



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE CACAO
(Theobroma cacao) PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE
EN LA COMUNA DOS MANGAS DE LA PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del TÍTULO de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: MARJORIE GENOVEVA CHILÁN PERERO

TUTOR: ECON. HERMELINDA COCHEA TOMALÁ.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE CACAO
(Theobroma cacao) PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE
EN LA COMUNA DOS MANGAS DE LA PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del TÍTULO de:

**INGENIERA EN DESARROLLO
EMPRESARIAL**

AUTOR: MARJORIE GENOVEVA CHILÁN PERERO

TUTOR: ECON. HERMELINDA COCHEA.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Martes 31 de Octubre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE CACAO (Teobroma cacao) PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE EN LA COMUNA DOS MANGAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”, elaborado por la Srta. Marjorie Genoveva Chilán Perero, egresada de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado la tesis, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Econ. Hermelinda Del Rocío Cochea Tomalá
TUTOR

DEDICATORIA

En primer lugar el trabajo de Titulación es dedicado a Dios, nuestro Padre Celestial por darme las fuerzas de terminar este proyecto.

En segundo lugar a mis PADRES por ser los pilares de fuerzas que me motivaron a no defraudarlos en mi formación, A ellos por brindarme su apoyo incondicional y por el esfuerzo que hicieron por todos estos años para culminar mi carrera profesional.

(Marjorie Chilán Perero)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS nuestro padre celestial por permitir que este proyecto se culmine con total satisfacción. A la Universidad Estatal Península de Santa Elena y a los DIRECTIVOS de la Carrera de Ciencias Administrativas, institución que me abrió las puertas para prepararme profesionalmente.

A mis DOCENTES de la institución por impartir sus conocimientos de enseñanzas, por la paciencia que me tuvieron en cada año de clases donde me brindaron las herramientas necesarias para lograr este proyecto de investigación.

A mi TUTORA, Econ. Hermelinda Cochea por ser la guía principal en este proyecto, al ESPECIALISTA, al GRAMATÓLOGO, por la paciencia que me tuvieron para la culminación del proyecto de investigación.

(Marjorie Chilán Perero)

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. Hermelinda Cochea Tomalá.
PROFESOR - TUTOR

Econ. Irene Palacios Baúz, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE CACAO
(Theobroma cacao) PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE
EN LA COMUNA DOS MANGAS DE LA PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

Autor: Marjorie Genoveva Chilán Perero.

Tutor: Econ. Hermelinda Cochea Tomalá.

RESUMEN

El presente proyecto tiene la finalidad de realizar un estudio, diseñar, construir y ejecutar una creación de una Microempresa procesadora de cacao (theobroma cacao) para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena, utilizando la materia prima como es el cacao fino aroma producido en la Comuna Dos Mangas. Esta investigación de la creación de la Microempresa es con el objetivo de reunir la producción de los pequeños productores de cacao de la zona, para que ya no comercialicen a intermediarios la materia prima conformando una producción significativa para la elaboración de chocolate en la Provincia de Santa Elena. En el contexto se especifica el problema que enfrentan los agricultores al comercializar su producto y que se deberán de solucionar con la recolección de datos del porque la Creación de la Microempresa. Con la parte teórica del proyecto para la recolección de datos secundarios, con el cual se requieren conocimientos necesarios para conocer los beneficios que resultarán con la Propuesta de Creación de la Microempresa. La parte metodológica de investigación donde se define los métodos a utilizar para recolectar información, se realizará encuestas para determinar si la población y entrevistas a los agricultores de la Comuna con el fin de saber si se encuentran de acuerdo con la Propuesta. El análisis de los datos obtenidos en la investigación de mercado. La ubicación del proyecto, la estructura organizacional, el marco legal, el análisis de la demanda donde estará dirigido el producto, el estudio financiero para la viabilidad de la propuesta y el análisis de impacto ambiental. Finalmente se detallaran las conclusiones y recomendaciones para la ejecución del proyecto de Creación de la Microempresa Procesadora de cacao para la Elaboración de Chocolate. Cumpliendo con los objetivos establecidos en el marco contextual y en la propuesta del proyecto.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICO	xvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	xviii
ÍNDICE DE TABLA.....	xix
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxi
MARCO CONTEXTUAL	3
TEMA:	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
DELIMITACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	6
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
SISTEMATIZACIÓN.....	7
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	7
OBJETIVOS	9
OBJETIVOS GENERAL.....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICO.....	9
HIPÓTESIS.....	10
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	11

CAPÍTULO I.....	13
MARCO TEÓRICO	13
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA	13
1.1.1 Comuna Dos Mangas	15
1.1.2 Las pyme y su situación actual.....	18
1.1.3 El sector cacaotero.....	19
1.1.4 Origen del cacao y su cultivo en ecuador.....	20
1.1.5 Los Productores	22
1.1.6 Evolución del cultivo en la costa ecuatoriana durante la colonia.....	22
1.1.7 Expansión del cultivo y aporte económico.....	23
1.1.8 Producción de caco en el ecuador	24
1.1.9 Ecuador proyecta más producción de cacao en diez años.....	25
1.1.10 Variedades del cacao en el Ecuador	25
1.1.11 Beneficios del cacao	27
1.1.12 Tipos de granos	28
1.1.13 Chocolate.....	29
1.1.14 Los Intermediarios.....	30
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	31
1.2.1 Estrategias competitivas.....	31
1.2.1.1 Estrategias genéricas	32
1.2.1.2 Producto	32
1.2.1.3 Demanda	32
1.2.1.4 Oferta.....	33
1.2.1.5 Competencia.....	33

1.2.1.6 Necesidades del comprador.....	33
1.2.1.7 Fuerzas de porter	34
1.2.2 Liderazgo en costos.....	35
1.2.2.1 Diferenciación	35
1.2.2.2 Concentración	35
1.2.2.4 Precio	36
1.2.3 Microempresa.....	36
1.2.3.1 Importancia de la microempresas.....	37
1.2.3.2 Características de las Microempresas	38
1.2.3.3 Ventajas de una Microempresa	39
1.2.3.4 Desventajas de una Microempresa.....	39
1.2.3.5 Objetivos de la Microempresa	39
1.2.3.6 Proyección de la Microempresa	40
1.2.4 Estudio de mercado	41
1.2.4.1 Consumo de chocolate	42
1.2.4.2 Encuesta a la población.....	42
1.2.4.3 Innovación.....	42
1.2.5 Estudio técnico.....	42
1.2.6 Estudio organizacional	43
1.2.6.1 Visión.....	44
1.2.6.2 Misión	44
1.2.6.3 Estrategias de crecimiento.....	44
1.2.7 Estudio financiero	45
1.2.7.1 Financiamiento.....	46

1.2.7.2 Riesgo.....	47
1.2.7.3 Valor Actual Neto (VAN).....	47
1.2.7.4 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	48
1.2.7.6 Punto de Equilibrio	48
1.2.8 Estudio de impacto ambiental	48
1.3 ENTORNO POLÍTICO LEGAL	49
1.3.1 Constitución de la República del Ecuador.	49
1.3.2 Plan Nacional del Buen Vivir fortalecido en el Año 2009 - 2013.	50
1.3.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversión, Año 2010.....	50
1.3.3 Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento.....	51
1.3.4 Reglamento operativo	53
1.3.5 Normas Internacionales de Contabilidad	53
1.3.6 Normas internacionales de información financieras	55
1.3.6 Norma Regulatoria.....	56
1.4 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	57
1.5 ANÁLISIS ECONÓMICO	58
1.5.1 PIB del sector	58
1.5.2 Inflación	58
1.6 ENTORNO SOCIAL	59
1.7 FACTOR TECNOLÓGICO	60
1.8 ANÁLISIS FODA.....	63
CAPÍTULO II	65
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	65
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	65

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	65
2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN	66
2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	67
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	68
2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	68
2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	70
2.8 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	72
CAPÍTULO III.....	73
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	73
3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	74
3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	78
3.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	103
CAPÍTULO IV	105
“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE CACAO (Teobroma cacao) PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE EN LA COMUNA DOS MANGAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”	105
4.1 UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	105
4.1.1 Macro localización de la Microempresa	105
4.1.2 Micro localización de la Microempresa.....	106
4.1.3 Determinación del nombre del proyecto	107
4.1.4 Logo de la Microempresa.....	107
4.1.5 Misión	108
4.1.6 Visión.....	108
4.1.7 Objetivos generales	108

4.1.8	Objetivos específicos	108
4.1.9	Valores institucionales	109
4.2	ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL	113
4.2.1	Organigrama estructural.....	113
4.2.2	Responsabilidades de los departamentos	113
4.2.3	Actividades de la microempresa	121
4.2.3.1	Principales	121
4.2.3.2	Secundarias	122
4.2.5	Marco legal.....	122
4.2.6	Acta de constitución.....	124
4.3	ESTUDIO DE MERCADO	129
4.3.1	Análisis de la demanda.....	129
4.3.1.1	Segmentación del mercado	129
4.3.1.1.1	Segmentación demográfica	129
4.3.1.1.2	Segmentación Geográfica	129
4.3.2	Determinación De La Población Objetivo	130
4.3.3	Identificación De Los Clientes Metas	130
4.3.3.1	Género	130
4.3.3.2	Edad	130
4.3.3.3	Ingresos Aproximados	130
4.3.3.4	Nacionalidad	130
4.3.3.5	Geografía.....	130
4.3.4	Frecuencia De Uso/Compra	131
4.3.5	Proyección De La Demanda.....	131

4.3.6	Análisis de la oferta	132
4.3.7	Identificación De Los Competidores	132
4.2.11	Demanda Insatisfecha	133
4.4	MARKETING MIX	133
4.4.1	Producto	133
4.4.2	PRECIO	134
4.4.2.1	Estrategias De Precios.....	135
4.4.3	Estrategias De Distribución.....	136
4.4.3.1	Identificación Del Canal Óptimo	136
4.4.4	Promoción	137
4.4.4.1	Presupuesto De Promoción	137
4.4.5	Estrategias Competitivas.....	138
4.5	ESTUDIO TÉCNICO	138
4.5.1	Infraestructura de la Microempresa	138
4.5.2	Capacidad instalada.....	140
4.4.3	Diagrama de flujo de los procesos	140
4.4.4	Descripción de los procesos	141
4.4.5	Recursos de maquinaria, equipos y herramientas	149
4.6	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	151
4.6.1	Inversión inicial.....	151
4.6.1.1	Activos fijos	152
4.6.1.2	Activos intangibles.....	153
4.6.1.3	Capital de trabajo	153
4.6.1.4	Resumen de inversión inicial	154

4.6.1.5	Financiamiento	154
4.6.1.6	Amortización de la deuda.....	154
4.6. 1.7	Proyección de ventas.....	155
4.6. 1.8	Costos operativos	155
4.6. 1.9	Costos operativos proyectados.....	155
4.6. 1.10	Depreciación	156
4.6. 1.11	Estado de resultados proyectados (P y G).....	158
4.6. 1.12	Flujo de caja proyectado	160
4.6. 1.13	Evaluación financiera del flujo	162
4.6. 1.13.1	Tasa de descuento o Tasa mínima aceptable de rendimiento	162
4.6. 1.13.2	Valor actual neto (VAN).....	162
4.6. 1.13.3	Tasa interna de retorno (TIR).....	162
4.6. 1.13.4	Periodo de recuperación de la inversión del proyecto	162
4.6.1.14	Punto de equilibrio	163
4.6.1.15	Escenario (Optimista-Probable- Pesimista)	164
4.7	ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO	165
4.7.1	Análisis de la evaluación ambiental.....	165
4.7.2	Análisis socio-económico del proyecto	165
	CONCLUSIONES	166
	RECOMENDACIONES	167
	BIBLIOGRAFÍA	168
	ANEXO.....	171

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Género de los encuestados	78
CUADRO 2: Nivel de Instrucción	79
CUADRO 3: Estado civil.....	80
CUADRO 4: Edad	81
CUADRO 5: Ocupación	82
CUADRO 6: Residencia	83
CUADRO 7: Tiempo Libre.....	84
CUADRO 8: Consumo de chocolate	85
CUADRO 9: Frecuencia de consumo chocolate.....	86
CUADRO 10: Gusto del chocolate	87
CUADRO 11: Combinación del chocolate	88
CUADRO 12: Marca de chocolate	89
CUADRO 13: Calificación	90
CUADRO 14: Consumo	91
CUADRO 15: Consumo de chocolates en familia.....	92
CUADRO 16: Lugar de compra de chocolate	93
CUADRO 17: Nivel de satisfacción al comer chocolate	94
CUADRO 18: Aspectos importante al momento de comprar chocolate	95
CUADRO 19: Existe Microempresa que elabora chocolate.....	96
CUADRO 20: Aceptación con la creación de una microempresa de chocolate..	97
CUADRO 21: Importancia en el precio.....	98
CUADRO 22: Importancia en la calidad y sabor del producto	99
CUADRO 23: Compraría el producto en la Provincia de Santa Elena.....	100
CUADRO 24: Nivel de la Economía	101
CUADRO 25: Presentación del chocolate	102

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO 1: Las pyme y su situación actual	18
GRÁFICO 2: Aporte ingresos por ventas	19
GRÁFICO 3: Género de los encuestados.....	78
GRÁFICO 4: Nivel de Instrucción	79
GRÁFICO 5: Estado civil	80
GRÁFICO 6: Edad	81
GRÁFICO 7: Ocupación.....	82
GRÁFICO 8: Residencia	83
GRÁFICO 9: Tiempo Libre	84
GRÁFICO 10: Consumo de chocolate.....	85
GRÁFICO 11: Frecuencia de consumo de chocolate	86
GRÁFICO 12: Gusto del chocolate	87
GRÁFICO 13: ¿Cómo te gusta combinar el chocolate?	88
GRÁFICO 14: Marca de chocolate.....	89
GRÁFICO 15: Calificación.....	90
GRÁFICO 16: Consumo.....	91
GRÁFICO 17: Consumo de chocolates en familia	92
GRÁFICO 18: Lugar de compra de chocolate.....	93
GRÁFICO 19: Nivel de satisfacción al comer chocolate	94
GRÁFICO 20: Aspectos importante al momento de comprar chocolate.....	95
GRÁFICO 21: Existe Microempresa que elabora chocolate	96
GRÁFICO 22: Aceptación con la creación de una microempresa de chocolate .	97
GRÁFICO 23: Importancia en el precio	98
GRÁFICO 24: Importancia en la calidad y sabor del producto.....	99
GRÁFICO 25: Compraría el producto en la Provincia de Santa Elena	100
GRÁFICO 26: Nivel de la Economía	101
GRÁFICO 27: Presentación del chocolate	102
GRÁFICO 28: Mapa ubicación de la Microempresa.....	106

GRÁFICO 29: Materia Prima	141
GRÁFICO 30: Limpieza de los granos	141
GRÁFICO 31: Tostador	142
GRÁFICO 32: Descascarado	143
GRÁFICO 33: Máquina, Molino	144
GRÁFICO 34: Depósito de pasta de cacao	145
GRÁFICO 35: Mezcladora	145
GRÁFICO 36: Refinadora	146
GRÁFICO 37: Atemperadora	146
GRÁFICO 38: Moldeadora	147
GRÁFICO 39: Desmoldadora	148
GRÁFICO 40: Punto de Equilibrio Anual	164

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN 1: Teoría Fuerzas de Porter.....	34
ILUSTRACIÓN 2: Nombre de la Microempresa	107
ILUSTRACIÓN 3: Logo de la Microempresa.....	107
ILUSTRACIÓN 4: Fuerzas de Porter	112
ILUSTRACIÓN 5: Organigrama estructural	113
ILUSTRACIÓN 6: Muestra de la Barra de Chocolate Negro	134
ILUSTRACIÓN 7: Canal de Distribución.....	136
ILUSTRACIÓN 8: Distribución de la Microempresa	139
ILUSTRACIÓN 9: Diagrama de proceso	140
ILUSTRACIÓN 10: Empaque Del Producto.....	148

ÍNDICE DE TABLA

TABLA 1: Operacionalización de las Variables.....	11
TABLA 2: Cultivos en la Parroquia Manglaralto	17
TABLA 3: Superficies Plantadas en las provincias del Ecuador 2010.....	20
TABLA 4: Participación trabajador.	38
TABLA 5: Tasa de inflación.....	59
TABLA 6: Recolección de información	69
TABLA 7: Población	70
TABLA 8: Muestra Estratificado por cantón.....	72
TABLA 9: Ubicación de la Microempresa	106
TABLA 10: Capacitación	121
TABLA 11: Frecuencia de compra del chocolate.....	131
TABLA 12: Demanda Insatisfecha.....	133
TABLA 13: Proyección Mensual de Producción.....	133
Tabla 14: Precio de la barra de chocolate	135
TABLA 15: Gastos de Promoción	137
TABLA 16: Maquinarias	149
Tabla 17: Equipos	150
TABLA 18: Materia prima.....	151
TABLA 19: Inversión Inicial	152
TABLA 20: activos Fijos	152
TABLA 21: Activos Intangibles	153
TABLA 22: Capital de Trabajo.....	153
TABLA 23: Financiamiento	154
TABLA 24: Amortización	154
TABLA 25: Costo mensual.....	155
TABLA 26: Costos anuales proyectados	156
TABLA 27: Depreciaciones.....	157
TABLA 28: Estado de resultados	159
TABLA 29: Flujo de caja.....	161

TABLA 30: Recuperación de la inversión.....	163
TABLA 31: Punto de Equilibrio Anual	163
TABLA 32: Escenarios	164
TABLA 33: Análisis socio-económico.....	165

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: FOCUS GROUP	172
ANEXO 2: Entrevista a los Agricultores de la Comuna.....	173
ANEXO 3: Encuesta a los habitantes de la Provincia.....	174
ANEXO 4: Infraestructura de la Microempresa	176
ANEXO 5: Supuestos	177
ANEXO 6: Estudio de Mercado	177
ANEXO 7: Gastos de Ventas	178
ANEXO 8: Gastos de Alimentación	178
ANEXO 9: Proyección de ventas.....	179
ANEXO 10: Costos anuales proyectados	179
ANEXO 11: Gastos de Servicio.....	180
ANEXO 12: Gastos de Útiles de Oficina.....	180
ANEXO 13: Gastos Varios	180
ANEXO 14: Estado de Resultado Año 2014	181
ANEXO 15: Plan de Acción	182
ANEXO 16: Carta Aval Centro de Emprendimiento.....	183
ANEXO 17: Carta del Gramatólogo	184
ANEXO 18: Abreviaturas	185
ANEXO 19: Fotos.....	186

INTRODUCCIÓN

El cacao es un elemento primordial para la elaboración de chocolate, es un cultivo originario de América. Descubrieron que cuando se tuestan los granos de cacao producen un aroma tan espectacular, debido al proceso de cambio como es la tecnología grandes empresarios se han dedicado al cultivo del cacao para posterior venderlos a grandes países como son Europa, Venezuela, Colombia entre otros países. Se dice que el mejor chocolate que existe en el mundo es el de Suiza elaborado por el cacao de fino aroma de Ecuador.

En el mundo entero se procesa el cacao ya sea para obtener la pasta de cacao, la manteca de cacao, licor de cacao y dulces como es el chocolate, las personas consume chocolate ya sea en galletas, bombones o barras. La producción del cacao en el Ecuador ha constituido un importante elemento para la economía nacional, en especial en las exportaciones a otros países.

En la actualidad Ecuador ocupa un lugar significativo de exportaciones del sector agrícola después del banano y de las flores. Es por ello que se ha determinado por medio del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca - MAGAP se ha determinado que las costa del Pacífico tiene tierras actas para el cultivo del cacao como es en Ecuador cultivan el cacao en las Provincias de Los Ríos, Manabí, Bolívar, Esmeraldas, Pichincha, Santo Domingo, entre otros lugares.

El consumo de chocolate tiene dos tipos de paladares como es el chocolate con leche y el chocolate puro. El reciente nicho de cacao que ha surgido como unos de los mejores beneficioso para el país el caco de fino aroma al transformarlo en chocolate tiene un sabor único. Este trabajo se encuentra enfocado en analizar la problemática existente en la investigación de las causas y efecto del porque no existe un desarrollo socio económico en el sector. Cuáles son los problemas que presentan al momento de comercializar la materia prima del cacao en la Comuna Dos Mangas. El índice se compone de cuatro capítulos comenzando por el marco contextual de la investigación.

CAPÍTULO I: Se detalla el marco teórico de la Operacionalización de las variables dependiente e independiente, como también antecedentes, beneficios y usos del cacao fino aroma (theobroma cacao), como también la información sobre la Comuna Dos Mangas, leyes a la que se aplica este proyecto, información del entorno, inflación y PIB.

CAPÍTULO II: Se detalla la metodología de la investigación que permitirá realizar un análisis sobre el problema existente en la Comuna donde se involucra a los agricultores y a los pobladores de la provincia de Santa Elena para el proyecto de Creación de la Microempresa Procesadora de Cacao (theobroma cacao) para la elaboración de chocolate, en entrevista y encuestas aplicadas para el análisis de la situación actual y la situación futura de la Comuna y de la Provincia, con el fin de determinar los resultados a favor y en contra del proyecto.

CAPÍTULO III: Se detalla el análisis de los resultados obtenidos en la entrevista y en la encuesta, análisis de tipo cualitativo y cuantitativo, donde se reflejará la situación en que se encuentran los agricultores con el cultivo de cacao fino aroma, competencias directas e indirectas del proyecto, frecuencia de consumo del chocolate, marca posesionada en la Provincia.

CAPÍTULO VI: Se detalla el desarrollo de la propuesta empezando por la ubicación del proyecto, misión, visión, objetivos, valores institucionales, análisis F.O.D.A, análisis de la cinco fuerzas de porter, estructura organizacional, marco legal, análisis de la demanda, canales de distribución, infraestructura de la microempresa, descripción de los procesos ,instrumentos y maquinarias requerido para el producto y el estudio económico financiero en el total de la inversión, capital de trabajo requerido, depreciación de los activos fijos, estados de resultados, flujo de efectivo y finalizar con el VAN y el TIR, a fin de determinar qué tan viable es la propuesta del proyecto para su ejecución.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA:

Influencia de las estrategias de competitividad en el desarrollo de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate. **Creación de una microempresa procesadora de cacao (theobroma cacao) para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena año 2013.**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Esta comuna ubicada en las estribos de la cordillera de Chongón – Colonche, razón por la cual goza de una geografía natural que es bien aprovechada por sus habitantes, inclusive, en el aspecto turístico, este recinto tiene su historia que bien podríamos decir, estuvo habitado por el cholo agricultor, el cual se remota de muchos centenares atrás. Así lo demuestran los hallazgos prehistóricos que se han encontrado en esta jurisdicción del recinto Dos Mangas que en la actualidad pertenece a la parroquia de Manglaralto.

Por encontrarse rodeado de las cadenas montañosas como son Chongón y Colonche, el recinto Dos Mangas posee centros de simpatía natural como son: El Páramo, El Encanto, San Martín, entre otros lugares, donde la fantasía de los paisajes son atractivos son con mucha frecuencia visitados por turistas nacionales y extranjeros que desean disfrutar el lucimiento de la sabia naturaleza. Así mismo, existen en sus alrededores muchas y preciosas cascadas que encantan la vista de los turistas de al menos 10000 personas de diferentes lugares extranjeros y nacionales que visitan la Comuna al año.

El cacao es uno de los frutos más antiguos producidos en el Ecuador, por lo que representa uno de los principales ingresos del Sector Campesino Ecuatoriano. Su

producción ha generado haciendas y empleo a los agricultores y familias campesinas del Litoral. Es importante marcar que esta investigación ayuda a conocer un poco más sobre la problemática que vive actualmente los productores de cacao con referencia a la comercialización del producto.

