % participación	\$ -	\$ 5.013,67	\$ 4.452,32	\$ 4.232,80	\$ 3.282,97	\$ 16.981,76
Impuestos	\$ -	\$ 6.534,48	\$ 5.550,56	\$ 5.276,89	\$ 4.092,77	\$ 21.454,70
Préstamos Bancarios(Principal)	\$ 4.133,44	\$ 4.527,36	\$ 4.958,81	\$ 5.431,39	\$ 5.949,00	\$ 25.000,00
Préstamos Bancarios(Intereses)	\$ 2.382,50	\$ 1.988,58	\$ 1.557,13	\$ 1.084,55	\$ 566,94	\$ 7.579,70
TOTAL EGRESOS	\$ 95.088,94	\$ 113.634,41	\$ 117.985,46	\$ 132.751,66	\$ 137.005,38	\$ 596.465,85
Disponibile	\$ 37.405,29	\$ 57.149,94	\$ 76.544,91	\$ 85.295,09	\$ 94.036,62	\$ 91.036,62
Saldo final	\$ 37.405,29	\$ 57.149,94	\$ 76.544,91	\$ 85.295,09	\$ 94.036,62	\$ 91.036,62

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.15 EVALUACIÓN FINANCIERA.

4.15.1 Inversión.

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

En la valoración económica del dinero pueden existir elementos perceptibles por una comunidad como perjuicio o beneficio, pero que al momento de su ponderación en unidades monetarias que se va a ocupar para que sea imposible o altamente difícil materializarlo.

4.15.2 Inversión Inicial.

La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.

Los activos tienen tres rubros principales que describen el total en el Balance Inicial, esto es: Disponible \$ 3.000,00, por activo fijo tangible \$25.000,00 y los pagos anticipados por un valor de \$ 1.115,04, obteniendo un total de \$29.115,04 que representa el total del Activo.

En los valores por el pasivo se tiene como resultado el valor del préstamo bancario por \$25.000,00, y el capital social por \$ 4.115,04; por un valor total de \$29.115,04.

CUADRO N° 49 Balance Inicial

ACTIVOS

ACTIVO CORRIENTE		3.000,00
DISPONIBLE	3.000,00	
Bancos	3.000,00	
ACTIVO NO CORRIENTE		26.115,04
ACTIVO FIJO	25.000,00	
ACTIVO FIJO TANGIBLE	25.000,00	
Equipos de Computación	4.020,00	
Equipos de oficina	3.005,00	
Muebles de Oficina	3.253,00	
Terreno	10.000,00	
Maquinarias	4.722,00	
OTROS ACTIVOS		
PAGOS ANTICIPADOS		
Gastos de constitución	1.115,04	
Total gastos de amortización	1.115,04	
TOTAL ACTIVO		29.115,04

PASIVOS

Inicial

PASIVO CORRIENTE	0,00
CUENTAS POR PAGAR	0,00
PASIVOS A LARGO PLAZO	25.000,00
Préstamos bancarios	25.000,00
Total pasivo	25.000,00

PATRIMONIO

Capital Social (Acc. Comunes)	4.115,04
Total Patrimonio	4.115,04
Total Pasivo + Patrimonio	29.115,04

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.15.3 Cash Flow.

El Cash Flow Operativo así definido proporciona información sobre la liquidez que la empresa tiene para hacer frente al pago de los intereses generados por su nivel de endeudamiento. Para muchos analistas financieros, un Cash Flow Operativo negativo es una señal de alarma sobre la liquidez de la empresa y pone de manifiesto un nivel de endeudamiento excesivo. El Cash Flow Disponible (CFD) es un indicador de los recursos financieros no comprometidos que se generan en un período dado, es decir, del dinero que los propietarios de la empresa podrían sacar de la misma sin poner en peligro la continuidad del negocio.

CUADRO N° 50 El Cash Flow Disponible (CFD).

CUENTAS	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Acumulado
Total Ingresos	\$ 129.494,23	\$ 133.379,06	\$ 137.380,43	\$ 141.501,84	\$ 145.746,90	\$ 687.502,46

Fuente: Trabajo de Investigación

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.15.4 Cash Free.