Esta materia prima se encuentra produciendo en la comuna el Azúcar, Sitio Nuevo, Libertador Bolívar y Loma Alta actualmente produciéndose en la Comuna Dos Mangas por la alta humedad favorable para el cultivo permanente de cacao fino aroma como también para el cultivo de frutas y hortalizas de ciclos cortos. Confirmado por el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca).

En la actualidad los subproductos de cacao fino aroma, tienen una excelente aceptación en el mercado nacional e internacional, especialmente como chocolates, es por esta razón que entidades como el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca) está dando capacitación a los agricultores cacaoteros en las actividades relacionadas a la post cosecha con la finalidad de que al momento de vender el producto como materia prima este no sea rechazado por las empresas comercializadoras, y sean objeto de una sana competencia.

El incremento de la producción, no será suficiente para lograr el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias campesinas de la Comuna Dos Mangas, es preciso prestar atención a las actividades agrícolas, como un sistema integral, donde concurren las actividades de producción, procesamiento y comercialización, dar valor agregado a los productos.

La necesidad de mejorar los ingresos económicos de las familias, generar programas de dotación de valor agregado a los productos agrícolas como el cacao (procesamiento a subproductos de consumo final), acompañado de un sistema adecuado para la comercialización, permitirá disminuir la influencia del

intermediario y mejorar los rendimientos económicos de los sistemas productivos agrícolas de los campesinos. La Comuna Dos Mangas posee la ventaja de contar con un suelo fértil para todo tipo de cultivo en especial para el cacao fino aroma procesada para la elaboración de chocolate, llegando así convertirla en el apoyo de sustento para los habitantes de la Comuna Dos Mangas.

Existe desmotivación en algunos agricultores que solo se dedican a explotar el turismo, dejando a un lado las posibilidades de cultivar el cacao fino aroma, escasa comercialización del cacao, dificultad para competir con otros agricultores, de la Provincia y sus canales de distribución son limitados para el producto como es el grano seco de cacao fino aroma.

Inexistencia de instituciones gubernamentales que motiven al agricultor al cultivo de cacao fino aroma, Escasez de maquinaria para el secado de la semilla de cacao, escasez en conocimiento del manejo administrativo de una Microempresa, escasez de financiamiento para la creación de una microempresa y escasez de explotación de recursos como es el suelo para el cultivo.

De acuerdo a las investigaciones realizadas en la zona el señor LOURESEL RODRÍGUEZ, nativo de la Comuna Dos Mangas nos indicó que hasta el momento solo han recibido ayuda del MAGAP, con \$ 60.000 para la puesta en marcha de un vivero para entregar 30.000 plantas de cacao de fino aroma una vez que se encuentren actas para ser sembradas en el suelo fértil de cualquier zona donde sean distribuidos, existen otros agricultores que vende la materia prima a un precio muy bajo ya que son comercializados a los intermediarios que estos a su vez los vende a las empresas que procesan el cacao ya sea para elaborar pasta de cacao, manteca de cacao, polvo de cacao, licor de cacao y confitería como es el chocolate.

La producción estaría afectada por la falta de tecnología en el secado de la semilla ya que los agricultores deben de contar con una maquinaria para el secado

de la semilla de cacao, el desempleo de las personas que por falta de financiamiento se ven obligados a emigrar a otros lados para trabajar y poder mantener a su familia. La Comuna Dos Mangas se destaca no solo por los cultivos sino por el turismo que hace que las personas visiten las cascadas.

Analizar el entorno en las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que se presentan, lograr que los agricultores se encuentren seguros de que la materia prima será adquirida por la microempresa, logrando así la motivación para que adquieran la maquinaria del secado de la semilla de cacao fino aroma.

DELIMITACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

El proyecto de tesis está ubicado en el País de Ecuador.

Región Costa

Provincia, Ciudad y Cantón de Santa Elena.

Parroquia de Manglaralto en la Comuna Dos Mangas.

Fortalecido en el Sector de Desarrollo Empresarial.

Delimitación Espacial

El proyecto se llevar a cabo en la Parroquia Manglaralto, Comuna Dos Mangas, Provincia de Santa Elena.

Delimitación Temporal

El Lapso estimado en que se desarrollara el proyecto en aproximadamente 6 meses, para posteriormente su ejecución en un mes, inmediatamente de haber financiado el capital necesario para todos los capitales necesarios para la realización puesta en marcha de la Microempresa.

Delimitación Teórica

Para el desarrollo del tema se manipulará investigación de diferentes autores de libros, artículos de diferentes prensa de comunicación, páginas de internet relativo al contenido de estudio de la tesis.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera influyen las estrategias de competitividad en el desarrollo de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena?

SISTEMATIZACIÓN

1. ¿Cuáles son las razones de que exista el desempleo y las personas viajen a otro lado de la Provincia de Santa Elena?
2. ¿Cuál es el mercado actual y potencial del grano de cacao en la Comuna Dos Mangas?
3. ¿Qué razones provocan que el nivel de economía en la Comuna Dos Mangas se vea paralizado y no avance?
4. ¿Cómo se ve perjudicado el sector en la escasez de microempresas en la Comuna Dos Mangas?
5. ¿De qué forma serían los beneficios para los pequeños agricultores de cacao con la creación de la Microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate?

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Beneficiará a familias de los productores cacaoteros de la Comuna Dos Mangas y será un desarrollo beneficioso para la Provincia de Santa Elena. El desarrollo de cada ser humano en explotar sus habilidades y sus recursos que poseen, se dan solo por una razón desarrollar la productividad y el desarrollo socio económico de la Comuna en la Provincia.

Es por ello que frente a esta problemática, sería beneficioso proponer la creación de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración del chocolate en la comuna Dos mangas dentro de la Provincia de Santa Elena, la cual tiene como objetivo principal brindar un producto de calidad, elaborado con los equipamiento necesario y fructificar el talento humano capacitado en estas tecnologías y por ende mejorar la calidad de vida de los agricultores en la compra de la materia prima como es el cacao, generando la utilidad que favorezca en la microempresa y al desarrollo socio económico del mejor chocolate elaborado en la Provincia de Santa Elena.

La comuna Dos Mangas posee abundante vegetación y riqueza forestal que son protegidos por los comuneros, los moradores, se han y se siguen dedicando a la agricultura de cacao como también a otros vegetales, frutas de ciclo corto en el invierno, y a la cría de ganado caprino y bovinos. La escasez de empleo que existe y las posibles alternativas de trabajo, se podrá lograr que la población no emigre a las ciudades, donde los comuneros se dedican a ser Guardias de seguridad, albañilería y a la construcción de infraestructura en otras ciudades del país, mientras que las mujeres que emigran se dedican a trabajar en fábricas de pescado, se dedican al eviscerado, en las fábricas de enlatados en Monteverde, San Pablo, Chanduy, Playas y Posorja. Frente a todo aquello, florece la necesidad de proponer la creación de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la comuna para desarrollar la actividad productiva en la agricultura de cacao, en beneficio de la economía de la comuna y directamente a los agricultores, los beneficiarios indirectos serán los habitantes de las comunidades contiguas, cuya principal actividad económica será la producción agrícola de cacao.

Esta investigación, está orientada en función del aumento de la producción de cacao por parte de los agricultores de la comuna junto con el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca para mejorar el proceso productivo en la calidad del producto final, fortaleciendo así la cadena agroproductiva de la

región costera. Por otra parte, se cumple con la línea de investigación de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial que es la planificación, evaluación, organización y elaboración del proyecto de investigación en la creación de una microempresa, cumpliendo con uno de sus elementos como es el desarrollo e innovación empresarial, buscando el progreso de la actividad productiva de los agricultores Peninsulares en la Provincia. Para dar formalidad de compromiso para la creación de la microempresa procesadora de cacao en la comuna Dos Mangas se adjunta la carta aval emitido por el CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO, ya que se encuentra dentro de los sectores priorizados de la agenda de desarrollo productivo del Gobierno Nacional. También se encuentra la carta aval de la Corporación Financiera Nacional para el respectivo financiamiento de la Microempresa.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERAL

Evaluar la influencia de las estrategias de competitividad en el desarrollo de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate, mediante un estudio que involucre a los agricultores y a la población, para el diseño de creación de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena año 2014.

OBJETIVOS ESPECÍFICO

1. Analizar la condición actual de la Comuna Dos mangas tomando como referencia el diagnóstico del aprovechamiento del cultivo del grano de cacao por parte de los agricultores.

2. Determinar qué efectos ocasionaría en los agricultores un incentivo que mejore la producción del cacao en la Comuna Dos mangas.
3. Establecer los beneficios económicos de los agricultores con la creación de una procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena.
4. Analizar los beneficios económicos para la Provincia de Santa Elena con la Creación de una procesadora de cacao para la elaboración de chocolate.
5. Elaborar el diseño de creación de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena.

HIPÓTESIS

La influencia de las estrategias de competitividad en el desarrollo de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate, mediante un estudio que involucre a los agricultores y a la comunidad en general, para el diseño de creación de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena año 2013.

Variable Dependiente:

Las estrategias de competitividad

Variable Independiente:

Desarrollo de la microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena.

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
<p>Independiente:</p> <p>Desarrollo de la microempresa</p>	<p>Las Microempresa tienen un gran apoyo en contribuir en el desarrollo socioeconómico de un determinado sector.</p>	<p>Microempresa</p> <p>Estudio de mercado</p> <p>Estudio técnico</p> <p>Estudio de la organización</p> <p>Estudio financiero</p> <p>Estudio de impacto ambiental</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto • Importancia • Características • Ventajas • Desventajas • Objetivos • Proyección • Consumo de chocolate • Encuestas a la población • Innovación • Infraestructura • Visión • Misión • Estrategias de crecimiento • Financiamiento • Riesgo • VAN • TIR • Punto de equilibrio • Ambiente 	<p>¿Le gusta consumir Chocolate?</p> <p>¿Con qué Frecuencia consume chocolate?</p> <p>¿Cómo te gusta más el chocolate?</p> <p>¿Cómo te gusta combinar el chocolate?</p> <p>¿Qué marca de chocolate compra más?</p> <p>¿Cómo califica los chocolates producidos fuera de la Provincia de Santa Elena?</p> <p>¿Regularmente cuánto es la cantidad que Ud. consume en la compra de chocolates?</p> <p>¿En su núcleo familiar se consume chocolates?</p> <p>¿En qué lugar Ud. normalmente compra su chocolate?</p> <p>¿Cuál es el nivel de satisfacción cuando comes chocolates?</p> <p>¿Sabe usted o tiene conocimiento si existe en la provincia una Microempresa que elabora chocolate?</p> <p>¿Si se creara una microempresa de chocolate usted compraría el producto elaborado en la Provincia de Santa Elena?</p>	<p>Investigación primaria</p> <p>Investigación</p> <p>Artículos</p> <p>Libros</p> <p>Encuesta</p>

Fuente: Marco contextual / hipótesis

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero .

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA



El proyecto de esta investigación es de tipo económico, porque la Creación de la Microempresa se convertirá en un ente económicamente sustentable que ayudara al desarrollo económico de la Comuna y a mejorar el nivel de vida de cada uno de sus habitantes, como también esto hará que la Provincia se convierta en una Microempresa Industrial. Los estudios del MAGAP han identificado que la Comuna Dos Mangas es una zona fértil en cuanto al cultivo del Cacao, actualmente existe una producción de 30,000 plantas de cacao que se están produciendo. Se identifica que por cada hectárea de cacao se cultiva 1100 plantas de cacao por lo que la producción en la Comuna Dos Mangas es un sector rentable, tanto en el desarrollo agrícola como también puede llegar a ser un sector industrial bien desarrollado.

La cadena de cacao a nivel mundial en Ecuador existe un crecimiento del 2,2% desde 2005 – 2010 de la producción equivalente a 173.00 toneladas. El mercado de chocolate es el mayor consumidor de cacao en grano, productos como cacao en polvo y manteca de son utilizados en diversas áreas. El cacao se produce en los países en desarrollo y se consume principalmente en países desarrollados. El sector industrial ecuatoriano creció un 7% en el 2012, impulsado en especial por el segmento de alimentos y bebidas, que ha crecido como resultado de un aumento del consumo y el fortalecimiento de la clase media.



La Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao) resalta que en el Ecuador actualmente existen 350.000 hectáreas dedicadas al cultivo de la fruta. Una década atrás solo se producía 100.000 toneladas el cual tuvo un incremento el año pasado de 200.000 toneladas.

ANECACAO agrupa, organiza, apoya y representa a los exportadores de cacao del país. Procurando que los órganos del Estado, autoridades y el país reconozcan en la Asociación Nacional un organismo capacitado y apto particularmente en todo estudio, proyecto y resoluciones relativas a las actividades exportadoras y productoras de cacao. Procuran desarrollar políticas definidas a corto, mediano y largo plazo. Orientar recursos con el fin de precautelar la fase Post-cosecha del cacao; fermentación y secado adecuados. Hacer prevalecer en los mercados internacionales el prestigio del país como productores y exportadores del Cacao fino de aroma. Ahora el mejor chocolate del mundo no es de suiza, es de Ecuador.

El cacao es uno de los más significativos símbolos de nuestro país. Durante casi un siglo el orden socio-económico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del Cacao. Hoy, el Ecuador posee una gran superioridad en este producto: Más del 70% de la producción mundial de Cacao Fino y de Aroma se encuentra en nuestras tierras, convirtiéndonos en el mayor productor de cacao de aroma del mundo.

Esto ha generado una fama importante, favorable, destacable, indispensable y representativa para el país. Todos estos detalles de sabor y aroma están en el origen genético del grano, que se logra con el correcto tratamiento post-cosecha, sumado a condiciones naturales de suelo, clima, temperatura, luminosidad que convergen en un solo punto, en un solo territorio, en el mágico y maravilloso Ecuador situado en la mitad del mundo. El trabajo de investigación de creación de una empresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate para la

Provincia de Santa Elena tiene el objetivo de comprobar que existe una cifra suficiente de consumidores que requieren que en la provincia se realice la inversión para consumir chocolates elaborados en la Comuna Dos Mangas.

El consumo de chocolate causa grandes beneficios nutritivos para el ser humano se debe tener en cuenta que el consumo moderado no perjudica la salud siempre y cuando sea un chocolate que contenga menores grasas y azúcar. Existe una producción de cacao potencial para la Microempresa ya que la zona costera de la Provincia de Santa Elena es apta para la producción del cacao, la materia prima que abastecerá a la Microempresa será de la misma zona, por estudios realizados por el MAGAP el suelo, el clima y las temperaturas hacen referencia que si todos los agricultores de la Provincia se dedicaran a la producción del fruto la zona se convertiría en la próxima Provincia reconocida por producir el cacao de aroma fino en el Ecuador.

El chocolate Peninsular tiene que ser de calidad con un alto contenido de cacao y los respectivos productos que conlleva a la elaboración del chocolate.

1.1.1 Comuna Dos Mangas

Se encuentra ubicada a siete kilómetros del noroeste de Manglaralto se caracteriza por la labor de las mujeres con la paja toquilla y los hombres con la tagua, ahora con la producción de Cacao fino de aroma. Esta comuna cuenta con 1000 habitantes y se caracteriza por las labores agrícolas y artesanales, reconocida por sus particulares tradiciones, recibe este nombre debido a que antiguamente los habitantes llamaban a los ríos ‘mangas’ y cerca de la población se unen los riachuelos Grande y Colín. Las actividades se han repartido de forma equitativa, las mujeres desde muy temprano se adentran dos kilómetros de distancia de su población para adquirir la paja toquilla, procesarla y confeccionar los bolsos, sombreros y paneras. Las 160 féminas que se dedican a esta tarea se demoran un

día para elaborar una cartera pequeña. Utilizan la creatividad para diseñar con llamativos colores sus artesanías, que luego las venden en Montañita y Salinas.

Para varias mujeres de esta comunidad es una ventaja contar con la materia prima para trabajar, ya que es el único ingreso que tiene para solventar los gastos. Pero, los hombres de Dos Mangas también se destacan por tallar toda clase de figuras y logotipos con la tagua. El proceso, que dura seis meses, consiste en poner a secar la madera, para luego realizar pulseras, llaveros, moños, adornos, anillos, gargantillas y aretes de diferentes formas. Entre la vegetación del sector destinada para el cultivo se encuentra el banano colorado, guineo blanco, guineo de seda, la caña guadúa, la paja toquilla, el cacao, entre otros cultivos de ciclo corto.

Hombres y mujeres desean que sus artesanías sean más reconocidas por los viajeros nacionales y extranjeros. Y posteriormente tener la oportunidad de tener una microempresa para procesar el cacao y terminar con la elaboración del chocolate.

Factores climáticos

Posee dos tiempos el invierno donde el clima se vuelve cálido y en verano este cambia a templado. Estos tiempos afectan a uno de los principales atractivos que tiene la comuna, como es la cascada que en el tiempo de verano se seca por la escasez de lluvias, en invierno el exceso de las lluvias impiden que la personas visiten las cascadas. La intensidad de las lluvias es provocada por el fenómeno del niño.

Entorno natural

El entorno flora: Frondosa vegetación que concierne al ambiente de macizo bosque áspero tropical, aunque asimismo hay flora oriunda, que determina a los bosques de la cordillera Chongón-Colonche.

Fauna: Se han detectado variedades de aves en las sendas de las cascadas y los charcos.

Vivienda

Casa vivienda está formada por 4 personas, existen 230 viviendas que forman la comunidad de Dos Mangas, donde la artesanía, la agricultura, la ganadería y el turismo forman la economía del comunero que reside en esta zona.

Principales actividades

Turismo: El principal recurso turístico natural de Dos mangas es el sendero donde se observa un bosque frondoso, que siempre está verde.

Agricultura: La mayoría son cultivos de ciclo cortos a baja escala.

TABLA 2: Cultivos en la Parroquia Manglaralto

Tipo de cultivo	Rubro	Superficie en hectáreas	Ponderación
Permanentes	Limón	210	12,67%
	Cacao	22	1,33%
	Paja toquilla	300	18,11%
Semipermanentes	Maracuyá	20	1,21%
Transitorios (ciclo corto)	Maíz (secano)	850	51,30%
	Melón	90	5,43%
	Sandía	120	7,24%
	Pimiento	45	2,72%
Total		1657	100%

Fuente: MAGAP-SANTA ELENA, 2011

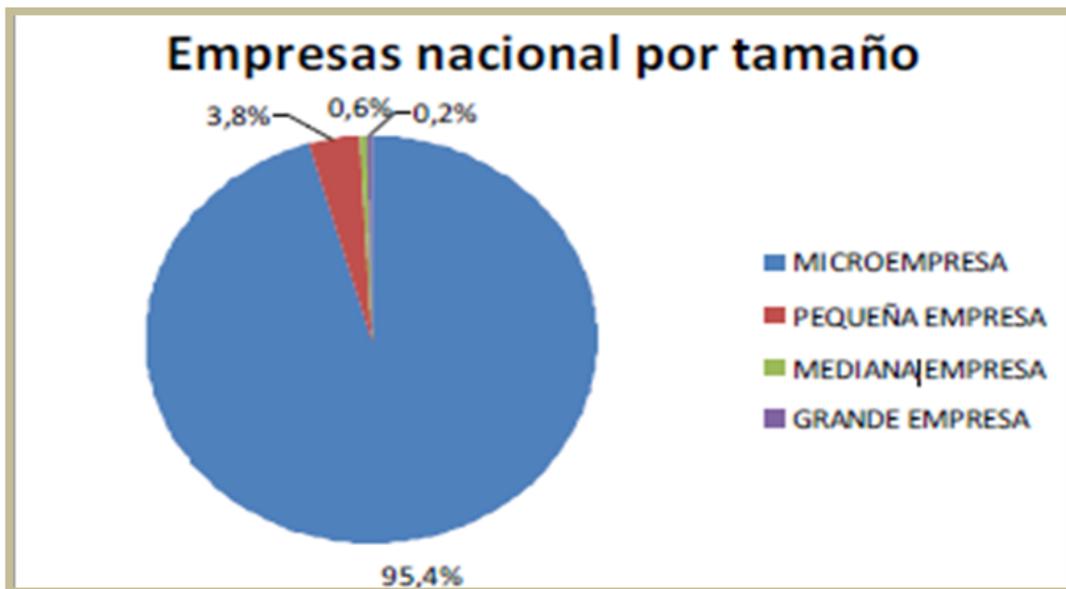
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

1.1.2 Las pyme y su situación actual

Las micro, pequeñas y medianas empresas dentro del paño empresarial ecuatoriano tienen un aporte demostrativo; según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de Mí pyme.

Esta tendencia se convierte en un antecedente duro sobre la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas a la hora de aportar al proceso de consolidación del sistema productivo nacional.

GRÁFICO 1: Las pyme y su situación actual

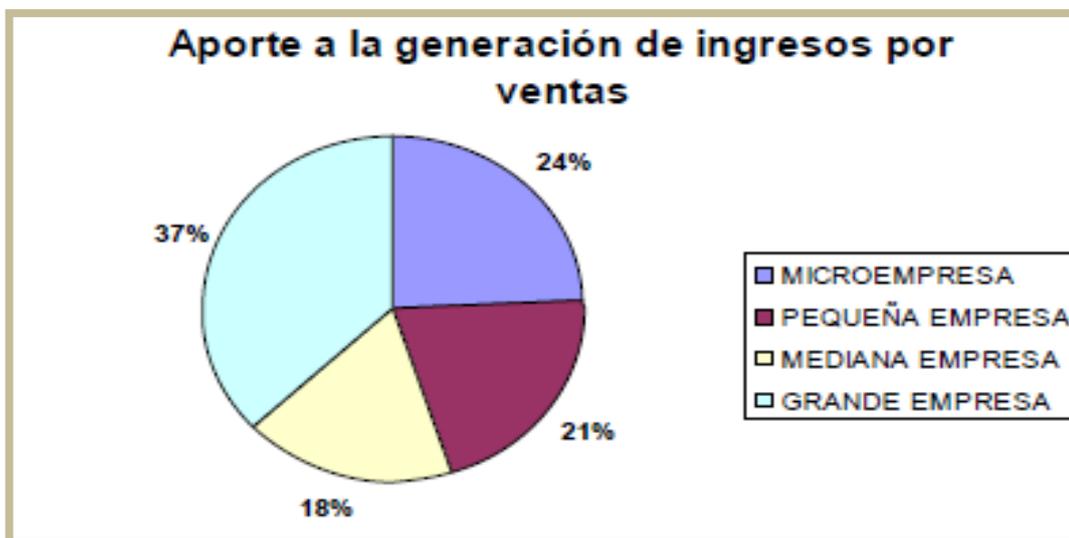


Fuente: Censo Nacional Económico –CENEC- 2010 – INEC
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero

El empleo nacional se debe resaltar la potencialidad generadora de empleo que recae sobre el sector de la microempresa, alrededor de 44 de cada 100 puestos de trabajo son generados por el sector microempresarial; de ahí la importancia de seguir apoyando a esta categoría de empresas, desde el accionar del sector privado como del sector público nacional e internacional, a través de la oferta de servicios financieros el microcrédito por ejemplo y no financieros y, también, mediante la creación y puesta en vigencia de leyes como la que ya se encuentra en vigencia, la

Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. Un buen indicador de la efectividad del trabajo que se haga para mejorar la competitividad del sector microempresarial será el número de empleos formales que se vayan creando; alejando, así, al fantasma del subempleo que en muchos de los casos tienden a atacar a las unidades productivas que están bajo la categoría de microempresas. Aporte de las empresas, según su tamaño, a la generación de ingresos vía venta de los bienes y/o servicios que producen, podemos ver que son las pequeñas y medianas las que en mayor grado aportan de la siguiente manera por cada 100 dólares generados en el paño empresarial ecuatoriano, por concepto de ventas, 39 dólares son aportados por aquellas empresas en la categoría de Pymes.

GRÁFICO 2: Aporte ingresos por ventas



Fuente: Censo Nacional Económico –CENEC- 2010 – INEC
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero

1.1.3 El sector cacaoero

Los principales países productores de cacao en grano seco son: Costa de Marfil con (1 242 000 t), Ghana con (632 000 t), Indonesia con (550 000 t), Nigeria con (240 000 t), Camerún con (205 000 t), Brasil con (161 000 t), Ecuador con (160

000 t), y otros; nuestro país aporta con el 4,40% de la producción mundial (ICCO, 2010). En Ecuador las principales provincias productoras son Manabí con el 22% de la superficie nacional seguida de Los Ríos con 21,33% y Guayas con el 20,67%. En relación a los rendimientos: Guayas es la provincia que tiene el mayor rendimiento con 0,66 t/ha, Los Ríos 0,47 t/hay Manabí los más bajos 0,27t/ha (MAGAP, 2010).

El cacao fue conocido por los europeos desde la llegada de los españoles a América, estos lo consideraron como un alimento malo y no agradable al paladar y sus costumbres, lo que si llamó su atención es que este era utilizado como moneda en las transacciones comerciales de los pueblos indígenas de centro América (ANECACAO, 2010).

TABLA 3: Superficies Plantadas en las provincias del Ecuador 2010

PROVINCIAS	SUPERFICIE PLANTADA (HA)	RENDIMIENTO (T/HA)
MANABÍ	108,649	0,27
LOS RIOS	104,788	0,47
GUAYAS	102,104	0,66
ESMERALDAS	56,739	0,41
EL ORO	18,092	0,42
SANTO DOMINGO	17,538	0,43
COTOPAXI	14,872	0,32
TOTAL NACIONAL	491,221	0,43

Fuente: MAGAP 2010

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero

1.1.4 Origen del cacao y su cultivo en ecuador

Muchas de las plantaciones ubicadas en estas zonas se perdieron debido al ataque de plagas y enfermedades. Aparte los bajos precios mundiales que imperaron en cierto momento de la historia; además de las mezclas introducidas y de la susceptibilidad de los materiales de tipo criollo que fueron atacadas por el mal de machete.

El árbol de cacao es una planta tropical que crece en climas cálidos y húmedos, concentrándose su producción en una banda estrecha de no más de 20 grados al norte y al sur de la línea ecuatorial. Aunque su uso más conocido es como el ingrediente principal del chocolate, existen en realidad cuatro productos intermedios que se derivan del cacao en grano: Licor de cacao, manteca de cacao, torta de cacao y cacao en polvo.

Se cree que el árbol de cacao es originario de la Amazonía, y que más tarde se extendió a América Central, en especial México. En particular, los granos de cacao eran utilizados como moneda por los aztecas quienes también lo disfrutaban como bebida.

Sus pequeñas flores de color rosa y sus frutos crecen de forma inusual: directamente del tronco y de las ramas más antiguas. El fruto es una baya denominada maraca o mazorca, que tiene forma de calabacín alargado, se vuelve roja o amarillo purpúrea y pesa aproximadamente 450 g cuando madura (de 15 a 30 cm de largo por 7 a 12 de ancho). Un árbol comienza a rendir cuando tiene 4 ó 5 años. En un año, cuando madura, puede tener 6.000 flores pero sólo 20 maracas. A pesar de que sus frutos maduran durante todo el año, normalmente se realizan dos cosechas: la principal (que empieza hacia el final de la estación lluviosa y continúa hasta el inicio de la estación seca) y la intermedia (al principio del siguiente periodo de lluvias), y son necesarios de cinco a seis meses entre su fertilización y su recolección.

La mazorca tiene una corteza rugosa de casi 4 cm de espesor. Está rellena de una pulpa rosada viscosa, dulce y comestible, que encierra de 30 a 50 granos largos (blancos y carnosos) acomodados en filas en el enrejado que forma esa pulpa. Los granos o habas del cacao tienen la forma de las judías: dos partes y un germen rodeados de una envoltura rica en tanino. Su sabor en bruto es muy amargo y astringente.

1.1.5 Los Productores



Existen cerca de 60000 productores de cacao en Ecuador. En las primordiales líneas cacaoteras del país en las provincias de Guayas, El Oro, Los Ríos y Manabí cerca de 27000 agricultores se dedica al cultivo de cacao. Gran parte de ellos son pequeños

y medianos productores.

Estos no solo se dedican al cacao sino también a distintos cultivos tales como café, plátano, arroz y maíz. Según el tipo de productores resultan tres categorías: Los grandes productores; los cuales representan el 10% de la superficie total sembrada en cacao, comercializan casi siempre su cacao concisamente con los intermediarios de ciudad, industriales y exportadores, los medianos productores; los cuales representan el 25%, comercializan generalmente su cacao con intermediarios de pueblos y ciudades, los pequeños productores; los cuales representan el 65%, el estrato más compacto y pobre y son quienes dependen de la intervención de toda la cadena de comercialización para llegar al técnico o exportador.

1.1.6 Evolución del cultivo en la costa ecuatoriana durante la colonia



La domesticación, cultivo y consumo del cacao fueron iniciados por los indígenas toltecas, aztecas y mayas en México y Centroamérica mucho antes del descubrimiento de América. Lo consumían como una bebida llamada xocoatl, que por su sabor amargo no agradó a Montezuma y su gente. Su uso por los

españoles comenzó en 1550 cuando unas religiosas añadieron dulce y vainilla al chocolate. La bebida que inicialmente era consumida solamente por la corte y realeza europea, pronto pasó a uso más extendido, lo cual originó una gran

demanda de la pepa. El cultivo y exportación fueron concedidos mediante Cédula Real como exclusivos de México, Centroamérica, Venezuela y Trinidad y Tobago. Ecuador tenía la exclusividad de obrajes y lanas.

En la segunda mitad del siglo XVI fue tan rentable el negocio del cacao, que atrajo el interés de empresarios guayaquileños de cultivar este producto, a pesar de las prohibiciones establecidas mediante las Cédulas Reales. Ya en 1623, el Corregidor de Guayaquil, don Diego de Portugal, informa a la Corte de España que había un gran número de plantas sembradas en la provincia y que su producto era comercializado clandestinamente desde Guayaquil, primero por Acapulco y posteriormente, por prohibiciones desde España, salía por los puertos de Sonsonate en Nicaragua, Ajacutla y Amapala en Guatemala. La producción y comercio clandestino desde Guayaquil en vez de detenerse, siguió en aumento, pero esta vez con envíos a Acapulco desde el Callao, lo cual motivó que el Cabildo de Caracas entre 1593 a 1778 elevara quejas y solicitudes al Rey y las Cortes para parar la producción y el negocio de cacao en Guayaquil, pero sin tener éxito. Finalmente, en 1789, el Rey Carlos IV permitió, mediante Cédula Real, el cultivo y exportación de cacao desde la costa ecuatoriana.

1.1.7 Expansión del cultivo y aporte económico

Expansión del cultivo y aporte económico del primer siglo de la República (1821-1920)

Una tendencia de producción 120.000 a 160.000 quintales por año entre 1820 a 1860, debido específicamente a la crisis del mercado mundial y las revoluciones internas en el país. A partir de esta década, se produce un incremento creciente de 15.000 TM (330.000 qq) en 1880 a 40.000 TM (880.000 qq) en el período 1915-1920. Muchos de los grandes productores confían la administración de sus fincas a terceras personas y viven con sus familias grandes temporadas en Europa. Entre 1880 a 1890, el Ecuador fue el mayor exportador mundial de cacao, sitio que comenzó a perderlo a favor de Ghana, hacia fines del siglo.

1.1.8 Producción de cacao en el Ecuador



El cacao es uno de los más significativos símbolos del país. Durante casi un siglo, el orden socioeconómico ecuatoriano se desarrollaba en gran medida alrededor del mercado internacional del cacao.

Hoy, el Ecuador posee una gran superioridad en este producto: más del 70% de la producción mundial de cacao fino de aroma se encuentra en nuestras tierras convirtiéndonos en el mayor productor de cacao fino o de aroma del mundo.

Esto ha generado una fama importante y favorable para el país. Este tipo de cacao, tiene características individuales distintivas, de toques florales, frutales, nueces, almendras, especias que lo hace único y especial, sobresaliendo con su ya conocido sabor arriba.

Todos estos detalles de sabor y aroma están en el origen genético del grano, que se logra con el correcto tratamiento post-cosecha, sumado a condiciones naturales de suelo, clima, temperatura, luminosidad que convergen en un solo punto, en un solo territorio, en el mágico y maravilloso Ecuador situado en la mitad del mundo.

El cacao nacional arriba, conocido también como la pepa de oro, nuestros industriales procesan el grano para obtener semielaborados con las mismas virtudes de exquisitas tonalidades de aroma y sabor únicos del cacao ecuatoriano, y de alta calidad como: Licor, manteca, torta y polvo, con los que se logra un producto final exquisito; desde la chocolatera más fina y gourmet, los más apetecidos platos en artes culinarias, bebidas frías y calientes y muchas otras delicias combinadas que son un deleite absoluto para el paladar hasta productos de belleza y que son de gran beneficio para la salud.

1.1.9 Ecuador proyecta más producción de cacao en diez años

El proyecto de Reactivación del Cacao Fino de Aroma, Ecuador prevé aumentar la producción anual de cacao de 200.000 a 300.000 toneladas en los próximos diez años y así mejorar la oferta. Este programa es impulsado por el Ministerio de Agricultura, según explicó el gerente del proyecto, Javier Villacís. El consumo de cacao, registra incrementos de hasta dos dígitos cada año en mercados de países europeos, del Medio Oriente y Norteamérica. Actualmente, en el país el 4,5% de la población económicamente activa se dedica a la actividad del cacao

1.1.10 Variedades del cacao en el Ecuador

Siendo el cacao el principal producto generador de divisas y recursos, permitió la creación de los primeros bancos del país y fue también el soporte para el manejo político y económico de los grupos gobernantes de turno. La producción de las haciendas de cacao se hacía contratando mano de obra barata y explotada, con peones provenientes de la costa y de la sierra.



El criollo o nativo: Este cacao se expandió desde México y América Central, América del Sur (Colombia) y la parte norte de Ecuador (Esmeraldas) hacia otras partes del mundo, pero debido a su susceptibilidad fue desapareciendo.

La producción de éste cacao es relativamente inferior, aunque se los considera de alta calidad por ser muy agradable. Tienen mazorcas de tamaño mediano, alargadas con la punta aguda recta o curvada, con cáscara poca rugosa con 10 surcos.

Se caracterizan por tener semillas grandes blancas o ligeramente pigmentadas, cilíndricas u ovals y aromáticas.



El forastero: originario de la alta Amazonia. Se trata de un cacao normal, con el tanino más elevado. No están bien definidos. Se caracterizan por tener mazorcas pequeñas inicialmente son de color verde claro o rosado pálido, luego se ponen amarillas, la punta es redondeada, la cáscara de la mazorca es lisa o ligeramente rugosa, delgadas, tienen 10 surcos superficiales, con capa lignificada en el centro del pericarpio. Las semillas son pequeñas moradas, triangulares en corte transversal, aplastadas o achatadas.



El trinitario: es un grupo complejo, una población híbrida que se origina en Trinidad, producto de una mezcla de criollo con forastero por lo tanto hay diferentes grados de cruzamiento, lo que indica el grado de calidad, sus características son intermedias.

Es posible encontrar mazorcas, amarillas, rojas, anaranjadas, la cáscara gruesa algo rugosa, 5 surcos marcados, la punta redondeada. Dentro de éste grupo se incluye el clon CCN-51 que es el resultado de un programa de cruzamiento entre materiales Forasteros Amazónicos con Trinitarios, llegando a obtener el CCN (Colección Castro Naranjal) un clon altamente productivo, con resistencia a enfermedades y con características físicas codiciadas.



El cacao Nacional: es una variedad producida exclusivamente en Ecuador. Las características morfológicas que presenta en el fruto son: color amarillo intenso, cáscara rugosa, surcos bien pronunciados, almendras de forma elíptica terminadas en punta pigmentaciones intensas color rosado en las flores, hojas lanceoladas. Para confirmar la hipótesis del cacao Nacional como un grupo diferente se realizaron estudios utilizando marcadores moleculares, con esto indican que en

realidad son materiales diferentes de los cacaos Criollos y Forasteros, a pesar de su aparente similitud. Esta variedad, conocida también como cacao “arriba” es reconocida mundialmente por su aroma floral y por ser un cacao fino y de aroma. Es por esta razón que la materia prima a utilizar será esta variedad.

1.1.11 Beneficios del cacao

El chocolate negro y otros derivados del cacao constituyen sin duda uno de los alimentos más apreciados por todos, además del sabor tan agradable, el chocolate y otros derivados del cacao aportan nutrientes importante y bienestar psicológico, ya que contienen elementos nutritivos altamente beneficiosos para el organismo. El chocolate negro es ricos en grasas, carbohidratos y proteínas; nutrientes que aportan energía al organismo. La calidad de grasa que contiene no aumenta el nivel de colesterol en la sangre.

Es fuente de minerales y vitaminas como potasio, fósforo y magnesio. Así mismo contiene vitaminas como la tiamina (B1) y el ácido fólico, nutrientes indispensables para el organismo, ya que son reguladores del metabolismo.

Los antioxidantes del chocolate son buenos ya que pueden reducir el riesgo de padecer cáncer y/o enfermedades cardiovasculares. Nueva información indica que el chocolate negro procesado naturalmente (no el chocolate blanco o de leche) es rico en flavonoides, una clase de polifenoles que se encuentran en plantas y cuyas cualidades son antioxidantes. También contienen fitoesteroles (esteroles vegetales) que contribuyen a disminuir el colesterol. Los polifenoles son una clase de compuesto químico producido en las plantas. El vino, el té, y el chocolate negro son buenas fuentes de polifenoles. Las investigaciones aportan cada vez más evidencia de que estos compuestos protegen contra cardiopatías y cáncer. Hay muchas formas de disfrutar del chocolate y aprovechar sus ventajas para la salud y lo más importante es que lo podemos incluir en nuestra dieta en una forma equilibrada.

1.1.12 Tipos de granos

Cacao en grano. Es la semilla proveniente del fruto del árbol *Theobroma cacao*.

Grano defectuoso. Se considera como grano defectuoso a los que a continuación se describen:

Grano mohoso. Grano que ha sufrido deterioro en su estructura interna debido a la acción de hongos.

Grano dañado por insectos. Grano que ha sufrido deterioro en su estructura (perforaciones, picados, etc.) debido a la acción de insectos.

Grano vulnerado. Grano que ha sufrido deterioro evidente en su estructura por el proceso de germinación, o por la acción mecánica durante el beneficiado.

Grano múltiple o pelota. Es la unión de dos o más granos con restos de mucílago.

Grano negro. Es el grano que se produce por mal manejo post cosecha o en asociación con enfermedades.

Grano plano - vano o granza. Es un grano cuyos cotiledones están atrofiados hasta el punto que cortando la semilla no es posible obtener una superficie de cotiledones.

Grano partido (quebrado). Fragmento de grano entero, menos del 50% del grano entero.

Grano pizarroso (pastoso). Es un grano sin fermentar que al ser cortado longitudinalmente, presenta en su interior un color gris negruzco y de aspecto compacto.

Grano ahumado. Grano con olor o sabor a humo que muestra signos de contaminación por humos.

Grano de buena fermentación.- Grano fermentado cuyos cotiledones presentan una coloración marrón o marrón rojiza.

Grano violeta. Grano cuyos cotiledones presentan un color violeta intenso, debido al mal manejo durante la fase de beneficio del grano.

Grano ligeramente violeta - parcialmente fermentado Granos cuyos cotiledones presentan un color ligeramente violeta, debido al mal manejo durante la fase de beneficio del grano.

Cacao beneficiado. Grano entero, fermentado, seco y limpio.

Grano infestado. Grano que contiene insectos vivos en cualquiera de sus estados biológicos.

Grano seco. Grano cuyo contenido de humedad no es mayor de 8.0 por ciento (cero relativo).

Impureza Es cualquier material distinto a la almendra de cacao.

Cacao en baba. Almendras de la mazorca del cacao recubiertas por una capa de pulpa mucilaginosa.

Fermentación del cacao. Proceso a que se somete el cacao en baba, que consiste en causar la muerte del embrión, eliminar la pulpa que rodean a los granos y lograr el proceso bioquímico que le confiere el aroma, sabor y color característico.

1.1.13 Chocolate

Anecacao menciona lo siguiente: Ecuador es considerado como el más grande productor de cacao fino aromático del mundo. En los campos ecuatorianos se cosecha más del 65% de la producción mundial. El olor y sabor característicos de este grano lo concierten en el más precisado del mercado. Existen microempresa que al ver el masivo crecimiento de producción de cacao en el Ecuador, han implementado el desarrollo empresarial, donde han dado inicios de la elaboración de diferentes tipos de chocolates.

Tipos de chocolate

Chocolate negro:

Es el chocolate conformemente dicho pues es el resultado de la mezcla de la pasta y manteca de cacao con azúcar, sin ningún otro suplemento.

Chocolate de cobertura:

El chocolate de cobertura que utilizan los pasteleros y chocolateros como materia prima para manjar y para pasteles.

Chocolate a la taza:

Chocolate negro al que se le ha añadido pequeñas féculas. Se encuentra en el mercado en presentaciones líquidas.

Chocolate con leche:

Derivado del cacao más popular. Se producen barras y lleva leche en polvo o condensada.

Chocolate blanco:

Chocolate blanco hecho a base de la manteca del cacao, leche y azúcar muy usado en repostería.

Chocolate relleno:

Cubierta que cubre frutos secos, así como galletas tango.

Chocolate en polvo:

Producto que se genera a partir de la manteca de cacao.

Los bombones:

Son porciones pequeñas rellenas de distintos elementos.

1.1.14 Los Intermediarios

Los intermediarios son comerciantes que compran cacao a los pequeños y medianos productores para venderlo a los exportadores e industriales. Los comerciantes reciben el cacao en su bodega. Lo pesan, lo califican y lo sacan de los costales. La mayoría de las veces, los intermediarios lo amontonan en su bodega. Los intermediarios tienen sus propios costales, sacos de plástico para el manipuleo corriente y sacos de yute para llevar el cacao a los exportadores. Renuevan los sacos dos a tres veces por año. Después los intermediarios secan el cacao si es necesario, no les gusta comprar cacao en baba, pero cuando falta cacao, lo compran en cualquier estado. Cuando hay bastante cacao, exigen un mínimo de uno o dos días de sol. Secan el cacao en tendales de cemento, algunas

veces en la acera. Cuando está seco, hacen una sola mezcla. Un cacao fermentado, seco y limpio casi siempre se mezcla con el cacao corriente porque los intermediarios compran este tipo de cacao en muy pocas cantidades.

1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1 Estrategias competitivas

La competencia determina el éxito o fracaso de las empresas. También establece la conveniencia de las actividades que pueden favorecer en su desempeño como innovaciones, una cultura cohesiva o una adecuada implementación. Las estrategias competitivas en la búsqueda de una posición favorable dentro de una industria, escenario fundamental donde se lleva a cabo la competencia. Su finalidad es establecer una posición rentable y sustentable frente a las fuerzas que rigen la competencia.

(Francés, 2006). Sostiene: “Las estrategias competitivas se refieren a los cursos de acción que emprende una empresa o unidad de negocios para lograr sus objetivos en situaciones coyunturales del mercado, como pueden ser la aparición de competidores o nuevos entrantes, la decisión de incursionar en un nuevo mercado o la de enfrentar la aparición de productos sustitutos.” Pág. 109.

Son fundamentales para competir con las empresas que ya están posesionados en el mercado, recuerden que para una microempresa es muy difícil posesionarse en el mercado.

Establecer que se pueda competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centros urbanos logrando la optimización de la calidad del chocolate.

El desarrollo de una microempresa tiene una importante contribución al crecimiento económico, la competitividad, la innovación y la creación de empleos en países latinoamericanos. Pese a la gran importancia de las microempresas para

la economía de América, es poco lo que se conoce, en detalle, de la manera en que se les investiga, más aun si se tiene en cuenta que es una actividad de gran importancia como campo de estudio social que requiere ser más discutido.

1.2.1.1 Estrategias genéricas

(Francés, 2006). Sostiene: “En la estrategia competitiva es la posición que ocupa dentro de la industria. De ello depende si su rentabilidad está por arriba o debajo del promedio. Una compañía que consigue posicionarse bien podrá obtener altas tasas de rendimiento aun cuando la estructura de la industria sea desfavorable y, por lo mismo, la rentabilidad sea modesta.” Pág. 11.

Una excelente competencia en el mercado no será ningún obstáculo para el posicionamiento de otro. Según averiguaciones se ha determinado que los habitantes del país si consumen en su mayoría chocolate. Por lo que en la Provincia de Santa Elena existen personas que degustan del chocolate.

1.2.1.2 Producto

(Francés, 2006). Sostiene: “Establece que quien conserva el valor que el producto crea para los compradores y en qué proporción. Si no generan un gran valor, las compañías podrán obtener un valor pequeño sin importar los otros elementos de la estructura. Las utilidades de las empresas y de la industria han caído por igual a pesar de que los productores siguen generando un valor enorme.” Pág. 9.

Producto que es adquirido por las personas por gustos y preferencias, el producto dirigido a los consumidores finales es adquirido por sabor, calidad, tamaño y por lo atractivo que puede ser un producto nuevo en el mercado.

1.2.1.3 Demanda

(Ríos F, 2011). Sostiene “El consumo de chocolate en el país es de menos de un kilo por persona, de 500 gramos al año. Es decir que ha tenido un incremento del 50%”.

INEC (2010). Sostiene: “En el último censo existen 308,693 habitantes, de esta cantidad el 49% es de la población objetiva comprendida de la edad de 20 a 60 años de edad de 151,960 habitantes de género masculino y femenino.

(Baca G, 2006). Sostiene: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”, pág. 17.

Los autores indican que la demanda es la cantidad que una microempresa debe producir para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores en el producto o servicio que se desea ofrecer en el mercado.

1.2.1.4 Oferta

Cantidad de bienes o productos que una empresa está dispuesta a vender en un tiempo determinado, en un mercado de competencia perfecta a un precio rebajado donde se mantendrá el costo-beneficio.

1.2.1.5 Competencia

(Chiavenato I, 2007). Sostiene: “Competencias son aquellas cualidades personales esenciales para desempeñar las actividades y que diferencian el desempeño de las personas”. Pág. 407

La competencia son las cualidades y destrezas que las personas que utilizan para desempeñar la función que se le asigne en cada lugar de trabajo.

1.2.1.6 Necesidades del comprador

Cada día el cliente es más exigente por lo que al ofrecer un producto se debe de realizar un estudio de mercado. Para determinar si es lo que el cliente necesita

(Francés, 2006). Sostiene: “Se acostumbra decir que las necesidades del cliente es el elemento decisivo del éxito en toda actividad de negocios.