Se define como el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (interés de la deuda + principal de la deuda) de la empresa después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en **necesidades operativas de fondos (NOF)**.

CUADRO N° 51 Necesidades Operativas de Fondos (NOF).

CUENTAS	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Acumulado
Disponible	\$ 37.405,29	\$ 57.149,94	\$ 76.544,91	\$ 85.295,09	\$ 94.036,62	\$ 91.036,62

Fuente: Trabajo de Investigación

Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.15.5 Punto de Equilibrio.

Es el nivel de producción en el que los beneficios son iguales a la suma de los costos y gastos fijos y los variables, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida, con la venta de 10.397 UNIDADES.

CUADRO N° 52 Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN / PERÍODOS	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Unidades Vendidas	18213	29141	32783	36426	40069
Costos fijos totales	47633,03	53020,43	56248,64	59813,05	63262,00
Costo Promedio	2,62	0,17	0,17	0,17	0,17
Costos variables totales	46054,26	48687,89	51355,99	58717,80	61656,52
Costo Promedio	2,53	1,67	1,57	1,61	1,54
Costos Totales	93687,29	101708,32	107604,64	118530,85	124918,53
Costo Total Unitario	5,14	3,49	3,28	3,25	3,12
Ventas Totales	129494,23	133379,06	137380,43	141501,84	145746,90
Precio	7,11	4,58	4,19	3,88	3,64
P. E. Unidades Físicas	10397	18243	21436	26318	30144
P. E. Unidades Monetarias	73923,84	83501,21	89828,69	102237,78	109646,80

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Nota aclaratoria: Son 18.213 unidades (Chocolate Negro-Chocolate Blanco-Bombones-Paletas-Otros), por lo que el punto de equilibrio se estima en una venta de \$7,11 por día). Luego para el siguiente año se reduce por la capacidad instalada.

CUADRO N° 53 Descripción del Punto de Equilibrio.

Precio de Venta Unitario de Caja	7,11
Unidades Vendidas	18213
Ingreso Total	129494,23
Costo Fijo Total	47633,03
Costo Variable Total	46054,26
Costo Variable Unitario = CVT/Unid Vendidas)	2,53
Cantidad de Equilibrio CFT/(PV-CVU)	10397
Valor Monetario de Equilibrio CF/(1-CV/VT)	73923,84

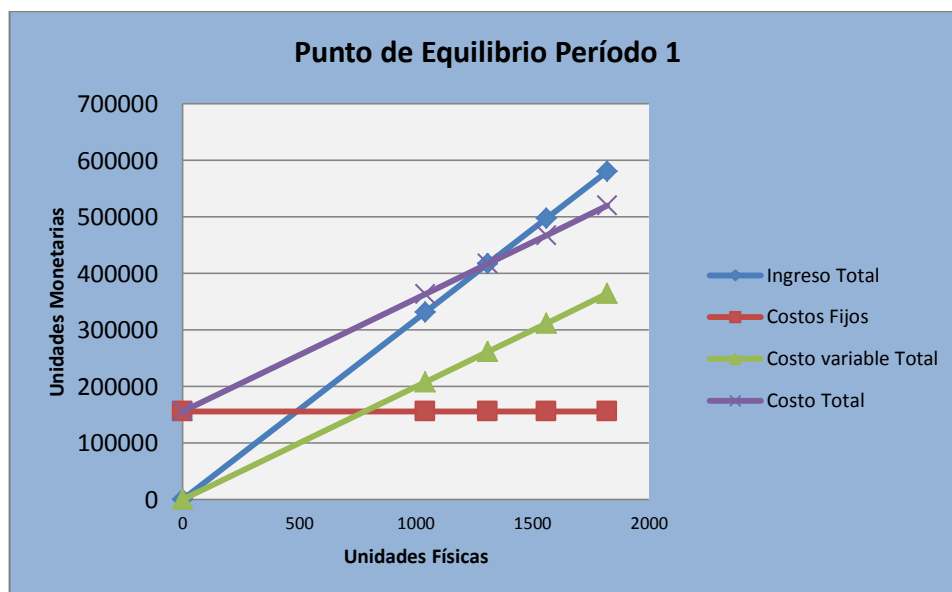
Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 54 Punto de equilibrio para Año 1