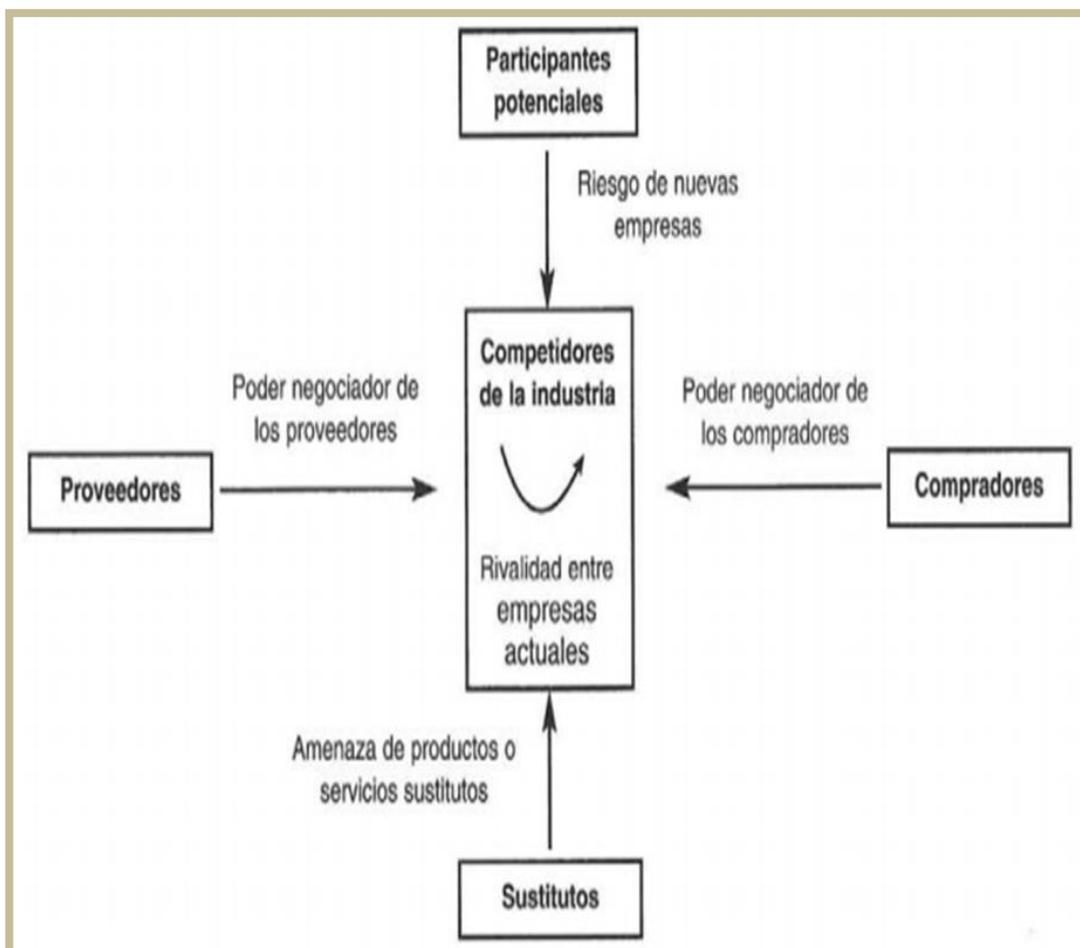
Satisfacer las necesidades del cliente des un requisito de la rentabilidad de un sector industrial, pero no es suficiente para asegurar el éxito.” Pág. 8.

1.2.1.7 Fuerzas de porter

(Francés, 2006). Sostiene: “La fuerza combinada de los cinco factores determina la capacidad de las compañías de un sector industrial para ganar en promedio tasas de rendimiento sobre la inversión que superen el costo del capital.” Pág. 3.

La fuerza varía de acuerdo al sector, cambiando de acuerdo a la medida que evolucionan, a esto se debe que no sean iguales entre si desde el punto de vista de la rentabilidad individual.

ILUSTRACIÓN 1: Teoría Fuerzas de Porter



Fuente: MAGAP 2010
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

1.2.2 Liderazgo en costos

(Francés, 2006). Sostiene: “Consiste que la organización se propone convertirse en el fabricante de costo bajo de su industria. Ella tiene un ámbito extenso, atiende a muchos de sus segmentos y hasta puede operar en sectores industriales afines; su amplitud a menudo es importante para la venta de costos.” Pág. 12.

Al referirnos en liderazgo en costos estamos hablando de vender un producto a escala, mientras más se venda los costos bajaran y no tendrán un precio excesivo en el mercado aunque en algunos productos son caros, pero por la calidad en que se fabrican son adquiridos por los consumidores.

1.2.2.1 Diferenciación

(Francés, 2006). Sostiene: “En ella la compañía intenta distinguirse dentro de un sector industrial en algunos aspecto ampliamente apreciados por los compradores. Puede basarse en el producto propiamente dicho, en el sistema de entrega con que lo vende, en el método de mercadotecnia y en muchos otros factores.” Pág. 14.

Al referirnos a la palabra diferenciación nos referimos en que se diferencia nuestro producto con el de la competencia, tanto así que hasta la diferencia puede ser en la atención con que se trata al cliente, o a la forma en que se entrega el producto.

1.2.2.2 Concentración

(Francés, 2006). Sostiene: “La empresa selecciona un segmento o grupo de segmentos de él y adapta su estrategia para atenderlos excluyendo a los restantes. Al optimizarla ellos, intenta conseguir una ventaja competitiva a pesar de no poseerla en absoluto.” Pág. 14.

La concentración se basa en que grupo o conjunto de elementos o de clientes la microempresa está directamente fijada, ya sea en la segmentación geográfica, segmentación por edad, segmentación por sexo y segmentación demográfico.

1.2.2.3 Sustentabilidad

(Francés, 2006). Sostiene: “Una estrategia genérica no favorece un desempeño sobresaliente si no puede ser sostenida frente a los competidores, pero las acciones que mejoran la estructura de la industria también puede aumentar la rentabilidad en todo el sector industrial aunque se emiten.” Pág. 12.

Sustentabilidad de una microempresa nos referimos a la forma en que utilizan sus estrategias de posicionamiento en el mercado, siempre y cuando logre manejarse en el medio ambiente sin ocasionar daños, en las necesidades de la sociedad y siempre que en la economía sea viable para generar utilidad conforme se generen los gastos y pagos de impuestos.

1.2.2.4 Precio

(Baca G, 2006). Sostiene: “Es la cantidad monetaria a la que los productores estas dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”, pág. 53.

Según autor indica que el precio es la cantidad que estipulará la microempresa para que el producto a ofrecer tenga fuerza de posicionamiento en el mercado. En este caso se estipulara de acuerdo al valor de las competencias como son Nestlé, La Universal ya que son de mayor competencia.

1.2.3 Microempresa

(Jorge Vásquez, 2009). Sostiene, “Las Microempresas son la fuerza económica más elemental del país para un crecimiento seguro de nuestra economía y que su apoyo en financiamiento permite escalar hacia un crecimiento óptimo en la economía nacional”.

(Monteros, E 2005). Sostiene: “Nace de la conjugación de una o varias personas que generalmente son de tipo familiar con el uso de sus propios capitales.” Pág. 16.

(Torres, L 2005). Sostiene : “Las actividades económicas con capitales de hasta USD 30.000 y no más de 10 empleados, son consideradas micro-empresas para efectos de operaciones de créditos”. Pág. 6

(Torres, L 2005). Sostiene: “Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras que tienen objetivos económicos, éticos y sociales.”

Los autores Indica que las Microempresas son importante para el desarrollo y sustentabilidad de un sector, sea País, Ciudad, Comuna, Barrio o Parroquia que se dedican a desarrollar, cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios. La microempresa puede llegar a tener un crecimiento que después de unos años de posicionamiento en el mercado se puede convertir en empresa.

Son consideradas. Microempresa aquellas constituida generalmente por familias que toma la iniciativa de arriesgar un capital para obtener el doble de lo que pueden llegar a invertir. El problema que enfrentan es no contar con recursos totalmente financieros que ayuden a desarrollar la Microempresa completa.

1.2.3.1 Importancia de la microempresas

Las Microempresas toman a ser importantes en cualquier parte del mundo porque al crearse están generando fuentes de empleos, dependiendo de la actividad a la que la Microempresa se dedique existen el trabajo de agricultura de cultivar la fruta para su comercialización a diferentes partes, están los de pesquería y los de actividad artesanal de vender un producto terminado para el consumo humano, una vez que la Microempresa inicie su actividad empresarial, existirá desarrollo socioeconómico para el sector. Las microempresas no generan más de 100,000 dólares de ingresos porque su producción está limitada. Si logrará producir más de lo estipulado se convertiría en empresa, su jurisdicción cambiaria, tendría más de

10 trabajadores. Las microempresas están dedicadas a diferentes sectores de la producción donde se utilizan poco recursos pero genera empleo y con el fin de desarrollar su actividad económica y mejorar su calidad de vida.

1.2.3.2 Características de las Microempresas

1. Se da su ubicación geográfica en ciudades de mayor desarrollo como es en Quito y Guayaquil, se centra en el 77%, En Azuay, Manabí y Tungurahua el 15% y el 8% corresponde a 17 provincias.
2. El Micro-empresario desempeña algunas o todas las funciones como es el de gerente, administrador, operario, vendedor, secretario.
3. Algunas Microempresas están dentro del hogar y comparten local, servicios públicos y vehículos.
4. Se compra la materia prima día a día.
5. Las microempresas suelen ser de tipo familiar.
6. El Microempresario suele tener un gran conocimiento del producto que va a elaborar, pero tiene poco conocimiento en lo administrativo, motivo por el algunos fracasan.
7. El número de empresas y su participación de generar empleo:

TABLA 4: Participación trabajador.

SECTOR	NUMERO EMPRESAS	PROMEDIO EMPLEADOS POR EMPRESA	TOTAL TRABAJADORES
PYMES	15.000	22	330.000
Artesanías	200.000	3	600.000
Microempresas	252.000	3	756.000
TOTAL	467.000		1.686.000

Fuente: Microempresas.

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero

1.2.3.3 Ventajas de una Microempresa

Flexibilidad con la que pueden actuar, tanto a nivel del personal, que suele ser multidisciplinar, como a otros niveles como es la disponibilidad geográfica, adaptabilidad del producto al mercado, transformación rápida, toma de decisiones, entre otros.

1. Es una fuente que genera empleo.
2. Se transforma con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
3. Estas ventajas las deben aprovechar para hacerse posesionarse en el mercado, muchas veces muy competitivo y maduro.

1.2.3.4 Desventajas de una Microempresa

El principal obstáculo contra el que deben luchar es la falta de financiación, lo que incurre en muchas ocasiones en no poder marcarse objetivos más altos en un plazo más corto de tiempo y que limita las posibilidades de expansión, tanto tecnológica como geográfica, creándose un círculo vicioso donde la microempresas encuentra problemas de competitividad y se ve obligada en gran número de ocasiones a limitar su mercado al consumo interno a nivel local. Para lograr sus objetivos, una microempresa debe coordinar adecuadamente los recursos con que cuenta: humanos (personal), materiales (bienes tangibles), técnicos (sistemas, procedimientos, formulas, entre otros intangibles) y financieros (elemento monetario). Las Microempresas deben de usar las herramientas competitivas para sobrevivir en un entorno donde otras Microempresas quieren incursionar para ser mejores que las empresas.

1.2.3.5 Objetivos de la Microempresa

(Monteros E, 2005). Sostiene que los objetivos de las Microempresas son:

- **Objetivo de Comercialización:** La microempresa debe ser capaz de crear un cliente que constituya un soporte fundamental para su producción y mantenimiento.

- **Objetivo de Innovación:** Debe ser capaz de innovar, de lo contrario la competencia lo dejará relegada.
- **Objetivo sobre Recursos Humanos.-** Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo de Productividad.-** Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crear para que la microempresa sobreviva.
- **Objetivo relacionado con las Dimensiones Sociales de la Microempresa.-** Debe afrontar responsabilidades sociales por cuanto existe en la sociedad y la comunidad, hasta el punto que asume su propia influencia sobre el ambiente.
- **Objetivo de Supervivencia.-** Le permite obtener de la actividad productiva o de servicios, los ingresos para la realización de sus gastos básicos y mantener siempre un capital mínimo necesario para la reposición de materias primas, mano de obra y gastos de fabricación para la elaboración de los productos.
- **Objetivos de Crecimiento.-** Los resultados de la actividad productiva de la microempresa, permite a sus dueños ir fortaleciendo y creciendo en sus negocios y se refleja en mayores ingresos, mayor rotación de inventarios, mayor demanda de sus productos y consecuentemente mejores niveles de ganancias.
- **Objetivo de rentabilidad.-** Obtener ganancias es la acción de la mini organización, se logra si se fortalece las áreas de resultados, los mismos que dependerán de las estrategias de cada microempresa. Pág. 21.

Todos los objetivos nombrados por el autor permiten que un microempresa crezca, se desarrolle y se mantenga en el mercado, para que la microempresa tenga un excelente acogida por parte de los clientes, debe establecer cada uno de los objetivos encaminados al desarrollo y no al fracaso, estos objetivos en otras microempresas no han sido entrelazadas muy bien es por ello el que muchas microempresas al ingresar al mercado no se mantienen y salen tan rápido. Una cosa muy importante para una organización es que el producto debe satisfacer al cliente.

1.2.3.6 Proyección de la Microempresa

(Monteros E, 2005). Sostiene en su libro que las proyecciones de la Microempresa varían en:

Microempresa de Subsistencia: Actividades micro empresariales primarias en las que no se da el fenómeno de acumulación de capital, usa los

ingresos netos para consumo, sin mayor reinversión. Operan a partir de la lógica de producción individual o familiar. Se realizan a partir de muy bajo recursos, vinculaciones inestables y marginales con el mercado y mínimas posibilidades de generar algún tipo de excedentes.

Microempresa de Expansión: Se limitan a garantizar la producción y permanencia en el mercado en condiciones de inestabilidad, apoyándose en el esfuerzo individual y produciendo una baja acumulación de capital. Posee menos de 10 empleados.

Microempresa de Transformación: Es el estado en la evolución hacia la pequeña empresa. Hay un proceso de acumulación de capital más orientado a la incorporación de activos fijos. El propio crecimiento le obliga a iniciar la formalización y es común que se produzca la incorporación de trabajadores y se inicie una diferenciación de funciones. Pág. 4.

De acuerdo a las proyecciones según el autor la investigación que se llevara a cabo esta denominado en que será una Microempresa con pocos trabajadores dedicada a la compra de la materia prima para procesarla para transformarla en chocolate, para ello debe adquirir maquinaria para la transformación, la microempresa decide como es la presentación del producto a ofrecer al consumidor, todo microempresario tiene la visión de crecer y no salir del mercado.

1.2.4 Estudio de mercado

Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores. Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos. Los empresarios no podemos estar al margen de lo que sucede en el mercado. Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores. Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos. Los empresarios no podemos estar al margen de lo que sucede en el mercado.

1.2.4.1 Consumo de chocolate

En el mundo existen personas que desde los cinco años de edad consume chocolate, al menos cada persona en el país con frecuencia a diario consume un chocolate de 0,10 gramos.

1.2.4.2 Encuesta a la población

En un instrumento que se elabora con el fin de determinar resultados positivos o negativos para la ejecución de un proyecto, ubicado o situado en algún lugar. De acuerdo con estos resultados positivos se procederá a seguir adelante con el proyecto, de ser el caso que los resultados sean negativos el trabajo de investigación se suspenderá.

1.2.4.3 Innovación

(Varela Rodrigo, 2008). Considera la innovación como: “El ser humano, desde sus primeros pasos en la tierra, ha sido el artífice fundamental de todas las innovaciones y modificaciones que hoy percibimos en nuestro entorno, pues busca siempre mejores condiciones de vida, un mayor desarrollo personal y comunitario, una mayor sensación de felicidad, un nivel de vida más acorde con sus expectativas; es decir, lo que la cultura humana ha asociado a progreso, desarrollo, bienestar y superación”.

Las innovaciones requieren tres tipos de insumos: recurso humano, recurso financiero y conocimiento. Quienes no pueden reunirlos, pueden comprar licencias tecnológicas. En el Primer Mundo, las invenciones surgen de la mente de inventores independientes, empresas, universidades y gobiernos. No siempre se necesitan grandes capitales de dinero para innovar, si hay creatividad e iniciativa, grandes logros se alcanzan.

1.2.5 Estudio técnico

El aspecto técnico de un proyecta comprueba la capacidad que tiene de producir un producto o un servicio, comprende todo aquello que se relaciona con el

funcionamiento adecuado de las maquinarias, este estudio comprende el análisis de determinación de la localización óptima para la Microempresa, se debe estudiar un diagrama de flujo del proceso ya que es una representación gráfica que muestra la secuencia de todas las operaciones, inspecciones, transportes, demoras y almacenamientos en el proceso productivo.

Baca, G (2001). Sostiene: “El estudio técnico verifica la posibilidad técnica de la producción, analiza y determina el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para ejecutar el proceso productivo”, pág. 168.

El estudio técnico de un microempresa se basa en la infraestructura del lugar adecuado para ejecutar el proyecto, en la capacidad de cuanto la empresa puede iniciar a producir en sus primeros meses de producción y de acuerdo a la capacidad de los activos fijos en este caso las maquinarias estos elementos son importantes para la correcta producción de la empresa cubriendo gastos administrativos, gastos de ventas, gastos de servicios y los gastos de constitución. Para esto se requiere de un arquitecto para el diseño de la Microempresa.

Se comprende la distribución de la Microempresa en maquinarias y equipos así también la ubicación del lugar de donde ira el producto terminado. Comprende el tamaño del proyecto, los factores que se deben de tomar para definir el tamaño de la Microempresa, el tamaño de mercado, capacidad de recursos financieros, materiales, materiales y humanos.

1.2.6 Estudio organizacional

(Amaru A, 2009) Fundamentos de Administración en su obra La planificación estratégica afirma: “Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”. Pág. 183.

Esto determina la visión, la misión, los objetivos microempresariales, las reglas, políticas y valores con lo que se debe de contar para que la microempresa pueda tomar las correctas decisiones, para el buen manejo administrativos en el puesto de diferentes funciones a realizar en cada área de la Microempresa.

1.2.6.1 Visión

(Francés, 2006). Sostiene: “Es ambición de la empresa o corporación (u organismo) a ser alcanzada en un horizonte de tiempo dado” pág. 45.

La visión de una Microempresa es el propósito de que quiere convertirse en un lapso de años si empieza como un microempresa dependiendo de las estrategias que tome para permanecer en el mercado a lo largo de la vida de la Microempresa se puede convertir en Empresa generando más trabajo y aumentando el desarrollo socio económico de su zona.

1.2.6.2 Misión

(Hitt Black M, 2009). Sostiene: “Es la que articula el propósito fundamental de la organización y a menudo incluye varios componentes.” Pág. 198. La misión de cada institución refleja lo que está haciendo, porque existe la organización y porque deberían de comprarle el producto o servicio que ofrecen.

1.2.6.3 Estrategias de crecimiento

(Fred David, 2008). Sostiene: “Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo, son acciones potenciales que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa”. Pág. 13

Es una herramienta importante en la institución porque de estas depende como mantenerse en el mercado, como seguir captando clientes para el crecimiento de la Microempresa.

1.2.7 Estudio financiero

(Francés, 2006). Sostiene: “El primer determinante fundamental de la rentabilidad de una empresa es el atractivo de la industria. La estrategia competitiva proviene de un conocimiento completo de las reglas de la competencia que rigen el atractivo. El fin principal de la estrategia es enfrentar esas reglas y en teoría, modificarlas en su favor. En toda industria, sin importar si es nacional o internacional, o sí se produce un bien o servicio”. Pág. 3.

Saber que es industrias va mucho más de un concepto, por lo que es en esto donde se puede definir lo que es un atractivo producto o servicio innovador. Las razones financieras: Las razones financieras dan indicadores para conocer si la entidad sujeta a evaluación es solvente, productiva, si tiene liquidez, etc.

Algunas de las razones financieras son:

- Capital de trabajo.- esta razón se obtiene de la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. Representa el monto de recursos que la empresa tiene destinado a cubrir las erogaciones necesarias para su operación.
- Prueba del ácido.-es muy usada para evaluar la capacidad inmediata de pago que tienen las empresas. Se obtiene de dividir el activo disponible (es decir el efectivo en caja y bancos y valores de fácil realización) entre el pasivo circulante (a corto plazo).
- Rotación de clientes por cobrar.- este índice se obtiene de dividir los ingresos de operación entre el importe de las cuentas por cobrar a clientes.
- Refleja el número de veces que han rotado las cuentas por cobrar en el período.
- Razón de propiedad.- refleja la proporción en que los dueños o accionistas han aportado para la compra del total de los activos. Se obtiene dividiendo el capital contable entre el activo total.
- Razones de endeudamiento.- esta proporción es complementaria de la anterior ya que significa la proporción o porcentaje que se adeuda del total del activo. Se calcula dividiendo el total del pasivo entre el total del activo.

- Razón de extrema liquidez.- refleja la capacidad de pago que se tiene al finalizar el período. Se obtiene de la división de activo circulante entre el total de pasivos. Representa las unidades monetarias disponibles para cubrir cada una del pasivo total. Esta situación sólo se presentaría al liquidar o disolver una empresa por cualquier causa.
- Valor contable de las acciones.- indica el valor de cada título y se obtiene de dividir el total del capital contable entre el número de acciones suscritas y pagadas.
- Tasa de rendimiento.- significa la rentabilidad de la inversión total de los accionistas. Se calcula dividiendo la utilidad neta, después de impuestos, entre el capital contable.

CFN. Sostiene “En el Ecuador lo desarrollan más del 50% de la población económicamente activa, es decir más de dos millones de personas y que en el sector urbano existen más de un millón de micro-empresas que aportan al producto interno bruto entre el 10% según unos y más del 40% según otros”.

1.2.7.1 Financiamiento

(Tvardek M, 2006), Sostiene: “La micro-empresa, el mercado micro-financiero y la provisión de servicios micro-empresariales evidencian en el Ecuador un desarrollo y crecimiento explosivo y sorprendente en los últimos cinco años”. Pág. 18.

(Vaca J, 2006). Director de la Red Financiera Rural (RFR). Conformada por 43 instituciones que trabajan en micro-finanzas; desde cooperativas de ahorro y crédito, entre ellas Codesarrollo y Cepesiu, hasta los bancos privados, cuya cartera a noviembre de 2006 supera los 500 millones de dólares y un registro de 450,000 operaciones de crédito, Pág. 17.

Los préstamos están dirigidos a distintos proyectos. Por ejemplo hay un alto porcentaje destinado a actividades de comercio, porque en términos financieros son los que menos riesgo tienen. Además están en constante rotación; mientras que las actividades productivas o de transformación, como pueden ser agrícolas, no son sujetas de crédito y en caso de serlo solamente se subvenciona el capital de trabajo.

BCE: “El cálculo se las realiza de acuerdo a la información proporcionada por las propias instituciones financieras, se calcula las tasas promedio ponderadas semanales de cada institución. El Banco Central del Ecuador, en ningún caso determina o fija el nivel de las tasas de interés; éstas son el resultado del mercado.

1.2.7.2 Riesgo

(Gido J. y Clements J, 2007). Sostienen: “El riesgo es la posibilidad de que ocurra una circunstancia no deseada que provoque cierta pérdida”. Pág. 80

Es un hecho que ocurre en algunas Microempresas que en algún caso no venda lo estimado y eso incurra a tener pocos ingresos y ciertas pérdidas de dinero para cubrir los gastos.

1.2.7.3 Valor Actual Neto (VAN)

(Jácome W, 2005). Sostiene: “El VAN representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”. Pág. 82

Saber que el la terminación VAN implica saber, cuándo es viable y cuando no lo es, para su respectiva ejecución. Es importante porque el inversionista antes de la inversión, en base a las investigaciones se sabrá los riesgos que se debe de enfrentar al inicio de un microempresa.

1.2.7.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

(Jácome W, 2005). Sostiene: “La Tasa Interna de Retorno es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en el que el VAN es cero”, pág. 84

No todos los proyectos son iguales por lo que el porcentaje no es el mismo para todos, mediante este porcentaje se puede medir en que año se recuperara la inversión inicial.

En una microempresa una vez obtenida el VAN y el TIR se puede determinar en qué año, meses y días se puede recuperar la inversión inicial del proyecto. Con esto se puede determinar también la recuperación de la inversión propia.

1.2.7.6 Punto de Equilibrio

(Francés, 2006). Sostiene: “Las utilidades se basan en el equilibrio entre oferta y demanda. Sí la demanda supera a la oferta, se obtiene gran rentabilidad. Con todo, el equilibrio a largo plazo entre ambas variables influyen profundamente la estructura de la industria y las consecuencias del desequilibrio afectan a la rentabilidad.” Pág. 8.

La oferta y la demanda cambian constantemente, por lo que son dos indicadores importante para la microempresa al momento de ofrecer un producto al mercado.

1.2.8 Estudio de impacto ambiental

(Córdoba M, 2006), “Emerge, así, una nueva orientación denominada Evaluación Ambiental Estratégica que empieza a desarrollarse incorporando las modernas visiones relacionadas con marcos conceptuales de tanto calado como el Desarrollo Sostenible y la Economía Ecológica.” Pág. 20.

Muy importante para la Microempresas o Empresas que se van a crear, se deben de hacer varios estudios ambientales para determinar si es o no factor contaminante para el medio que nos rodea.

1.3 ENTORNO POLÍTICO LEGAL

La vigente tesis se encamina en la creación de una microempresa procesadora de cacao (theobroma cacao) para la elaboración de chocolate en la comuna dos mangas de la provincia de Santa Elena, aprovechando la materia prima (cacao) dándole un valor agregado (chocolate) , de acuerdo con las reglamentos:

1.3.1 Constitución de la República del Ecuador.

La Constitución del Ecuador del 2008, resuelve en la Asamblea Constituyente, Provincia de Manabí, en el Título VI – Régimen de Progreso:

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

- 1.Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la constitución.
- 2.Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
- 3.Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
- 4.Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
- 5.Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.

6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Se apoya en este artículo la creación de una Microempresa porque construirá un sistema económico que generara plazas de empleo en la actividad productiva de explotación del sector industrial como es la transformación de la materia prima a un producto terminado hacia el consumidor final, mejorando la calidad de vida de los que se dedican a la agricultura del cacao.

1.3.2 Plan Nacional del Buen Vivir fortalecido en el Año 2009 - 2013.

Objetivo # 1: Determinar un sistema económico social, solidario y sostenible.

Construir un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscar equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocer la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado.

Se sostiene el impulso de la tesis, en establecer un sistema económico donde se involucre a los interesados en mejorar su nivel de vida, equilibrando beneficio costo para el involucrado.

1.3.3 Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversión, Año 2010

Libro II: DESARROLLO DE LAS INVERSIONES PRODUCTIVAS Y DE SUS INSTRUMENTOS.

Título I: Del fomento, Promoción y Regulación de las inversiones Productivas.

Capítulo I. De las Inversiones Productivas.

Art. 13, El literal A: Constituir que las inversiones destinadas a producir bienes y servicios, a la ampliación de la capacidad productiva y a generar fuentes de labor al trabajo en la economía nacional.

Capítulo III. Derecho de los inversionistas.

Art. 19, El literal A: Expone que el inversionista está en libertad de producir y comercializar bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, como a la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la Ley.

Libro III: DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACION DE LA PRODUCCION.

Título I: Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Capítulo I. Fomentación y Progreso de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art 53: MIPYMES son personas ya sea natural o jurídica que como unidad productiva ejerce una actividad de producción, comercio y ventas anuales.

1.3.3 Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento

Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento, la creación y fortalecimiento de empresas sociales en el Ecuador como mecanismo de generación empleo y crecimiento económico, año 2006.

En el Capítulo 1-Disposición General:

a) Cultura: Incorporado de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos

que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;

b) Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;

c) Emprendimiento: Manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad

d) Empresarialidad: Extensión de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;

e) Formación para el emprendimiento. La alineación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;

f) Planes de Negocios. Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

Fortalecer el espíritu emprendedor en todos los niveles del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;

Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas.

Conjunto de compromiso para fomentar el espíritu emprendedor en todos los seres humanos del país, en el cual se logre aficionar el trabajo sobre los principios que instaura la Constitución y la presente ley, los micros y pequeñas empresas innovadoras generaran plazas de empleo y las condiciones de vida mejoraran.

1.3.4 Reglamento operativo

Reglamento operativo del fondo para el desarrollo de las pymes (Fondepymes), año 2007.

En el Capítulo II: Gestión Empresarial:

En el art. 13 se declara que es sostenible colaborar a la innovación, reconversión productiva y la adaptación de las empresas pequeñas y medianas a la apertura comercial. Es por ello que el componente se ha centrado en proponer un reglamento operativo que acceda a fortalecer y a operacionalizar un mercado de en la medida de que cada empresa prospere a través del control de la calidad de los productos brindados y el libre flujo de la oferta y demanda.

En el Capítulo IV - Innovación Tecnológica y Productividad.

Art. 37 instituye un tecnológico, que se asocie al desarrollo y producción de algún prototipo de innovación productiva en las microempresas, establece un componente fundamental para su competitividad.

1.3.5 Normas Internacionales de Contabilidad

NIC 1: El objetivo de esta Norma consiste en establecer las bases para la presentación de los estados financieros con propósitos de información general a

fin de asegurar que los mismos sean comparables, tanto con los estados financieros de la misma entidad de ejercicios anteriores, como con los de otras entidades diferentes. Para alcanzar dicho objetivo, la Norma establece, en primer lugar, requisitos generales para la presentación de los estados financieros y, a continuación, ofrece directrices para determinar su estructura, a la vez que fija los requisitos mínimos sobre su contenido. Tanto el reconocimiento, como la valoración y la información a revelar sobre determinadas transacciones y otros eventos, se abordan en otras Normas e Interpretaciones.

El término estados financieros se refiere al balance general, estado de resultados o de ganancias y pérdidas, estado de flujos de efectivo, notas, y otros estados y material explicativo que sean identificados como parte de los estados financieros.

Las Normas Internacionales de Contabilidad se aplican a los estados financieros de cualquier organización comercial, industrial o empresarial.

Se consideran estados financieros básicos: el balance general o estado de situación financiera y el estado o cuenta de resultado.

NIC 2:

El costo de los inventarios se compone de su valor de compra, derechos de importación, transporte y otros impuestos y costos atribuibles a su adquisición.

El método de costeo permitido es el FIFO.

El costo de un producto o servicio debe ser reconocido como un gasto. Cualquier rebaja, ya sea por pérdida o ajuste, debe ser reconocida como pérdida en el periodo en que se produce.

Deben ajustarse al valor más bajo de entre su costo y su valor neto de realización. Revelando en los estados financieros las políticas contables relativas a inventarios, los métodos de costo utilizados, los montos y cualquier rebaja importante producida en el periodo

NIC 4:

La vida útil debe estimarse considerando los siguientes factores: uso y desgaste físico esperado, obsolescencia y límites legales o de otro tipo para el uso de un activo.

Las vidas útiles y los activos depreciables deben revisarse periódicamente y las tasas de depreciación deben ajustarse para el periodo en curso y para los posteriores, si las expectativas son muy diferentes a las estimaciones realizadas.

Vida útil es el periodo durante el cual se espera que un activo depreciable sea usado por la empresa, incluidos sus repuestos. Para determinarla se debe considerar, entre otros, los siguientes factores: intensidad de utilización del bien, obsolescencia técnica, programa de mantención, etc.

El monto a depreciar debe ser el valor bruto corregido monetariamente menos el valor residual estimado.

1.3.6 Normas internacionales de información financieras

NIIF 1. Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera.

Esta norma regula que empresas deben aplicar las NIIF, los objetivos, el procedimiento a aplicar, las exenciones de aplicar alguna NIIF. En cuanto al procedimiento esto es lo que dice la norma:” La entidad preparará un balance de apertura con arreglo a las NIIF en la fecha de transición a las NIIF.

Este es el punto de partida para la contabilización según las NIIF. La entidad no necesita presentar este balance de apertura en sus primeros estados financieros con arreglo a las NIIF”. Es decir que se actuará desde un año antes acorde a las NIIF.

Respecto a las políticas contables esto es lo que se puede leer: “La entidad usará las mismas políticas contables de acuerdo a las NIIF.

Estas políticas contables deben cumplir con cada NIIF vigente en la fecha de presentación de sus estados financieros en periodo de vigencia de las NIIF”. En definitiva si una pyme por ejemplo debe presentar sus cuentas el próximo 31 de Diciembre (2006), pues debe hacerlo según el PGC, pero para el siguiente año ya debe presentar sus cuentas según la normativa vigente en ese momento (NIIF).

1.3.6 Norma Regulatoria

La ISO es la federación mundial de organismo de normalización que estudia y aprueba aquellas normas de aplicación internacional. INEN, es el organismo representante en nuestro país cuyas siglas significa INSTITUTO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN.

Las normas ISO 9000 fueron creadas para las empresas públicas y privadas, al crear servicios y productos destinado a satisfacer las necesidades y demandas de los clientes o usuarios, es decir para conseguir de que el producto o el servicio obtenga la calidad deseada, concertada, pactada o contratada entre el cliente y la empresa, tiene que adoptar y aprobar una serie de especificaciones técnicas y de uso, que a nivel internacional se conoce con el nombre de la serie de Normas ISO 9000.

Objetivos de las normas ISO 9000

1. Armonizar las característica de las tecnologías de producción entres diferentes países para evitar las diferencias se conviertan en obstáculo o barreras para la exportación y el intercambio comercial.
2. Las ISO 9000 desnudan o identifican las falencias de los procesos tradicionales en producción o servicios, y sirven para definir su secuencia

e interacción, crea método de control, aplica sistema de supervisión y documenta cada uno de los procedimientos de producción, de transformación o de servicio.

3. Satisfacer los requerimientos de los clientes y evitan accidentes y errores de producción que perjudiquen la calidad de un bien o servicio.

Pasos para implementar un sistema de calidad a través de ISO

1. Tomar conciencia de la necesidad de implantar un sistema de calidad o de certificar la empresa.
2. Concientización de todo el equipo directivo, de los mandos medios y de toda la planta de trabajadores.
3. Tomar la decisión en firme, hacerlo proyecto y ponerlo en marcha.
4. Lograr el compromiso de todos mediante un proceso de formación y capacitación.
5. Poner en práctica pasó a paso, las innovaciones, mejoras, cambios y documentos.
6. Control junto a las mejoras.

El registro y certificación de las empresas de calidad

La empresa interesada debe conocer al detalle, el propósito de la verificación y contar con la información de sus requerimientos. Contactar a un organismo nacional o internacional consultor, que asesore a la empresa sobre la implantación de un sistema de calidad que más se adapte a la empresa o sobre la homologación de productos o servicio o simplemente para aumentar la competitividad empresarial.

1.4 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

El macro entorno de una pyme son las variables que intervienen en la formación de la organización, que no pueden ser controladas y suelen ser muy poderosas que a su vez tienen un efecto decisivo sobre la organización.

1.5 ANÁLISIS ECONÓMICO

1.5.1 PIB del sector

La Organización Internacional de Cacao (ICCO), informa que en el mundo se producen 3,5 millones de toneladas de cacao; de las cuales, el Ecuador apenas aporta con el 3% de la oferta mundial. Los principales países productores de cacao son Costa de Marfil, Ghana e Indonesia.

Sin embargo, nuestro país es el líder mundial en la producción y exportación de cacao fino o de aroma con el 61% del total mundial. En el plano nacional, el cacao se ha producido desde hace más de 400 años. La aportación en los años 2002-2011 al PIB total ha sido del 0,57% y al PIB agropecuario del 6,4%. Además, es un importante generador de empleo, pues se estima que aproximadamente 600.000 personas participan directamente en la actividad. La cadena de cacao participa en el 4% de la PEA nacional y el 12,5% de la PEA agrícola.

Según el boletín anuario del Banco Central del Ecuador del 2012, durante el período 2002-2011, el banano es el primer producto de origen agrícola exportable con \$ 14.200 millones, el segundo lugar lo ocupa el camarón con \$ 5.900 millones; y, en el tercer puesto aparecen las flores con ventas de \$ 4.600 millones. El cacao aparece como cuarto en importancia con unos \$ 2.700 millones, de los cuales, el 79% corresponde a grano seco y fermentado; y el 21% restante, forma parte de los semielaborados (licor, manteca, polvo, chocolate, etc.).

1.5.2 Inflación

Datos del Banco Central del Ecuador el año 2012 tuvo una inflación de anual de 4,16%, se estima para este 2013 una inflación de 4,40%, y para el año 2014 una inflación de 3,20%.

La inflación anual de septiembre del 2012 a septiembre del 2013 es 1,71%.

TABLA 5: Tasa de inflación

Inflación	Año
2002	12,5
2003	7,90
2004	2,00
2005	2,10
2006	3,40
2007	2,30
2008	8,30
2009	4,30
2010	3,30
2011	4,50
2012	4,16

Fuente: BCE

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

1.6 ENTORNO SOCIAL

Otro aspecto clave en un estudio de mercado es el entorno social. Nos estamos refiriendo a elementos como el estilo de vida, el nivel educativo, formación profesional, pautas culturales, demografía, flujos migratorios y distribución de la renta explican el comportamiento del consumidor potencial. Por ello debemos tener en cuenta la realidad social del país al que nos vamos a dirigir. En este entorno, las relaciones de los grupos de interés se desarrollan con diversas dinámicas.

Por una parte, los directamente relacionados con las empresas, tendrán sobre ellas un especial interés y un cercano seguimiento de sus actividades; por otra parte, aquellos que no tienen una relación directa, sus actividades serán fortuitas y quizá no tendrán un seguimiento particular y detallado de sus actividades. Por consiguiente será necesario obtener información sobre distintas variables que

configuran el entorno social. Son tantas las variables que nos pueden dar distintos organismos que podemos agruparlas:

1. Población
2. Educación
3. Cultura y ocio
4. Salud
5. Seguridad y justicia
6. Nivel, calidad y condiciones de vida
7. Mercado laboral
8. Análisis sociales
9. Procesos electorales

1.7 FACTOR TECNOLÓGICO

Limpieza de habas

Actividad para el proceso productivo del chocolate comienza en retirar sustancias contaminantes como: piedras, ramitas y otros materiales extraños, con tal fin se pueden utilizar cribas, separadores de aire o detectores y separadores metálicos. Una instalación completa para la limpieza de habas de cacao está constituida por una tolva a través de la cual son alimentadas las habas de cacao a una primera criba con una malla de tamaño tal que retiene las impurezas gruesas, pero deja pasar las habas, esta malla de manera continua alimenta a una segunda malla que retiene las habas pero deja escapar las impurezas finas, posteriormente las habas pasan por un sistema que aspira el polvo que aun tengan.

Las habas son alimentadas por una tolva a un imán rotatorio, de forma que las partículas ferrosas mezcladas con las habas se adhieran al imán y son separadas de ellas. Posteriormente las habas son alimentadas a un separador de piedras y vidrio el cual está constituido por una banda en plano inclinado en este plano los vidrios o piedras que escaparon al primer cribado. Son separados por gravedad de las

habas, en este último paso del proceso de limpieza las habas son nuevamente sometidas a aspiración para separar de ellas el polvo.

Térmico De Las Habas De Cacao

Este proceso del tostado del cacao se lleva a cabo con el propósito de disminuir el contenido de humedad de los granos, desarrollar el aroma y sabor del cacao con la pérdida de volátiles, y facilitar la eliminación de la cascara.

Existen dos alternativas dentro del proceso productivo: el tostado convencional de las habas enteras o bien someter las habas a un tratamiento térmico previo. Tostado convencional.- Se realiza en hornos tostadores continuos tipo tambor de revolución, temperatura de operación de 100 a 140°C y permanencia de 45 a 90 minutos, estos parámetros dependerán del aroma requerido. Estos tostadores continuos requieren tamaños de grano uniformes para obtener un tostado homogéneo.

En el tostado las habas rotas dejan escapar la manteca de cacao a través de las células lesionadas, disminuyendo el rendimiento productivo. Los tostadores discontinuos se utilizan para pequeñas cargas cuando se requieren aroma y sabores especiales para la mezcla. Tratamiento térmico previo.- Para superar las desventajas del tostado convencional se ha desarrollado este proceso de tratamiento. El cual a su vez es posible realizarlo mediante un proceso de sincronización o mediante el tambor de infrarrojos.

En este sistema las habas son alimentadas a un tambor dotado con un transportador interior en espiral exponiéndose a radiación infrarroja, las habas son alimentadas en forma continuas calentándose con gran uniformidad, por efecto del tratamiento las cubiertas se desprenden, la pérdida de grasa es muy pequeña, este método es, más eficiente que los métodos convencionales y que el sistema de sincronización.

Tamices móviles

Posteriormente de los procesos de tostado las habas aun calientes se retiran de sus cubiertas, germen, arenillas y almendras, mediante tamices rotatorios, es muy importante separarlo lo más completamente posible estos elementos de las almendras, ya que al triturador sólo deben pasar habas de cacao buenas.

Moliendas

Triturar las habas hasta que quede una masa fina y homogénea, para la trituración se dispone de una gran variedad de maquinaria que puede realizar el trabajo, en una o varias etapas. Un procedimiento de dos etapas está constituido por una trituración previa y una trituración fina.

Se realiza mediante molinos de palas, durante el triturado la manteca de cacao se funde como resultado de la elevación de temperatura, derretir la masa. Para esta etapa de la trituración fina conocida también como molturación se manejan molinos de discos, de rodillos, de mazos y de bolas. Es importante librar completamente la grasa lo cual se logra mediante un triturado muy fino del material sólido.

Agitador Para Chocolate

Mezcla de ingredientes requiere el refinado de las partículas sólidas de leche y azúcar para que sean adecuadamente finas para agregarse al producto final, una de las técnicas es desecar por atomización una disolución de azúcar y leche.

Otra técnica es la conocida como "paso de azúcar revuelto", en este proceso se añade a la pasta de cacao una disolución muy aglutinada de azúcar o de azúcar y leche en cocción. Realizan el mezclado de los ingredientes que desean incorporar en el producto.

Moldeadoras y enfriamiento

Los métodos de moldeo se basan en hacer fluir el chocolate al molde o sobre el centro a bañar y luego proceder al endurecimiento lo más rápidamente posible, mediante túneles de enfriamiento. En este proceso se lleva a cabo la forma del producto final.

Empacadora

El chocolate debe ser empacado en una primera envoltura de papel usualmente metálico, posteriormente en otra envoltura de papel, la que lleva impreso marca, características del producto, etc., los chocolates se empacan posteriormente en cajillas que llevan de 12.

1.8 ANÁLISIS FODA

Elemento de estudios importante que permite analizar los factores interno de la pyme como fortalezas y debilidades, además los factores externos como son las oportunidades y debilidades que no pueden ser contraladas y son decisivas para la pyme.

Cabe destacar que al decir FODA en la creación de una pyme no existen fortalezas ni debilidades, pero si existen en el sector donde pertenecerá:

Fortaleza

1. Suelo fértil para la planta del cacao. (Buena situación geográfica y climática).
2. Agricultores expertos en la agricultura de la planta del cacao de aroma fino.
3. Microempresa y diseño de producción propio.

4. Facilidad al encontrar proveedores de la materia prima.
5. Producto único sin competencia en el mercado provincial.
6. Producto de calidad.
7. La pyme tiene una opción para lograr un crecimiento deseado.

Oportunidades

1. Disposición de tierras (hectáreas).
2. Crear fuentes de trabajos.
3. Préstamos bancarios.
4. Conseguir nuevas tecnologías con el fin de brindar un producto de calidad
5. Materia prima de bajo costo.
6. Alianzas estratégicas (MI COMISARIATO, SUPERMAXI, TIA, AKI Y SUPER AKI).

Debilidades

1. Primera Creación de Microempresa procesadora de cacao dentro del mercado.
2. Escasez de liquidez (inversión).

Amenazas

1. Inestabilidad económica y política del país.
2. Aparición de nuevas pymes en el mercado local.
3. Fuerte competencia de empresas grandes. (NESTLE, FERRERO, LA UNIVERSAL).
4. Índice delincencial.
5. Plagas y enfermedades que afecten los cultivos de la Comuna Dos Mangas.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo investigativo utilizo un diseño basado en depurar la problemática existente sobre la escasa producción de cacao con la finalidad de abatir las causas del problema y sus consecuencias, se realiza una investigación cualitativa y cuantitativa, los paradigmas recomendados para definir claramente y profundamente la solución al problema, conocidos por ser positivos, explicativos, realista, interpretativo, naturalista, participativo.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño investigativo significa llevar la teoría a la práctica, se basará en una investigación no experimental porque no afectara a ninguna variable establecida, por lo tanto se realizará un diseño transversal del modelo de encuesta y entrevista planificando actividades a realizar con una excelente planificación para la recolección de datos que nos ayuden con los diferentes criterios para llevar a cabo el proyecto de creación de una microempresa por que se realizará una sola vez en el tiempo determinado. (Méndez C, 2008)

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Será la aplicación de los siguientes métodos: Método Inductivo, Método deductivo, Observación, Síntesis y Estadísticos explicado en el ítem 2.4. (Méndez C, 2008).

La investigación cualitativa se la empleo para identificar la naturaleza del porque existe poca producción de cacao y porque no tienen la iniciativa de procesar el cacao para transformarlo en chocolate en la Comuna Dos Mangas.

La investigación cuantitativa se la realizo para verificación de hipótesis para identificar los clientes insatisfechos con la falta de una microempresa procesadora de chocolate ayudando de esta manera la capacidad de producción del chocolate.

2.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se utilizaran varios tipos de investigación:

Investigación Bibliográfica:

Constituye la investigación del problema determinado con el fin de ampliar, profundizar y analizar su conocimiento producido este por la uso de fuentes primarias en el caso de documentos y secundarios en el caso de libros, revistas, periódicos entre otros.

Se apoyará en textos para recolectar información sobre como los agricultores cacaoteros trabajan el cacao, procesos de elaboración de chocolate, mediante libros virtuales donde además se conseguirá información de técnicas de cultivos, cosechas, secados, transformación de la materia prima a un producto terminado, ventas, administración, organización temas que ayudaran al desarrollo del proyecto bien fundamentado.

Investigación de Campo:

Analizar de manera directa el tratamiento que se le da al cacao para la obtención del producto como es el chocolate. Nos acercaremos a los productores cacaoteros para observar el proceso de cómo obtener la pepa de cacao importante para el desarrollo del proyecto de la creación de una microempresa.

Entrevista: una entrevista en profundidad es una técnica de recogida de información de carácter cualitativo, permite obtener un tipo de información que sirve para aproximarse a las creencias, tipificaciones, estereotipos y

argumentaciones de las personas participantes sobre la didáctica a los agricultores de cacao.

Encuestas: es importante para poder hacer un diagnóstico de cómo está en realidad el problema cuantificarlo y cualificarlo. Mediante la encuesta a los habitantes de la Provincia de Santa Elena (clientes externos) en los cantones de Salinas, Libertad y Santa Elena.

2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Método Deductivo - inductivo:

Porque al conocer de manera particular la producción de cacao en nuestro país y comparar con la cantidad de consumos de chocolate podemos considerar la implementación del proyecto de creación de una Microempresa dedicada a la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas de la provincia de Santa Elena. (Méndez C, 2008)

Método Analítico - Sintético:

Porque se va a comparar los efectos más importantes que se puedan observar para que los cacaoteros puedan comercializar el producto en la comuna. (Méndez C, 2008)

Observación:

Visitar los cultivos y buscar información de empresas procesadora de cacao a chocolate para comparar ambos, de esta manera el apreciar de manera directa e indirecta estos procesos ayudará a dar nuevas ideas de expectativas para el debido desarrollo del proyecto de creación. (Méndez C, 2008)

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica en investigación es un instrumento que permite facilitar el procesamiento de la información en la investigación. Considerando los objetivos de la investigación, en el presente trabajo se utilizaron técnicas de tipo documental y de campo. (Méndez C, 2008)

Documental: se considera el análisis de periódicos, revistas, libros para el desarrollo del proyecto.

Fichaje: se considera como aquel instrumento que facilita al autor obtener información para el desarrollo de la investigación.

Lectura científica: mediante esta técnica permite ampliar el conocimiento del fenómeno en estudio y realizar las propias conclusiones que permiten profundizar el desarrollo de la investigación.

Análisis de contenido, Redacción y Estilo: aspectos importantes que permiten la confiabilidad y validez del trabajo de investigación considerando la diferente información obtenida en los instrumentos utilizados.