Precio de Venta Unitario	Cantidad	Ingreso Total	Costos Fijos	Costo variable Unitario	Costo variable Total	Costo Total
7,11	0	0	47.633,03	2,53	0,00	47.633,03
7,11	8.318	59.139,07	47.633,03	2,53	21.032,64	68.665,67
7,11	10.397	73.923,84	47.633,03	2,53	26.290,80	73.923,84
7,11	12.477	88.708,60	47.633,03	2,53	31.548,96	79.182,00
7,11	13.516	96.100,97	47.633,03	2,53	34.178,04	81.811,08

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

ILUSTRACIÓN N° 8 Punto de Equilibrio Período Año 1



Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.15.6 Decisión de inversión: VAN y TIR:

La Evaluación Financiera demuestra la factibilidad y rentabilidad que ocasiona el implantar este nuevo negocio de las proyecciones financieras, por lo que es necesario tener una visión amplia y profunda para tomar la mejor decisión una vez hecho el respectivo análisis.

CUADRO N° 55 Determinación de valores futuros

CUENTAS	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Acumulado
Utilidades de Ejercicio	\$21.876,30	\$ 19.679,27	\$ 18.708,98	\$ 14.510,71	\$ 13.433,33	\$ 88.208,58
Depreciación	\$ -4.725,73	\$ -4.449,40	\$ -4.449,40	\$ -1.074,40	\$ -1.074,40	\$ -15.773,33
Amortizaciones	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 223,01	\$ 1.115,04
Flujos Futuros	\$17.373,57	\$ 15.452,88	\$ 14.482,59	\$ 13.659,32	\$ 12.581,94	\$ 73.550,29

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

CUADRO N° 56 Flujos Futuros

Flujos Futuros	Valores
Año 1	\$ 17.373,57
Año 2	\$ 15.452,88
Año 3	\$ 14.482,59
Año 4	\$ 13.659,32
Año 5	\$ 12.581,94

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.15.6.1 Método de Recuperación.

El método de recuperación de la inversión, es el criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado.

CUADRO N° 57 Método de Recuperación

Tasa de Descuento (Ccpp)	13,31%
Inversión Inicial	29.115,04
Tiempo promedio de recuperación	2AÑOS

Inversión Inicial	29.115,04		
Flujos Futuros	Valores		
Año 1	17.373,57	17.373,57	
Año 2	15.452,88	11.741,47	
Año 3	14.482,59	17.373,57	1,20
Año 4	13.659,32		14,40
Año 5	12.581,94		3,90

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

Tiempo de Recuperación del Proyecto: 2 años.

4.15.6.2 Método del VAN.

Traemos los valores futuros a valor presente descontándolos a la tasa de costo de capital promedio ponderada y los préstamos de la inversión inicial.

Capitalizamos:

- si el VAN es mayor a 0 es aceptado
- si el VAN es menor a 0 es rechazado

CUADRO N° 58 Método VAN

Inversión Inicial		\$ 29.115,04
Flujos Futuros	Valores	
Año 1	\$ 17.373,57	\$ 15.650,48
Año 2	\$ 15.452,88	\$ 12.539,69
Año 3	\$ 14.482,59	\$ 10.586,74
Año 4	\$ 13.659,32	\$ 8.994,64
Año 5	\$ 12.581,94	\$ 7.463,47
	\$ 55.235,02	\$ 55.235,02
VAN		\$ 83.074,59

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones Cujilán

4.15.6.2 Método del TIR.

El TIR sirve para evaluar un proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, también es la tasa de descuento que iguala el valor equivalente de una alternativa de flujos de entrada de efectivo (ingresos o ahorros) al valor equivalente de flujos de salientes de efectivo (egreso, incluidos los costos de inversión). Criterio de aceptación:

- Si la TIR es > Costo Capital Promedio Ponderado se acepta.
- Si la TIR es < Costo Capital Promedio Ponderado se rechaza.

CUADRO N° 59 Método del TIR.

Tasa de Descuento (Ccpp)	11,01%	
	Flujos Futuros	Valores
	0	-29.115,04
	1	17.373,57
	2	15.452,88
	3	14.482,59
	4	13.659,32
	5	12.581,94
		55.235,02
	VAN	\$ 83.074,59
	TIR	45%

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Sedy Briones.

Según los métodos de evaluación financiera antes realizada se determina que el proyecto de inversión es viable.

4.16 IMPACTO AMBIENTAL.

El estudio ambiental consiste en la evaluación de las actividades y tareas de la propuesta, frente a los potenciales impactos en el medio ambiente natural y social en el área de influencia y con base en el enfoque de la sostenibilidad ambiental, consiste en identificar y describir cada una de las tareas, valorar los aspectos e impactos ambientales, según el grado de comportamiento y definir medidas para reducir, mitigar, corregir o compensar los impactos.

Los aspectos ambientales que se deben también considerar son los siguientes:

- Fuentes de consumo de agua.
- Vertimientos y sistemas de disposición.
- Residuos sólidos.
- Uso de recursos renovables.
- Ecosistemas naturales en zona de influencia directa.
- Otros sistemas productivos.

4.16.1 El Reciclaje.

Al hablar del reciclaje se refiere a los subproductos del proyecto, es decir de aquellos bienes o servicios que se deriva los productos principales y que deban ser aprovechados para mejorar la rentabilidad de la inversión.

Los productos que se derivan del proceso productivo principal son el chocolate en polvo que puede ser comercializado en una buena presentación de envoltura y que permitan que el producto se mantenga intacto que tenga buena acogida en el mercado local.

4.17 PLAN DE ACCIÓN

ILUSTRACIÓN N° 9 Plan de Acción

Problema Principal: ¿Cómo influye el estudio técnico a los recursos empresariales de la empresa artesanal de elaboración de productos de chocolate?				
Objetivo General: Analizar la influencia del estudio técnico, administrativo, mercado y financiero de los recursos empresariales, identificando la función de la producción para contribuir en la creación de una fábrica de chocolate artesanal				
Propósito del Proyecto: Creación de una empresa artesanal dedicada a la elaboración y comercialización de chocolate con inversión privada				Indicador: Inversión
Fin del proyecto: Diseñar un modelo de diversificación y comercialización de productos de chocolates de una empresa artesanal.				Indicador: Diversificación y comercialización
Coordinador del Proyecto: Srta. Sindy Briones Cujilán				
Variables	Objetivos	Objetivos Estratégicos	Responsable	Costos
Inversión Privada	Elaborar un estudio de mercado para establecer demandas	Determinar el nivel de ingresos de los potenciales clientes mediante una investigación de mercado para definir qué precio estarían dispuestos a pagar por los productos a ofrecer	Coordinador del Proyecto	\$ 1000,00
		Efectuar un estudio técnico para determinar la producción del chocolate.	Coordinador del Proyecto	\$ 1500,00
	Desarrollar técnicas adecuadas para la elaboración artesanal de chocolate y satisfaga los gustos de potenciales clientes	Crear una marca, imagen, mediante las estrategias de comercialización para el posicionamiento en el mercado de la Empresa Sweets Choco Cía. Ltda.	Coordinador del Proyecto	\$ 1500,00
Diversificación de productos y comercialización	Establecer los requerimientos de equipamientos para el eficiente desarrollo de la manufactura chocolatera.	Establecer una evaluación financiera para determinar la factibilidad de la propuesta artesanal.	Coordinador del Proyecto	\$ 1000,00
	Evaluar financieramente el proyecto.	Identificar los aspectos importantes para una evaluación del impacto ambiental de la propuesta	Coordinador del Proyecto	\$ 1000,00
TOTAL GENERAL				\$ 6.000,00

Fuente: Proyecto de investigación
Elaborado por: Sindy Briones Cujilán

CONCLUSIONES.