Encuesta y Entrevista: instrumento guía mediante el cual se establece el diagnóstico y la propuesta del proyecto de creación de una microempresa procesadora de cacao en la Comuna Dos Mangas en la Provincia de Santa Elena dirigido a los productores cacaoteros y público en general.

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Con la finalidad de dar respuestas a los objetivos planteados en la investigación se diseñó un instrumento que permite recoger información de la producción de cacao de aroma fino en la Comuna Dos Mangas de la Provincia de Santa Elena para ello se utilizan técnicas como es la encuesta con aplicación de escala de tipo Likert y donde se establece un set de preguntas para la entrevista a los agricultores de Cacao.

TABLA 6: Recolección de información

Etapas	Pasos
Definición de los objetivos y del instrumento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisión y análisis del problema de investigación. ✓ Definición del instrumento. ✓ Revisión de bibliografía y trabajos relacionados con la construcción del instrumento. ✓ Consulta a expertos en la construcción de instrumentos ✓ Determinación de la población ✓ Determinación de los objetivos, contenidos y tipos de ítems del instrumento.
Diseño del instrumento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de los ítems. ✓ Estructuración de los instrumentos. ✓ Redacción de los instrumentos.
Revisión del instrumento.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sometimiento del instrumento a juicio de expertos. ✓ Revisión del instrumento y nueva redacción de acuerdo a recomendaciones de los expertos. ✓ Aplicación del instrumento a la muestra.
Elaboración definitiva del instrumento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Impresión del instrumento.

Fuente: Diseño de la investigación.
 Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

En la Provincia de Santa Elena Existe una gran infraestructura de tierras que están actas para el cultivo de cacao, como también existe una gran demanda de habitantes que consumen chocolate. (Albert M, 2007)

A los agricultores lo encontramos en la zona norte de la Provincia al igual que en cada cantón existen personas que les gusta el chocolate.

La población a la que está dirigida la presente investigación es a los 80 agricultores de la Comuna Dos Mangas (entrevista) y a los habitantes de la Provincia de Santa Elena teniendo en cuenta que el total de su población es de 308,693 habitantes por lo que se escogió el total de la población de la edad de 20 años hasta los 60 años de edad (encuestas) que son 151,960.

TABLA 7: Población

Elementos	N
SALINAS	34,096
LIBERTDAD	47,754
SANTA ELENA	70,110
Total	151,960

Fuente: Diseño de la investigación.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Muestra

Identificando los parámetros de investigación se consideró la herramienta básica como es el muestreo estratificado, siendo que la muestra es una parte representativa de la población, esta herramienta nos ayuda a tener un número de encuestas para aplicar en la provincia, considerando que la población es infinita, se aplica con los siguientes datos. (Albert M, 2007).

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

Dónde:

N: Tamaño de la población = 151,960

n: Tamaño de la muestra = 369

Z: Valor z dado un nivel de confianza del 95 % = 1.96

P: Probabilidad de éxito = 0.60

Q: 1-p que corresponde a la probabilidad del fracaso = 0.40

I: Margen de error = 0.05

$$n = \frac{(151960) \cdot (1,96^2) \cdot (0,6) \cdot (0,4)}{(0,05)^2 \cdot (151960 - 1) + (1,96^2) \cdot (0,6) \cdot (0,4)}$$

$$n = \frac{(151960) \cdot (3,8416) \cdot (0,24)}{(0,0025) \cdot (151959) + (0,921984)}$$

$$n = \frac{140,010.46886}{151960}$$

$$n = 369$$

Se identifica por dividir en grupos la población obtenida. En el estudio, la población total es 151,960 habitantes en la Provincia de Santa Elena, la misma que al hacer el muestreo estratificado solo nos quedara una proporción para realizar la encuesta final.

Para realizar la estratificación se tomó en consideración el factor diferenciado (Fh) como se muestra a continuación.

FRACCION MUESTRAL

$$fh = \frac{n}{N} = ksh$$

$$fh = \frac{369}{151.960} = 2.421689$$

Fh= fracción muestral

N: Tamaño de la población

n: Tamaño de la muestra

Posterior al cálculo realizado, se procede a realizar la respectiva estratificación de la muestra empleada.

TABLA 8: Muestra Estratificado por cantón

Estrato	Elementos	Fracción Muestral	N	n
E1	SALINAS	2,42168992	34,096	83
E2	LIBERTDAD		47,754	116
E3	SANTA ELENA		70,110	170
	Total	N	151,960	369

Fuente: INEC.

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

2.8 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Revisión de los proyectos de tesis (Planteamiento del problema).
2. Revisión de variables y cada una de las matrices.
3. Revisión bibliográfica. (Marco teórico).
4. Metodología (definición de la población, selección de la muestra, elaboración del instrumento).
 - a. Tabulación de datos.
 - b. Elaboración de Tablas y Gráficos.
5. Análisis e interpretación de los resultados (Conclusiones y recomendaciones).
6. Desarrollo de la propuesta.
7. Preparación y redacción del informe final.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el capítulo II se estableció la metodología a utilizarse en la responsabilidad de llevar a cabo esta investigación, se procedió a la aplicación de las encuestas con el fin de establecer si es o no factible la creación de una microempresa de chocolate en la comuna Dos mangas dentro de la Provincia de Santa Elena.

Para determinar la información obtenida se procede al procesamiento de la información obtenida las respuestas de las encuestas se da en forma resumida tal como se presentaran en cuadros, gráficos y análisis de su contenido respectivo de cada ítem. Se establece que la información recogida en la encuesta es para determinar la comprobación de la hipótesis para su posterior diseño de la propuesta que nos llevara a la solución del trabajo de investigación.

Se realizó la entrevista en la Comuna Dos Mangas a 80 agricultores el 21 de Septiembre del 2013 a las 10:00 am. Los agricultores muy amables accedieron a la entrevista para exponer sus inquietudes y expresar que están de acuerdo con la creación de la Microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate puro. (Ver anexo 2)

Se realizó 369 encuesta a la población de los tres cantones de la Provincia de Santa Elena: Salinas, La Libertad y Santa Elena desde el 19 de septiembre hasta el 26 de septiembre del 2013. (Ver anexo 3)

Los habitantes muy amablemente respondieron las preguntas, expresando su opinión de que si debería de existir en la Provincia una Microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate puro.

3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.

1. ¿Conocen los procesos que realiza una procesadora de cacao?

Sí, una procesadora de cacao es una organización que realiza procesos para obtener similitudes de productos del cacao, como es la manteca de cacao, la pasta de cacao, licor de cacao, productos que sirven para elaborar los dulces de chocolates preferidos por las personas, como también el cacao en polvo, galleta de chocolate, chocolate a la tasa, coberturas de chocolate para tortas.

Una procesadora de cacao es la que se encarga de escoger la materia prima en buen estado no todo sirve al momento de la cosecha para la elaboración de cualquier tipo de chocolate como es al momento de escoger la mazorca se tiene que sacar las semillas dejarlas fermentar, luego de eso dejar secar para seguir con el tostado de la semilla y de allí seguir con los diferentes procesos para sacar ya sea anteca o pasta de cacao.

2. ¿Cómo considera ustedes la idea de creación de la Microempresa procesadora de cacao en la Comuna Dos Mangas?

Muy buena idea porque nadie ha tenido esa iniciativa de crear una microempresa, sabiendo con certeza que los suelos de la Comuna Dos Mangas son aptos para el sembrío de la planta de cacao y que existen hectáreas que no están siendo utilizadas por los moradores ya que solo utilizan poco de su tierra porque se dedican al sembrío de corto plazo como son los tomates, cebolla, papa, limón, sandía, papaya, melón entre otros.

Con la idea de creación de una microempresa los agricultores se dedicarían al sembrío de cacao porque tendrían a quien vender las mazorcas de cacao ya que los que producen cacao los venden a Guayaquil pero a los intermediarios que no pagan bien por el quintal de mazorcas del cacao.

3. Cree ustedes. ¿Qué con la creación de la microempresa procesadora de cacao mejorara la calidad de vida de los agricultores de la Comuna?

Pero por supuesto existirán más fuentes de trabajo y ya no emigraríamos a otros lugares sabiendo que en nuestra comuna existe trabajo como es trabajar en el sembrío de las plantas de cacao y como operarios en la microempresa. Existen personas que por dinero han dejado la comuna por irse a trabajar a otros lugares como es Guayaquil, Quito y Manta otros han dejado el país han emigrado a España.

4. ¿Cómo consideran la situación agrícola en la Comuna Dos Mangas?

Los suelos son muy fértiles toda clase de fruta se puede cosechar ya que estamos cerca del río Chongon-colonche, se puede instalar tuberías para el riego. Estamos ahora con la producción de 30.000 mil plantas de cacao de aroma fino para entregar a la prefectura ya que ellos nos han dado 60.000 dólares para construir el vivero sembrar las plantas de cacao muy aparte ese está produciendo 2.200 plantas de cacao para vender a Guayaquil muy barato pero esa es la situación de nuestra comuna.

5. Están de acuerdo. ¿Qué los agricultores deben de participar en programas de capacitación con relación a técnicas para la siembra y cultivo del cacao?

Por supuesto que sí porque se necesita de mucho conocimiento para el sembrío las tecnologías hoy en día cambian como es que una planta de cacao puede durar para dar sus primeras mazorcas en tres años pero si se usan técnicas para el sembrío y cultivo la planta en un año y medio puede estar dando sus frutos y de allí cada tres meses.

6. Les agrada la idea. ¿Qué en la Comuna exista una microempresa que se dedique a la elaboración del chocolate?

Si nos agrada porque se cosecharía más cacao y sería una de las Provincia reconocidas a nivel nacional como la Comuna que se dedicaría al 100% al cultivo de cacao y al mismo tiempo a producción de chocolate.

El chocolate es muy preferido por la mayor parte de los peninsulares y la microempresa vendería el producto a los habitantes por medio de los centros comerciales, supermercados y tiendas en los diferentes lugares de la Provincia.

7. Les agrada la idea. ¿Qué en la Comuna exista una microempresa que se dedique a la elaboración del chocolate?

No se encuentra satisfecho ya que al momento de vender el producto lo vende a intermediarios que les compra el producto muy barato por lo que se ven obligados a vender su producto para no perjudicarse en quedarse con la producción de cacao. No pierden la esperanza de crear una procesadora de caco para vender la materia prima a otro valor.

8. Piensa ustedes. ¿Qué el integrar el proyecto de creación de una Microempresa incluyendo al productor promoverá la participación activa de este?

Si, existen agricultores que producen frutas de ciclos cortos y que al venderlos también lo venden muy barato, por lo que si se da la oportunidad de creación de la microempresa los agricultores tendrán a quien vender la cosecha una vez recogida y seguirá produciendo porque se tendrá la seguridad que se venderá a un precio justo y en la misma comuna.

9. ¿Qué tan beneficioso creen ustedes que sería la inversión de una Microempresa procesadora de cacao en la comuna?

Muy beneficiosa porque los agricultores y los demás habitantes tendrán un cambio en el nivel económico al comercializar el producto y existirá un mejor nivel de vida de cada uno porque aumentarán los ingresos adquisitivos, la materia prima como es el cacao se venderá dentro de la zona y un precio justo.

10. Creen ustedes. ¿Qué la comuna pasara a ser una zona industrial competitiva con la creación de una Microempresa dedicada al proceso del cacao para culminar en la elaboración de chocolate y comercializar su producto en la Provincia de Santa Elena?

Si, si bien es cierto en la provincia de Santa Elena no existe ninguna microempresa que se dedique a la elaboración de chocolate, será la primera microempresa que adquirirá la materia prima en la propia Provincia y venderá el producto en la misma, la Provincia tendrá una comuna dedicada a la industrialización del cacao.

Con la creación de la microempresa creada en la Comuna Dos Mangas los ingresos aumentaran y cada uno de los agricultores cultivara más cacao existirá un crecimiento de cosecha y a un precio justo la economía de los agricultores mejora produciendo el cacao para la microempresa procesadora de cacao para elaborar chocolate negro.

3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

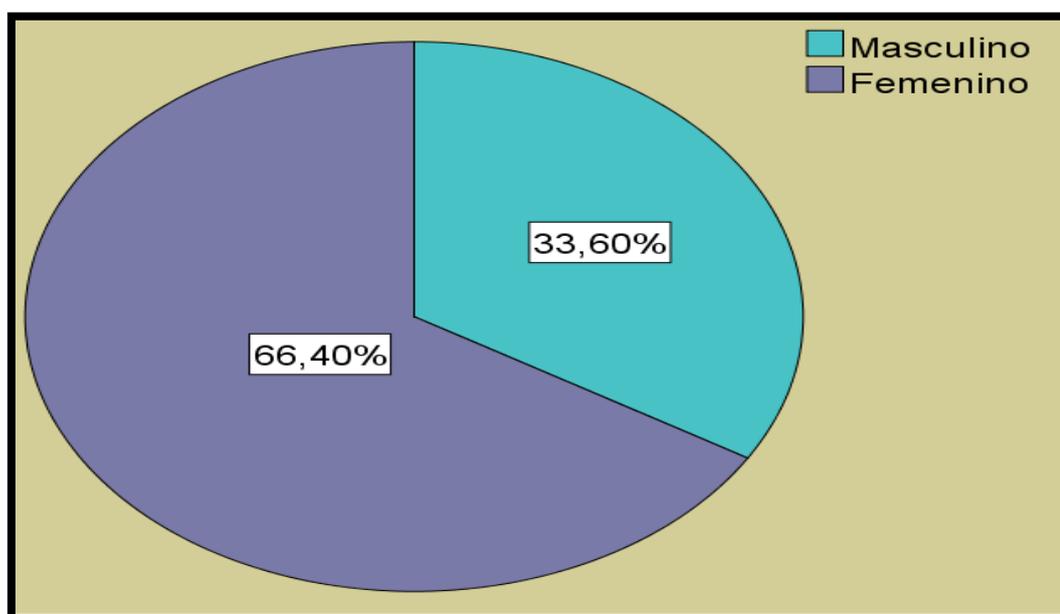
Género de los encuestados

CUADRO 1: Género de los encuestados

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
★	Masculino	124	33,6	33,6
	Femenino	245	66,4	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 3: Género de los encuestados



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Esta pregunta se establece para determinar cuántas de las personas encuestadas fueron de Género Femenino y Masculino.

Del total de los encuestados en la Provincia de Santa Elena, en sus tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena claramente se muestra que del total de las personas encuestadas en su mayoría fueron de Género Femenino y pocos de Género Masculino.

Se determina que las personas de Género Femenino son las personas que muy amablemente nos ayudaron a realizar esta encuesta.

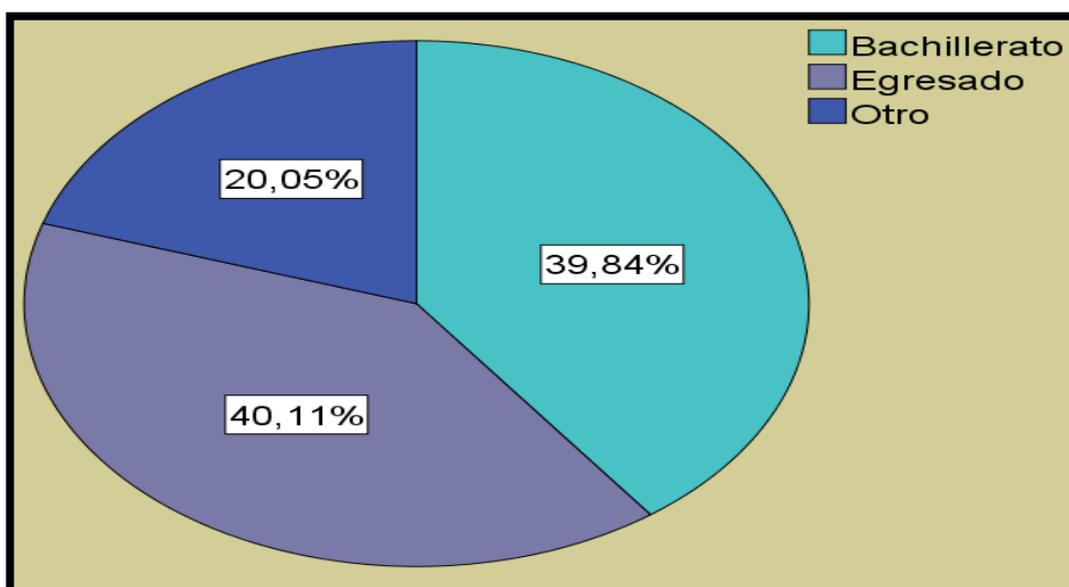
Instrucción de los encuestados

CUADRO 2: Nivel de Instrucción

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Bachillerato	147	39,8	39,8
	Egresado	148	40,1	79,9
	Otro	74	20,1	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 4: Nivel de Instrucción



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

En la Provincia, en sus tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena esta pregunta se establece para determinar cuántos de los encuestados son de nivel de instrucción Bachillerato, Egresados u otros.

Del total de encuestados la mayoría son Egresados, en una cantidad aceptable de los encuestados son Bachillerato y el restante son personas que trabajan y otros Graduados de universidad y están en proceso de Maestrías.

Se realizó en la provincia encuestas de nivel de instrucción Egresados de Universidad, encuestas de nivel de instrucción Bachillerato y encuesta que son personas que trabajan y otros que están en proceso de Maestría.

Estado civil

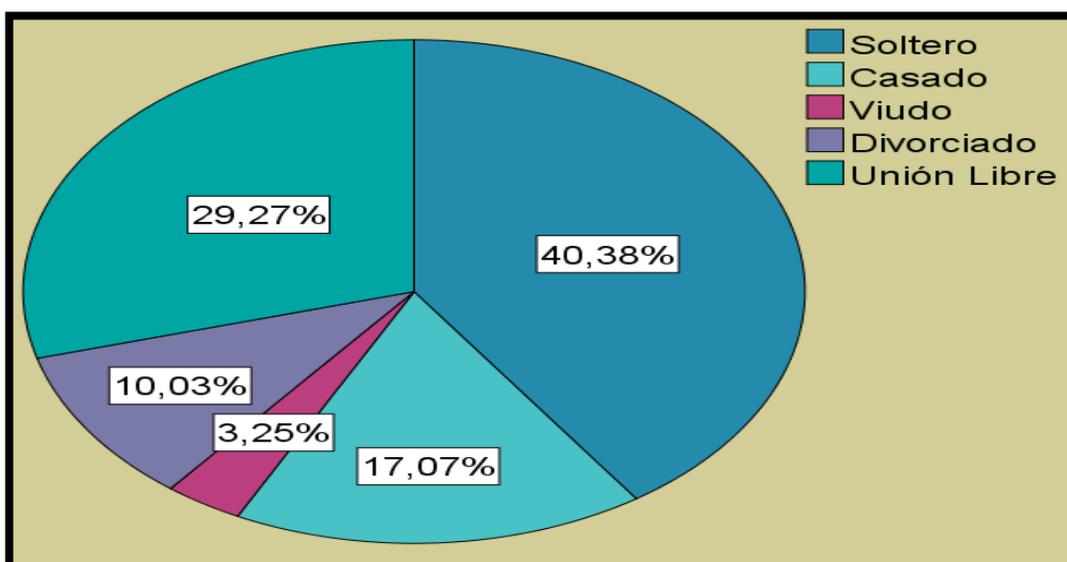
CUADRO 3: Estado civil

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Soltero	149	40,4	40,4
	Casado	63	17,1	57,5
	Viudo	12	3,3	60,7
	Divorciado	37	10,0	70,7
	Unión Libre	108	29,3	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 5: Estado civil



Fuente: Población de Santa Elena.

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

En la Provincia en sus tres cantones Salinas, La libertad y Santa Elena esta pregunta se establece para determinar cuántas personas son Solteras, Casadas, Viudas, Divorciadas y en Unión Libre.

Del total de los encuestados el 40,40% son de estado civil Soltero, el 29,30% son personas que están en Unión Libre, el 17,10% son de estado civil Casado, el 10% de los encuestados son Divorciados y el 3,30% son Viudos.

En su mayoría del total de 369 encuesta 149 personas encuestadas fueron de estado civil Solteros.

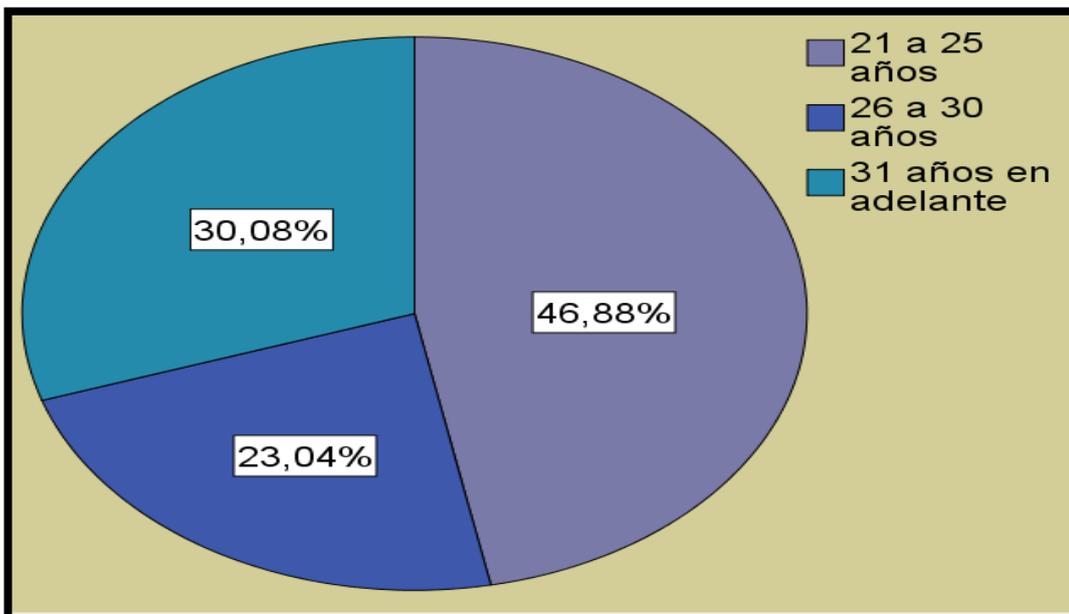
Edad de los encuestados

CUADRO 4: Edad

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
★	21 a 25 años	173	46,9	46,9
	26 a 30 años	85	23,0	69,9
	31 años en adelante	111	30,1	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 6: Edad



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

En la Provincia en sus tres cantones Salinas, La libertad y Santa Elena esta pregunta se establece para determinar cuántas personas encuestadas: tienen un rango de 21 a 25 años, de 26 a 30 años y de 31 años en adelante.

Del total de los encuestados la mayoría son personas que están en el rango de 21 a 25 años, algunos son personas de 31 años en adelante y pocos están en el rango de 26 a 30 años de edad.

En su mayoría del total de las encuestas fueron personas de 21 años hasta 25 años de edad.