Al finalizar el proyecto he llegado a las siguientes conclusiones:

- Es un proyecto innovador, el mercado de los chocolates es un mercado que no está explotado, por esta razón tendrá una excelente acogida, generando las expectativas necesarias para la inversión en este tipo de emprendimientos en el corto plazo.
- El servicio y la buena atención serán los que ayuden a mejorar las ventas, según los análisis que se efectuaron a las encuestas realizadas, para satisfacer los gustos y preferencias en el consumo del chocolate artesanal.
- El mercado del Cantón Playas, es una plaza que está dispuesta a consumir chocolates artesanales y a conocer nuevos productos a base de chocolates, sean estos negro \$ 0,50, blanco \$ 0,45, bombones \$ 1,00; paletas a \$0,40 y las nutelas a \$ 0,70, siendo estos precios accesibles para toda condición económica.
- El Impacto ambiental realizado ubica a la propuesta en la Categoría II, siendo una propuesta que no afectan al medio ambiente ni directa ni indirectamente.
- Por último es un proyecto con un futuro muy prometedor puesto que es innovador, buena ubicación, buenos precios, producto de calidad y lo mejor rentabilidad.

RECOMENDACIONES.

- Se debe cumplir lo expuesto en el proyecto para poder alcanzar las metas económicas sin dificultades, los proveedores deben ser de excelente calidad para no dañar el producto final, apoyando el espíritu emprendedor de la comunidad del cantón, implica que debe ser como prototipo para replicar el mismo, recomendando a los interesados aprovechar el momento actual en el país.
- En la estructura organizacional es necesario reclutar y seleccionar personal calificado para no tener inconvenientes en la parte productiva, debido a que es un producto artesanal, generando nuevas fuentes de trabajo para los profesionales del cantón Playas
- Cuidar al cliente para poder tener mayores réditos económicos con clientela segura, es de vital importancia mantener la calidad del producto para que el cliente se sienta satisfecho, de esta manera se cubre la demanda insatisfecha de chocolates artesanales del cantón Playas.
- Esta propuesta genera un bajo impacto ambiental, porque está ubicado en la Categoría II, recomendando este tipo de propuesta porque que no afectan al medio ambiente ni directa ni indirectamente, sin embargo es necesario mantener un programa de reciclaje de los desechos generados por el mismo.
- Con la determinación del TIR de 45% y el VAN a 5 años de \$ 23.232,92, la creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolate en el cantón General Villamil Playas, es factible por lo que esta propuesta crea fuente de trabajos, dinamiza la economía.

BIBLIOGRAFÍA

- Arbones, E. (1989). *Ingeniería económica*. Barcelona - España.
- Baena, D. (2010). *Análisis financiero: Enfoque proyecciones financieras*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Baguer, Á., & De Zarraga, M. (2012). *Dirige*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Banco Central de Reserva, P. (2011). *Glosario de Términos Económicos*. Perú: BCRP-2011.
- Becktt. S. T. (2012). *Fabricación y utilización Industrial de chocolates*. Argentina: Acribia.
- Bermudez, S. (2009). *Estrategias de Precios*.
- Cacao, A. N. (2007). Elaboración MAG/DPDA.
- Cacao, A. N. (2008). Boletín Técnico Ecuador. *Anecacao*.
- Castillo, A. V. (8 de Noviembre de 2012). *Marketing*. Recuperado el 1 de Febrero de 2013, de <http://marketingcr.bligoo.es/estrategias-para-fijacion-de-precios>
- Chiavenato, I. (2010). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Daft Richard. (2011). *Teoría y diseño organizacional*. México: Cengage Learning.
- DefinicionesABC.com. (s.f.). *DefinicionesABC.com*. Recuperado el 18 de Agosto de 2014, de <http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>
- Dessler. (2008). *Administración de Personal*. México Distrito Federal: Trillas.
- Diccionario de la Real Academia Española. (s.f.). Recuperado el 16 de Agosto de 2014, de <http://www.rae.es/>
- Duarte, J., & Fernandez, L. (2005). *Finanzas operativas, un coloquio*. Mexico: Herberto Ruz.
- E.MENDEZ A, C. (2006). *Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de investigación*. España: Limusa, Tercera Edición.
- Enrique B.F., B. F. (1998). *Organización de Empresas, análisis, diseño y estructura*. México: McGraw Hill INTERAMERICANA EDITORES.
- Estrategias de Inversión. (25 de Junio de 2012). *Estrategias de Inversión*. Recuperado el 15 de Junio de 2014, de

<http://www.estrategiasdeinversion.seguimientoeficaz.com/tag/que-es-inversion-privada-definicion/>

- Federico, P. (2000). *Manual de sociedades*. Ediciones Jurídicas Cuyo.
- Gitman, L., & Joehnk, M. (2005). *Fundamentos de inversiones*. Madrid: Pearson Educación.
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Bogota: Convenio Andres Bello.
- Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social - ILPES. (2003). *Bases Conceptuales para el Ciclo de Cursos sobre Gerencia de Proyectos y Programas*. United nations Publications.
- Kotler, P. (2008). *Dirección de Marketing*. Decima Edición.
- Longenecker, J. (2007). *Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor*. Ediciones Thomson.
- Mario, P. (2002). *199 Preguntas sobre marketing*. Bogotá: Editorial Norma.
- Martner, R., & Tromben, V. (2005). *Opciones para enfrentar el sesgo anti-inversión pública*. United Nation Publications.
- Medina, J. (2010). *Derecho Civil: Aproximación Al Derecho, Derecho de Personas*. Universidad del Rosario.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel*. ECOE EDICIONES.
- Montalván, C. (2000). *Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa*. Universidad Iberoamericana.
- Murphy, J. (2003). *Análisis técnico de los mercados financieros*. España: Gestión 2000.
- Nestlé. (2008). Análisis de mercado y marketing de una empresa de choco. *Universidad Roviria Virgili*, 26.
- PNDBV, E. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir*. Quito: Registro Oficial.
- Puchol, L. (2007). *Dirección y gestión de recursos humanos*. Ediciones Díaz de Santos.
- Quevedo, I. (2004). *Derecho Mercantil*. México: Pearson Educación.

- Ramírez, E., & Cajigas, M. (2004). *Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica*. Universidad Nacional de Colombia.
- Rubio, P. (2005). *Manual de análisis financiero*. Juan Carlos Martínez Coll.
- Sapag, N. (2001). *Evaluación de proyectos de inversión en la empresa*. Pearson Educación.
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación .
- Sepúlveda, C. (1995). *Diccionario de Terminos Economicos*. Editorial Universitaria.
- Sulser, R. (2004). *Exportación Efectiva*. Mexico : Ediciones Fiscales ISEF.
- Zapata, A. D. (2008). *Análisis y diseño organizacional de la estructura funcional a la organización vacía*. Cali Colombia: Universidad del Valle.

ANEXOS

ANEXO N° 1 Formulario de Encuesta

Encuesta para determinar la creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolates “SWEET-CHOCO” en el cantón Playas provincia del Guayas, año 2014.

Objetivo; Analizar la influencia del estudio técnico a los recursos empresariales, identificando la función de la producción para contribuir con la utilización óptima de los insumos.

Genero

Edad

Educación

Ingresos

Instructivo; Marque con una X las respuestas que Ud. considere más apropiada.

De acuerdo 4

Poco de acuerdo 3

Relativamente de acuerdo 2

No está de acuerdo 1

Preguntas	1	2	3	4
1. ¿Considera Ud. Que se deba implementar la creación de una empresa artesanal de elaboración y comercialización de productos a base de chocolates en el cantón Playas?				
2. ¿Considera Ud. Que con la creación de una empresa artesanal dedicada a la elaboración de productos a base de chocolate existan mayores fuentes de trabajo?				
3. ¿Considera Ud. Que sería favorable para el mercado consumidor del Cantón, que existan a disposición chocolates elaborados de manera artesanal?				
4. ¿Considera Ud. Que sería adecuado utilizar diseños, modelos y motivos decorativos de acuerdo a la				