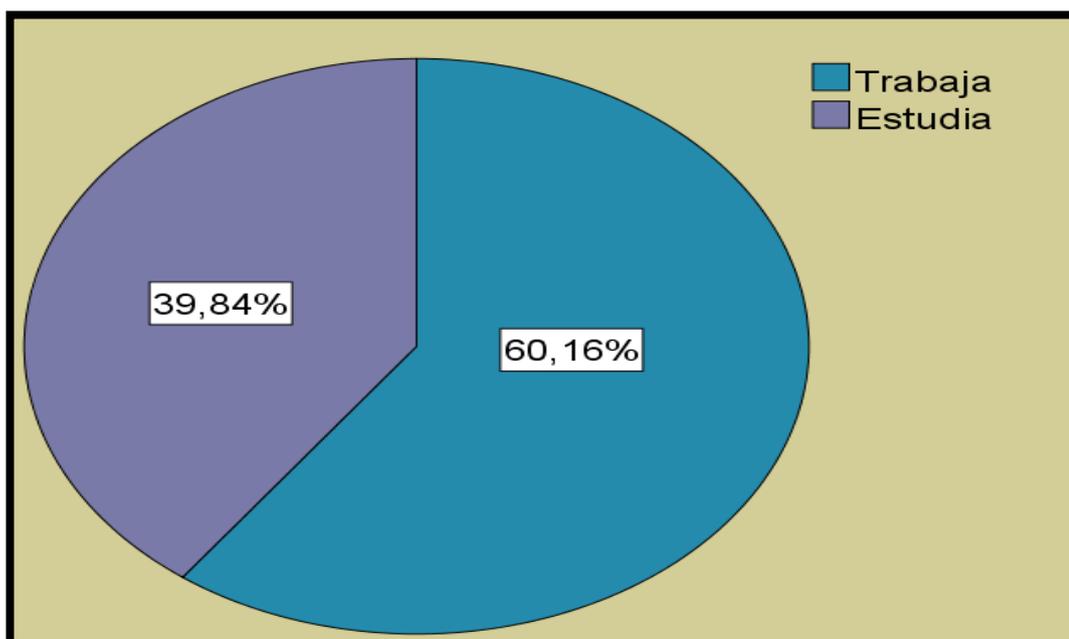
Ocupación de los encuestados

CUADRO 5: Ocupación

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
★	Trabaja	222	60,2	60,2
	Estudia	147	39,8	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 7: Ocupación



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Esta pregunta se establece con el fin de obtener cuantas de las personas encuestadas en la Provincia. En sus tres cantones Salinas, La Libertad y Santa Elena trabajan o estudian.

Del total de las personas la mayoría en la Provincia de Santa Elena trabajan y el resto Estudia.

En su mayoría las personas mayores de 20 años se dedican a trabajar, por lo que existe un poder adquisitivo para el chocolate.

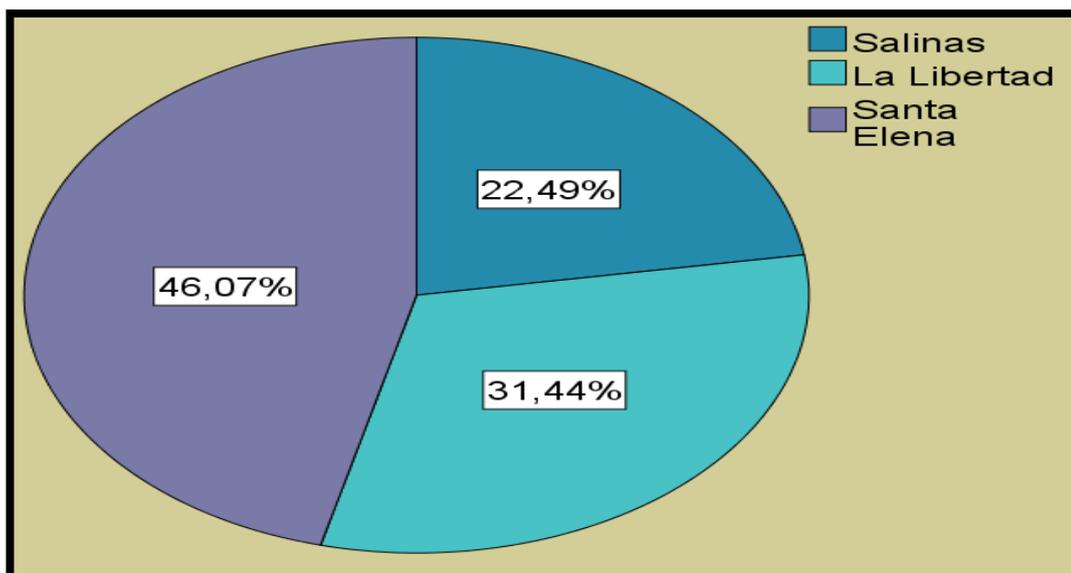
Lugar de Residencia

CUADRO 6: Residencia

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
★	Salinas	83	22,5	22,5
	La Libertad	116	31,4	53,9
	Santa Elena	170	46,1	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 8: Residencia



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Del total de la Población escogida de 20 años hasta los 60 años de edad en la Provincia de Santa Elena se realizó la encuesta en los tres cantones, definiendo por medio del Muestreo estratificado la cantidad de encuesta que se realizó en cada uno de los tres cantones quedando así:

Se realizó la mayor parte de encuestas en el Cantón Santa Elena, siguiendo con una cantidad muy aceptable en el cantón La Libertad y el resto de encuestas en el Cantón Salinas.

Se muestra claramente que en el Cantón Santa Elena existen más habitantes de la edad de 20 años hasta los 60 años de edad.

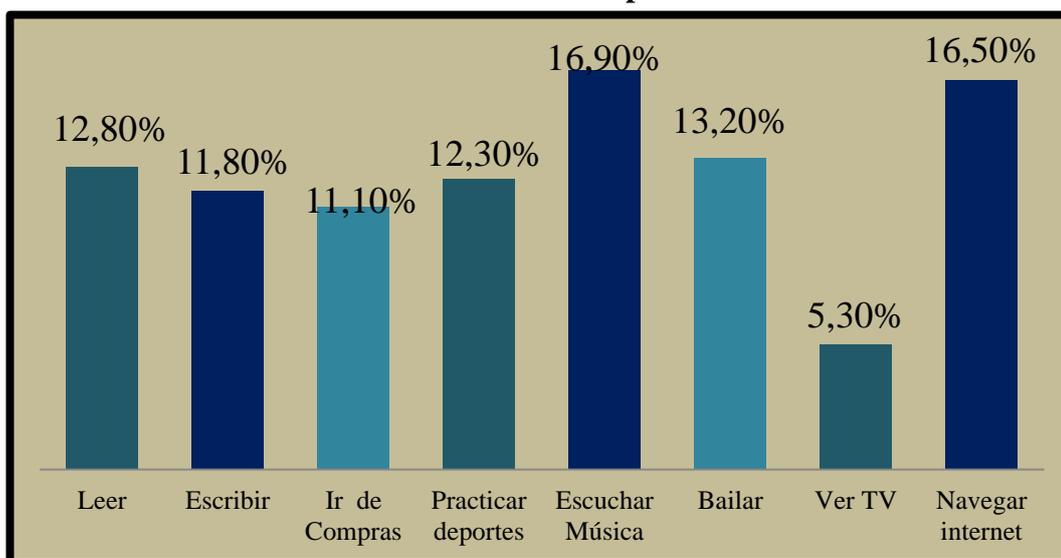
1. ¿A qué se dedica en su tiempo libre?

CUADRO 7: Tiempo Libre

Ítem	Respuestas		Porcentaje de casos	
	Nº	Porcentaje		
1	Leer	187	12,8%	50,7%
	Escribir	173	11,8%	46,9%
	Ir de Compras	163	11,1%	44,2%
	Practicar deportes	180	12,3%	48,8%
	Escuchar Música	248	16,9%	67,2%
	Bailar	193	13,2%	52,3%
	Ver TV	78	5,3%	21,1%
	Navegar internet	242	16,5%	65,6%

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 9: Tiempo Libre



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

A los encuestados de la Provincia Santa Elena se les hizo esta pregunta antes de comenzar con las preguntas relacionadas con el tema de investigación. Del total de los encuestados en su mayoría se dedica en sus tiempos libres a escuchar música, algunos se dedican a navegar en internet, bailar, leer, practicar deportes, escribir, ir de compras y muy pocos se dedican a ver tv.

En su mayoría los encuestados en la Provincia de Santa Elena dedican su tiempo libre en escuchar música.

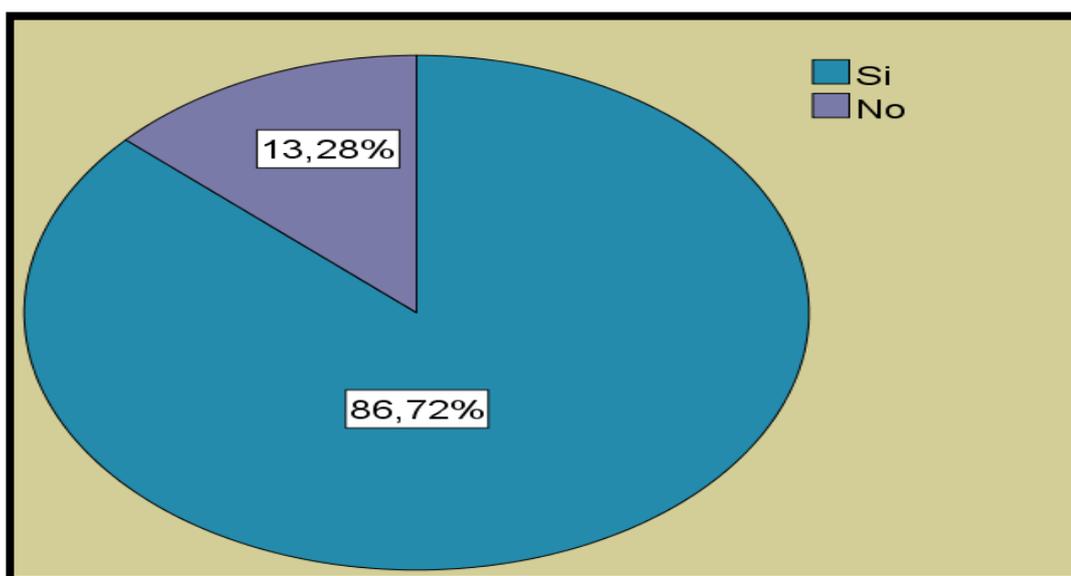
2. ¿Le gusta consumir Chocolate?

CUADRO 8: Consumo de chocolate

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
2	Si	320	86,7	86,7
	No	49	13,3	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 10: Consumo de chocolate



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Se determina esta pregunta con el fin de determinar cuántos encuestados consumen chocolate en la Provincia de Santa en los tres cantones: Salinas, La Libertad, y Santa Elena.

Del total de los encuestados se determina que en su mayoría le gusta consumir chocolate y que muy pocos no lo consume.

Se muestra claramente que la mayoría de las personas en la Provincia de Santa Elena si consume chocolate. Con estos resultados se puede comprobar que el proyecto de una microempresa si es aceptable.

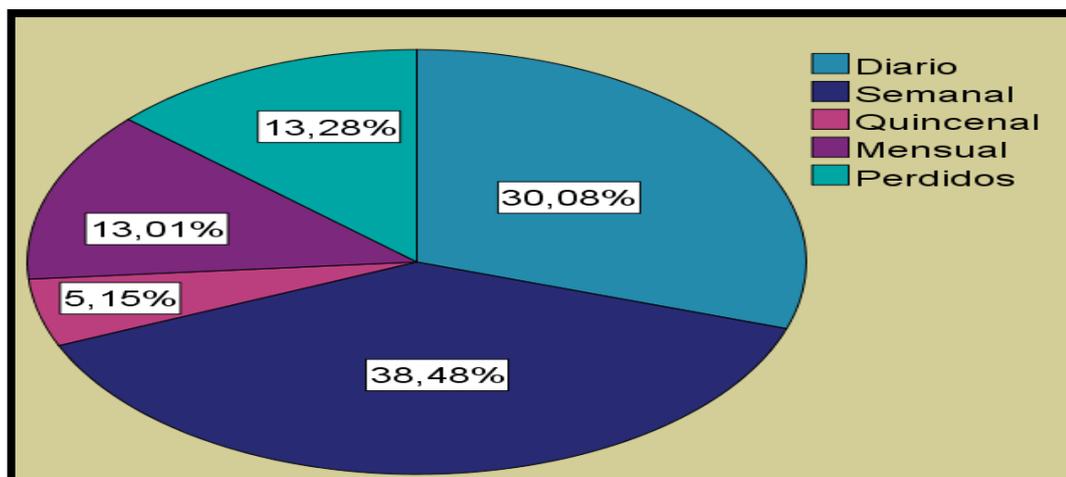
3. ¿Con qué Frecuencia consume chocolate?

CUADRO 9: Frecuencia de consumo chocolate

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
3	Diario	111	30,1	34,7
	Semanal	19	5,1	79,1
	Quincenal	142	38,5	85,0
	Mensual	48	13,0	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero. .

GRÁFICO 11: Frecuencia de consumo de chocolate



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Esta pregunta nos ayudara a obtener información del consumo del chocolate en la Provincia de Santa Elena en sus tres cantones.

Del total de los encuestados la mayoría consume el chocolate quincenal, algunos consumen a diario el chocolate y muy pocos consume el chocolate semanal y mensual.

Los resultados muestran claramente que en su mayoría las personas consumen el chocolate quincenal. Los resultados que se van obteniendo son muy favorables para el proyecto de crear una microempresa de chocolate en la Provincia.

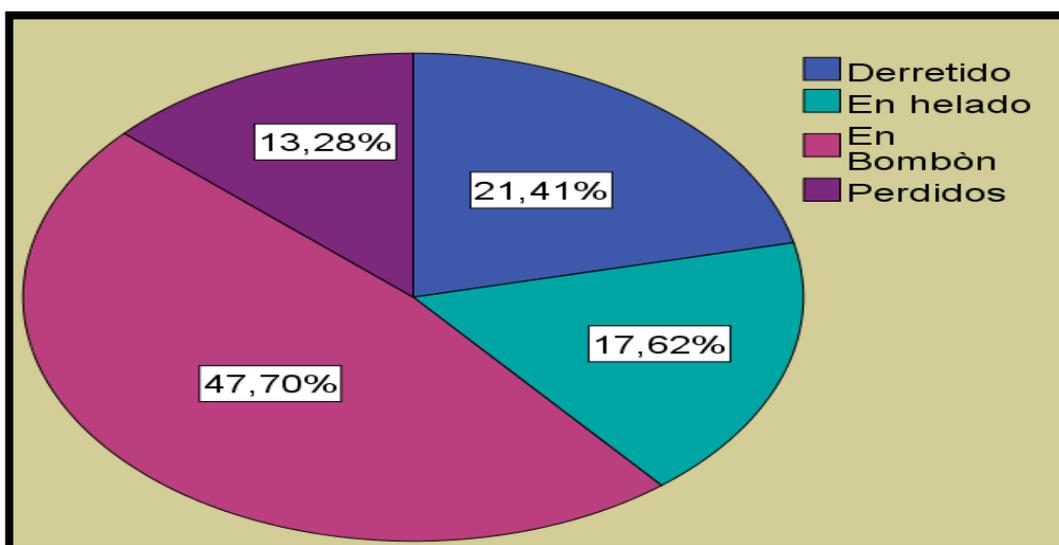
4. ¿Cómo te gusta más el chocolate?

CUADRO 10: Gusto del chocolate

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
4	Derretido	79	21,4	24,7
	En helado	65	17,6	45,0
	En Bombón	176	47,7	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 12: Gusto del chocolate



Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Se determina esta pregunta con el fin de obtener resultados de cómo le gusta el chocolate a las personas de la Provincia de Santa Elena en sus tres cantones.

Del total de los encuestados la mayoría le gusta el chocolate en bombón, algunos le gusta el chocolate derretido y muy pocos le gusta el chocolate en helado.

En su mayoría a las personas encuestadas les gusta el chocolate ya sea derretido, en bombón o en helado. Resultados positivos para el proyecto de creación de la microempresa de chocolate.

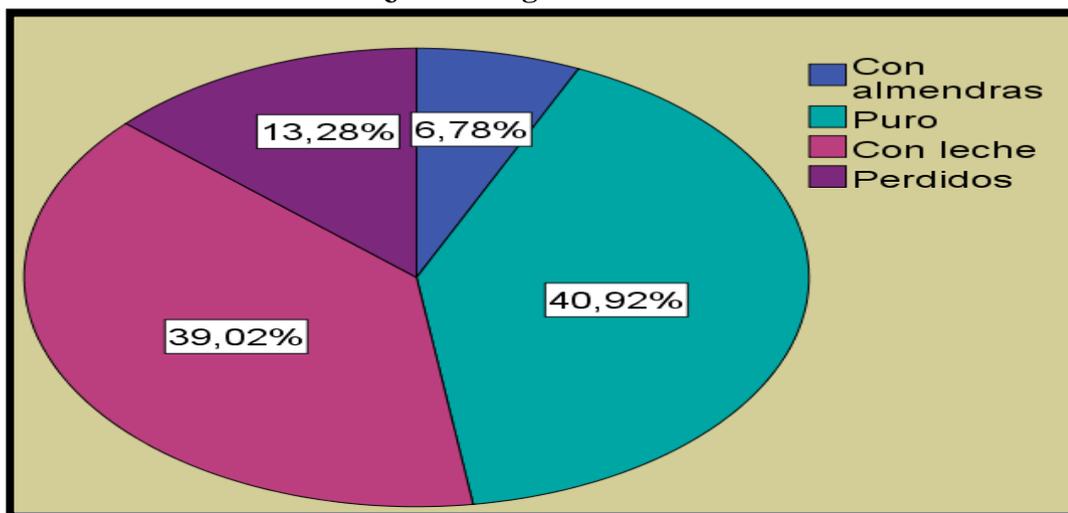
5. ¿Cómo te gusta combinar el chocolate?

CUADRO 11: Combinación del chocolate

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
5	Con almendras	25	6,8	7,8
	Puro	151	40,9	55,0
	Con leche	144	39,0	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 13: ¿Cómo te gusta combinar el chocolate?



Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Se determina esta pregunta con el fin de obtener resultados de cómo le gusta combinar el chocolate a las personas de la Provincia de Santa Elena en sus tres cantones.

Del total, la mayoría de los encuestados les gusta el chocolate puro, algunos de los encuestados les gusta el chocolate combinado con leche y muy pocos de los encuestados les gusta el chocolate con almendra. En su mayoría a las personas de la Provincia de Santa Elena les gusta el chocolate puro y el chocolate con leche. Resultados positivos para el proyecto de una microempresa de chocolate en la provincia.

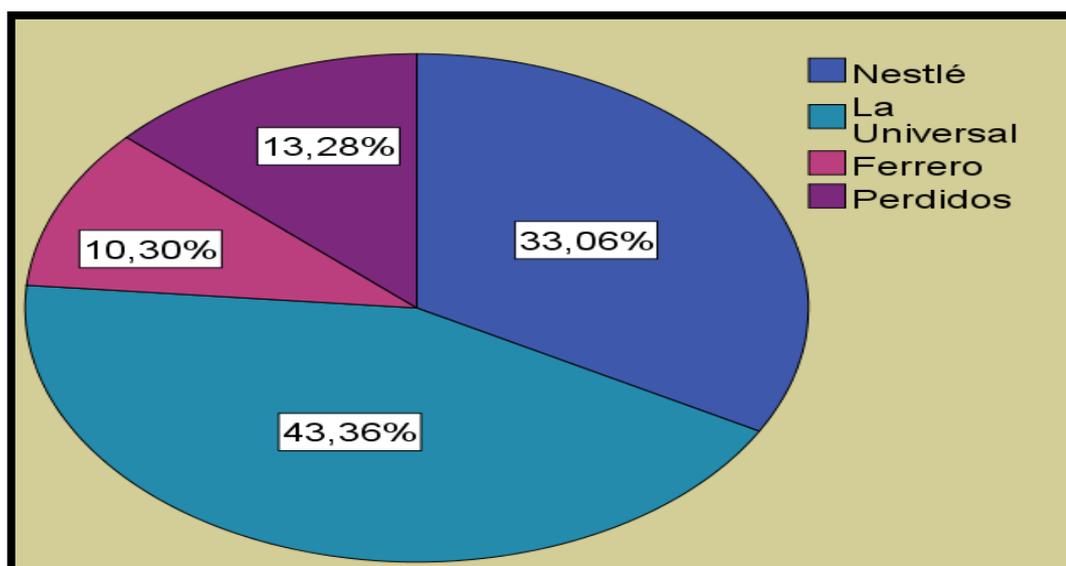
6. ¿Qué marca de chocolate compra más?

CUADRO 12: Marca de chocolate

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
6	Nestlé	122	33,1	38,1
	La Universal	160	43,4	88,1
	Ferrero	38	10,3	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 14: Marca de chocolate



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Se determina esta con esta pregunta cuál es la marca de chocolate que se consume más en la Provincia de Santa Elena, en sus tres cantones. Del total de los encuestados la mayoría de las personas consume el chocolate de la marca La Universal, algunos consume el chocolate de la marca Nestlé y muy pocos consumen chocolate de la marca Ferrero.

En su mayoría los encuestados consumen chocolate tanto de la marca La Universal como de la Marca Nestlé. Estas dos marcas serían la competencia indirecta y directa de una nueva microempresa que elaboraría chocolate en la provincia de Santa Elena.

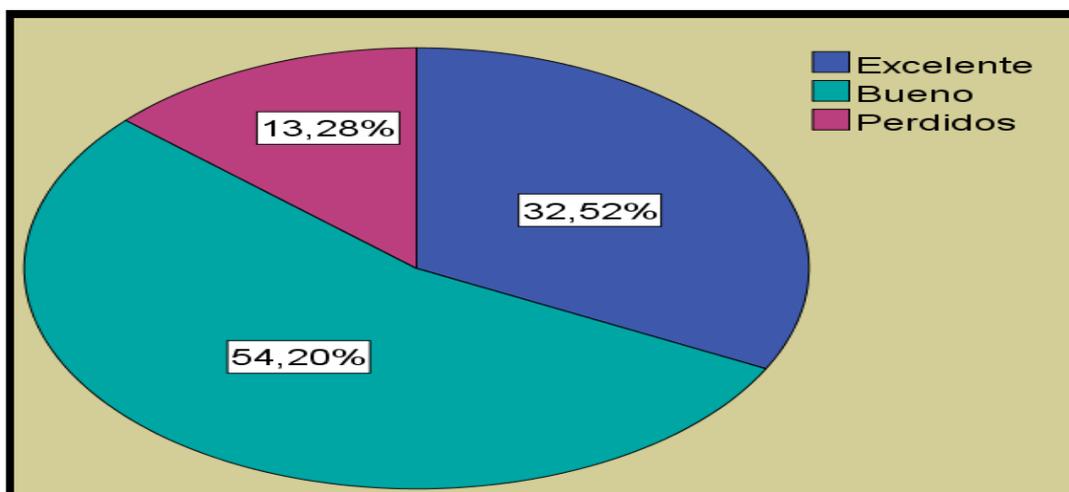
7. ¿Cómo califica los chocolates producidos fuera de la Provincia de Santa Elena?

CUADRO 13: Calificación

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
7	Excelente	120	32,5	37,5
	Bueno	200	54,2	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 15: Calificación



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Esta pregunta determina como los encuestados califican el chocolate elaborado fuera de la Provincia de Santa Elena.

Del total de las personas encuestadas el 54,20% califican como Bueno el chocolate elaborado fuera de la provincia y el 32,40% califica el chocolate como excelente. No todos dieron sus respuestas ya que existe un 13,30% de personas que no consume chocolate.

En su mayoría los encuestados le dan una calificación de bueno por lo que sí existen posibilidades de posicionamiento en el mercado.