<p>ocasión como moldes para la elaboración de los chocolates?</p> <p>5. ¿Considera Ud. Que el proceso productivo para la elaboración de chocolates no necesariamente requieren una gran inversión en maquinarias y que por el contrario se puede desarrollar en forma artesanal?</p> <p>6. ¿Considera Ud. Que en el Cantón Playas están dadas las condiciones necesarias para la creación de una empresa artesanal para la producción de chocolates?</p> <p>7. ¿Considera Ud. Que la creación de la chocolates contribuirá a satisfacer de mejor manera la demanda de dichos productos en el Cantón?</p> <p>8. ¿Considera Ud. Que una nueva marca de chocolates de buna calidad y a precio económico tendría ventajas competitivas en el Cantón Playas?</p> <p>9. ¿Considera Ud. Que junto con el plan de producción de los chocolates debería desarrollarse paralelamente un plan de comercialización?</p> <p>10. ¿Considera Ud. Que un plan de marketing adecuado contribuirá a una mayor viabilidad, y rentabilidad en la comercialización de los chocolates?</p> <p>11. ¿Considera Ud. Que el mercado consumidor de chocolates esta adecuadamente atendido por la oferta local?</p> <p>12. ¿Considera Ud. Que la creación de una empresa de chocolates en el cantón debe tener el apoyo de las entidades públicas locales?</p> <p>13. ¿Considera Ud. Que la demanda de chocolates en el Cantón Playas es adecuada y está creciendo para la participación de una nueva oferta de dicho producto?</p> <p>14. ¿Considera Ud. Que determinar cómo domicilio de la empresa de chocolates la cabecera cantonal de Playas, General Villamil?</p> <p>15. ¿Considera Ud. Que la producción artesanal de un producto, observado todas las normas de salubridad, da como resultado un chocolates más orgánico y sin tantos químicos?</p>				
---	--	--	--	--

ANEXO N° 2 Fotos de Encuesta



Realizando las encuestas



Realizando las encuestas a la comunidad

ANEXO N° 3 Productos hechos con cacao



ANEXO N° 4 Producto Cacao

Manteca de Cacao



Fuente: Imágenes-Google

Polvo de Chocolate



Fuente: Imágenes-Google

ANEXO N° 5 Proveedor de Materia Prima

Nombre: Hacienda Victoria

Sitio web: www.hacienda-victoria.com



Fuente: Imágenes-Google

A 45 minutos de Guayaquil, viene produciéndose cacao, precisamente en la zona rural de la parroquia Progreso-Cerecita. En enero del 2012, pudo hacerse una primera cosecha en plantas cuya altura controlada no llega a los 2 metros, obteniendo el asombroso resultado de 0.25 toneladas (5.10 Quintales) de cacao seco en los primeros 24 meses; cuando las estadísticas regionales de cacao de alto rendimiento registran 40 quintales por hectárea (ha) en 5 años.

Nombre: Hacienda “El Castillo”

Sitio web: www.haciendaelcastillo.com



ANEXO N° 6 Carta Aval



CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO



Oficio CDEYAE- AT-009-2014

La Libertad, Noviembre 06 de 2014

Señora Ingeniera

MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.

DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Por medio del presente, comunico a usted:

Luego de la evaluación del Proyecto presentado por la estudiante BRIONES CUJILÁN SENDY PILAR, denominado CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATES EN EL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS AÑO 2015, se encuentra dentro de los sectores priorizados de la Agenda de Desarrollo Productivo del Gobierno Nacional, por lo tanto a través del Centro y con el apoyo de las diferentes entidades de Gobierno, es posible la puesta en marcha de dicho proyecto.

Atentamente

Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

COORDINADORA
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO

C.C. Archivo

ANEXO N° 7 Carta de Gramatólogo

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Yo, Magíster. Oswaldo Flavio Castillo Beltrán. Certifico: Que he revisado la redacción y ortografía del contenido del proyecto educativo: **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA ARTESANAL DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE EN EL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, AÑO 2015”**, elaborado por la egresada. Srta. Briones Cujilán Sindy Pilar, previo a la obtención del título de: **INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**.

Para efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes
- La acentuación es precisa
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción
- Hay concreción y exactitud en las ideas
- No incurre en errores en la utilización de las letras
- La aplicación de la Sinonimia es correcta
- Se maneja con conocimiento y precisión de la morfosintaxis
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto es de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como Magíster en Docencia y Gerencia en Educación Superior, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA de su tesis previo a la obtención del Título de Ingeniera y deja a vuestra consideración el certificado de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,



Dr. Oswaldo Castillo Beltrán. Mg
Registro SENESCYT 1006-11-733293
Cuarto Nivel