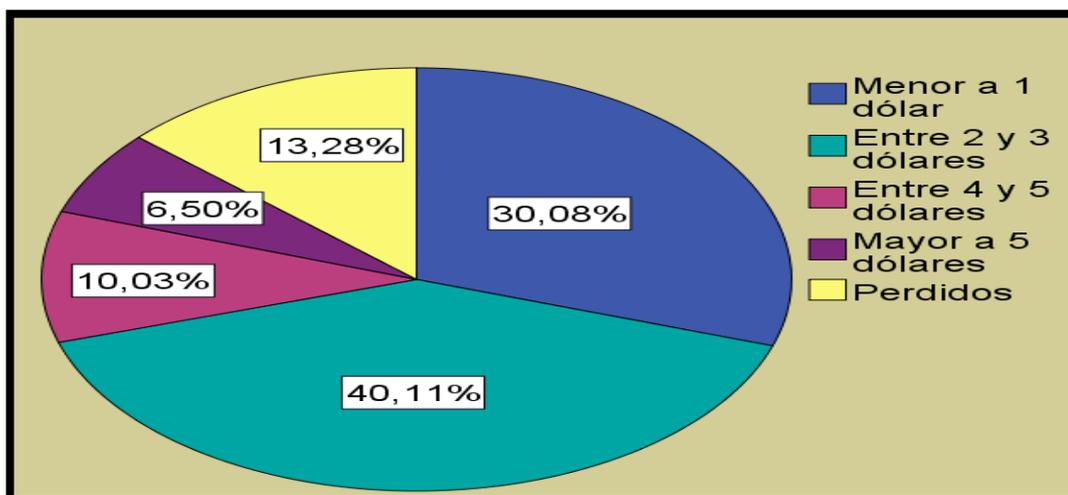
8. ¿Regularmente cuánto es la cantidad que Ud. consume en la compra de chocolates?

CUADRO 14: Consumo

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
8	Menor a 1 dólar	111	30,1	34,7
	Entre 2 y 3 dólares	148	40,1	80,9
	Entre 4 y 5 dólares	37	10,0	92,5
	Mayor a 5 dólares	24	6,5	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 16: Consumo



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Esta pregunta determina cuanto los encuestados gastan al momento de comprar chocolate en la Provincia de Santa Elena, en sus tres cantones.

Del total de los encuestados el 40,10% consume entre 2,00 y 3,00 dólares, el 30,10% consumen menos de 1,00 dólar y el 10% consume entre 4,00 y 5,00 dólares. No todos dieron su respuesta ya existe un 13,30% de los encuestados que no compran chocolate. En su mayoría gasta entre 2,00 y 3,00 dólares para comprar chocolate.

Resultados positivos porque así se puede determinar cuánto están dispuestos a cancelar por el chocolate elaborado en la Provincia de Santa Elena.

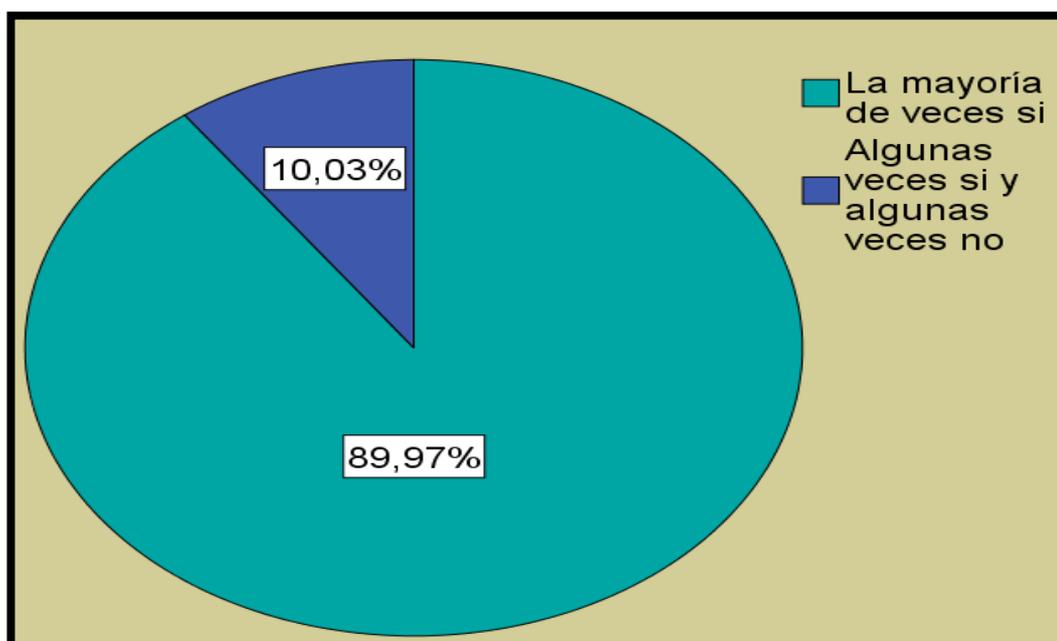
9. ¿En su núcleo familiar se consume chocolates?

CUADRO 15: Consumo de chocolates en familia

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
9	La mayoría de veces si	332	90,0	90,0
	Algunas veces sí y algunas veces no	37	10,0	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 17: Consumo de chocolates en familia



Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero. .

Si al encuestado no le gusta el chocolate, con esta pregunta se podrá determinar si a la familia le gusta o no el chocolate.

El 90% de la familia del encuestado la mayoría de veces si consume chocolate y que el 10% algunas veces sí y algunas veces no consume chocolate.

En su mayoría el núcleo familiar del encuestado también consume chocolate. Resultados positivos porque tanto el encuestado como su núcleo familiar consume chocolate.

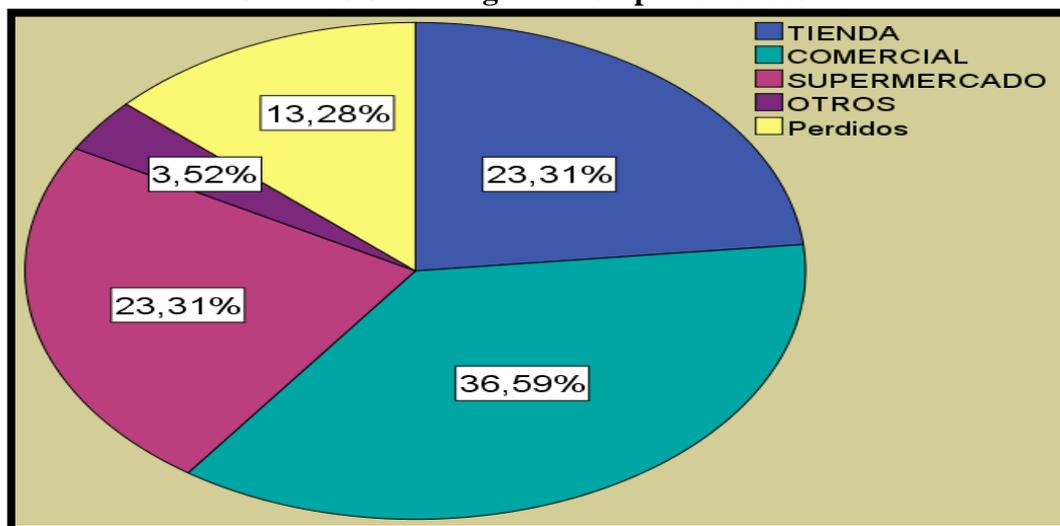
10. ¿En qué lugar Ud. normalmente compra su chocolate?

CUADRO 16: Lugar de compra de chocolate

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
10	TIENDA	86	23,3	26,9
	COMERCIAL	135	36,6	69,1
	SUPERMERCADO	86	23,3	95,9
	OTROS	13	3,5	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero. .

GRÁFICO 18: Lugar de compra de chocolate



Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero. .

Esta pregunta determina en qué lugares de la Provincia de Santa Elena los encuestados compran su chocolate. El 36,60% de los encuestados compran el chocolate a su gusto en los centros comerciales y el 23,30% de los encuestados compran su chocolate a su gusto en tiendas y supermercados.

Resultados que nos ayudaran a escoger los canales de distribución más favorables para el proyecto de creación de una microempresa de chocolate en la Provincia de Santa Elena.

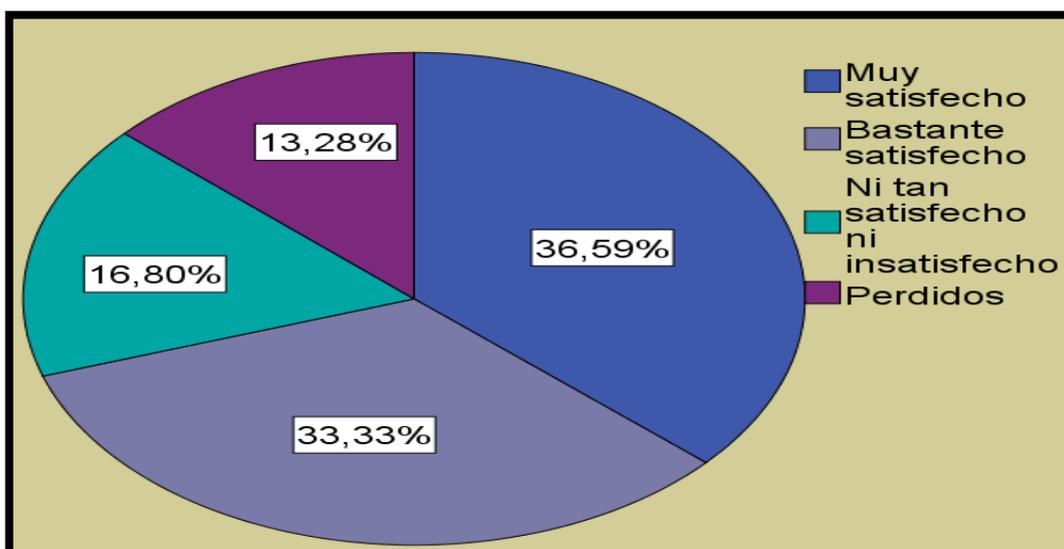
11. ¿Cuál es el nivel de satisfacción cuando comes chocolates?

CUADRO 17: Nivel de satisfacción al comer chocolate

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
11	Muy satisfecho	135	36,6	42,2
	Bastante satisfecho	123	33,3	80,6
	Ni tan satisfecho ni insatisfecho	62	16,8	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 19: Nivel de satisfacción al comer chocolate



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Esta pregunta determina el nivel de satisfacción que tiene el encuestado cuando consume chocolate en la Provincia de Santa Elena. El 36,60% de los encuestados que muy satisfecho cuando consume chocolate, el 33,30% queda bastante satisfecho en su consumo de chocolate y el 16,80% de los encuestados no queda ni tan satisfecho ni insatisfecho cuando consume chocolate.

Se destaca que existe un 13,30% de encuestados que no consume chocolate y en su mayoría las personas quedan muy satisfecho al momento de degustar su chocolate.

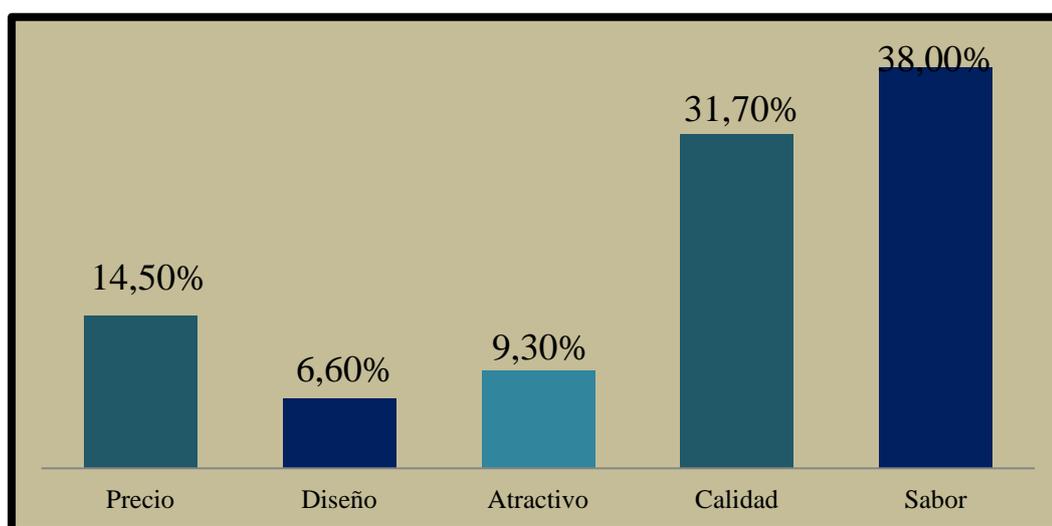
12. ¿Cuál o Cuáles de los siguientes aspectos toma en cuenta al momento de comprar un chocolate?

CUADRO 18: Aspectos importante al momento de comprar chocolate

Ítem	Respuestas		Porcentaje de casos	
	Nº	Porcentaje		
12	Precio	113	14,5%	35,3%
	Diseño	51	6,6%	15,9%
	Atractivo	72	9,3%	22,5%
	Calidad	246	31,7%	76,9%
	Sabor	295	38,0%	92,2%

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 20: Aspectos importante al momento de comprar chocolate



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Se determina esta pregunta con el fin de obtener resultados sobre los aspectos que los encuestados toman en cuenta al momento de comprar su chocolate en la Provincia de Santa Elena.

Del total de los encuestados el 38% toma en cuenta uno de los aspecto como es el sabor del producto, el 31,70% toma en cuenta el aspecto de la calidad del producto, el 14,50% toman en cuenta el aspecto del precio del producto, el 9,30% toma en cuenta el aspecto de lo atractivo que se encuentre el producto y el 6,6% el aspecto del diseño del producto. En su mayoría los encuestados toman en cuenta los aspectos de la calidad y sabor del producto.

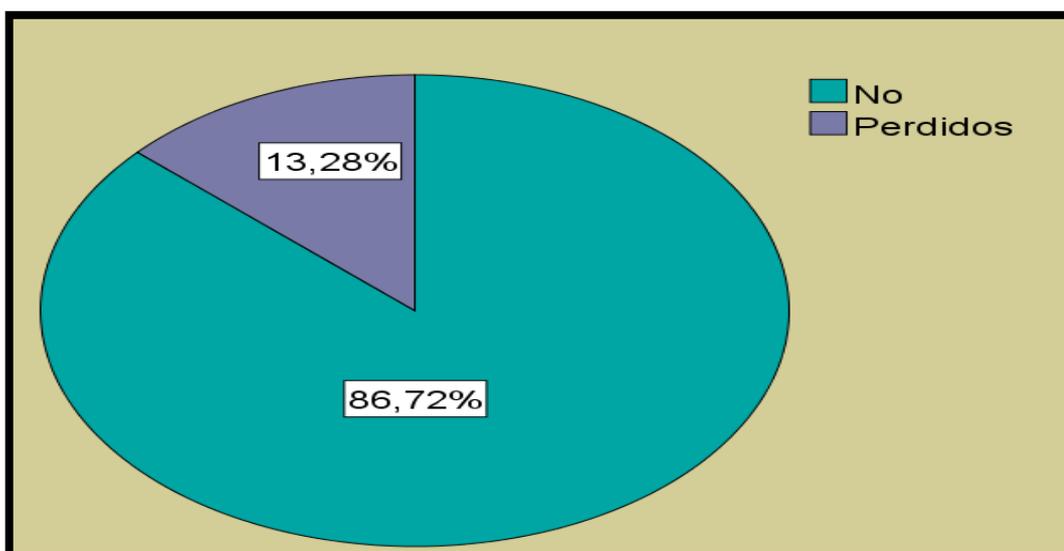
13. ¿Sabe usted o tiene conocimiento si existe en la provincia una Microempresa que elabora chocolate?

CUADRO 19: Existe Microempresa que elabora chocolate

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
13	No	320	86,7	100,0
	Perdidos	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 21: Existe Microempresa que elabora chocolate



Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Con esta pregunta se determina si en la Provincia de Santa Elena existe alguna microempresa que elabora chocolate.

Del total el 86,70% de los encuestados dijeron que no tenían conocimiento de la existencia de una microempresa de chocolate y el 13,30 % como no consumen chocolate no dieron ninguna respuestas.

Con estos resultados se muestra que en la provincia de Santa Elena no existe ninguna microempresa por lo que sí se puede llegar a ejecutar el proyecto de creación.

14 a) ¿Las personas están de acuerdo con la creación de una microempresa de chocolate porque sería beneficiosa la inversión en la Provincia de Santa Elena?

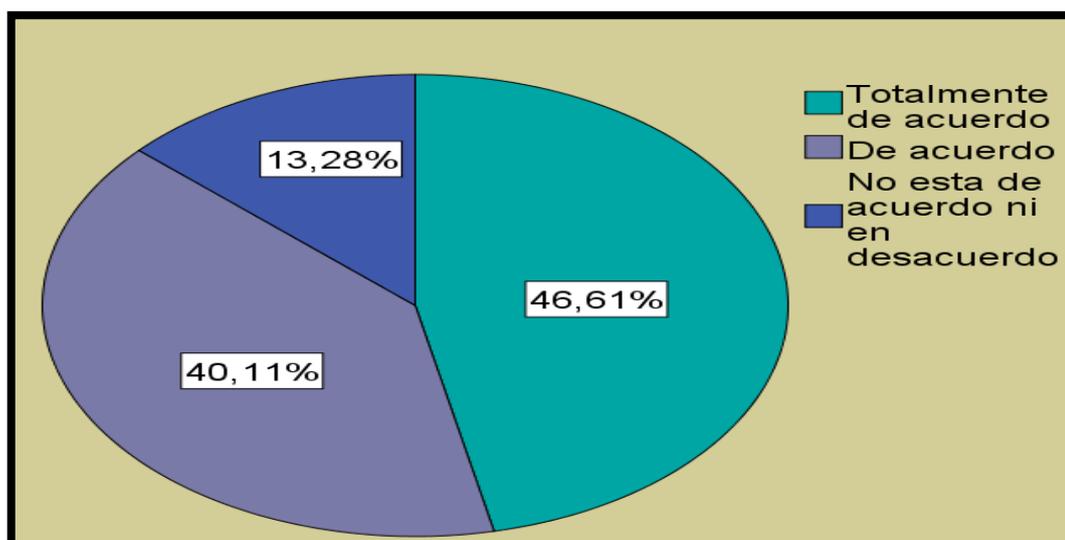
CUADRO 20: Aceptación con la creación de una microempresa de chocolate

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
14a)	Totalmente de acuerdo	172	46,6	46,6
	De acuerdo	148	40,1	86,7
	No está de acuerdo ni en desacuerdo	49	13,3	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 22: Aceptación con la creación de una microempresa de chocolate



Fuente: Población de Santa Elena.

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Esta pregunta determina el grado de afirmación que tienen los encuestados en el proyecto de creación de una microempresa procesadora de cacao para elaborar el chocolate en la Provincia de Santa Elena. Del total de los encuestados el 46,60% está Totalmente de acuerdo con la creación de una microempresa porque sería beneficiosa la inversión en la Provincia, el 40,10% solo está de acuerdo y el 13,30% No está de acuerdo ni en desacuerdo en la creación de una microempresa. En su mayoría los encuestados piensan que es beneficiosa la inversión en este proyecto.

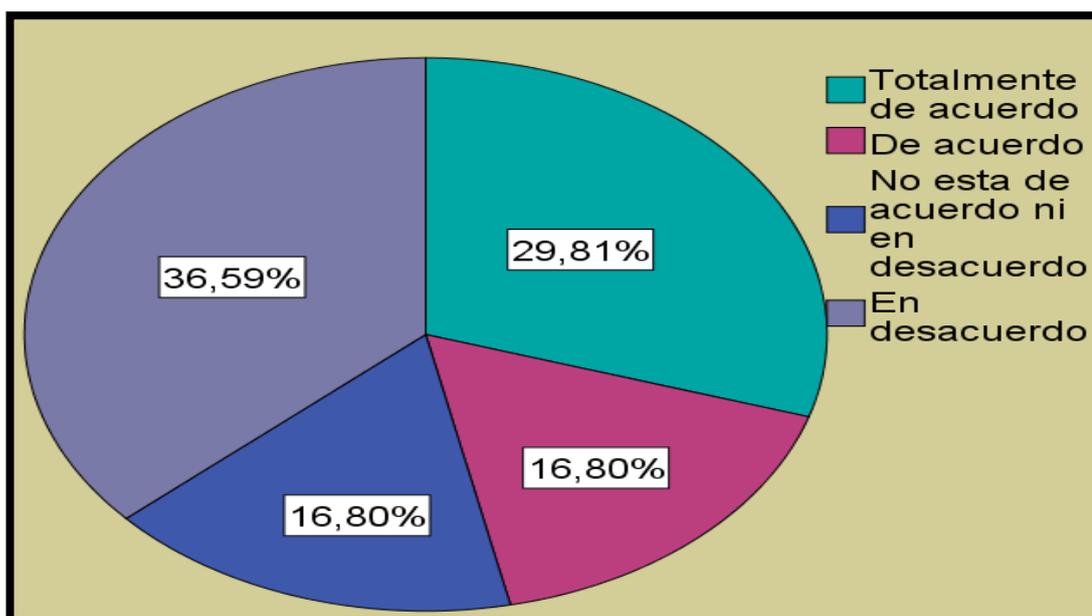
14 b) ¿Las personas compran chocolate sin importarles el precio?

CUADRO 21: Importancia en el precio

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
14b)	Totalmente de acuerdo	110	29,8	29,8
	De acuerdo	62	16,8	46,6
	No está de acuerdo ni en desacuerdo	62	16,8	63,4
	En desacuerdo	135	36,6	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 23: Importancia en el precio



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Esta pregunta determina el grado de afirmación que tienen los encuestados en el precio al momento de su compra. Del total de los encuestados para el 29,80% están totalmente de acuerdo que no es importante el precio al momento de la compra del producto, el 36,60% están en desacuerdo en que a las personas no les importe el precio y el 16,80% no está de acuerdo ni en desacuerdo en que sea importante el precio de los helados. En su mayoría el precio no es tan importante al momento de la compra del chocolate.

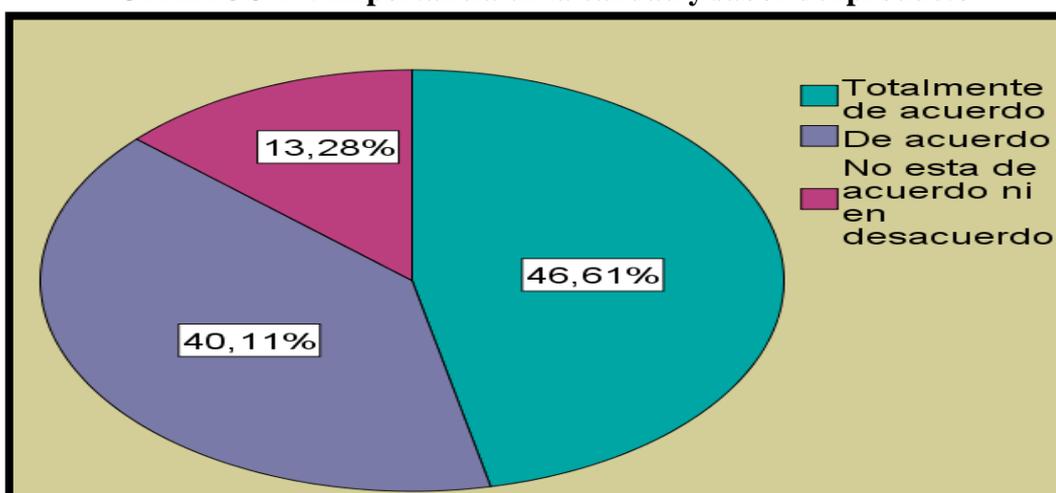
14 c) ¿Las personas al comprar el chocolate se fijan mucho en la calidad y sabor del producto?

CUADRO 22: Importancia en la calidad y sabor del producto

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
14 c)	Totalmente de acuerdo	172	46,6	46,6
	De acuerdo	148	40,1	86,7
	No está de acuerdo ni en desacuerdo	49	13,3	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 24: Importancia en la calidad y sabor del producto



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Esta pregunta determina cuantos de los encuestados afirman que al momento de la compran se fijan mucho en la calidad y el sabor del producto en la Provincia de Santa Elena.

Del total de las encuestas, el 46,60% están totalmente de acuerdo en que al momento de la compra se fijan mucho en la calidad y sabor del producto y el 40,10% están de acuerdo y el 13,30% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

En su mayoría las personas al momento de comprar el chocolate le dan importancia al sabor y calidad del producto para volver a consumirlo de nuevo. Aspecto importante a tomar en cuenta en el proyecto de creación de una microempresa.

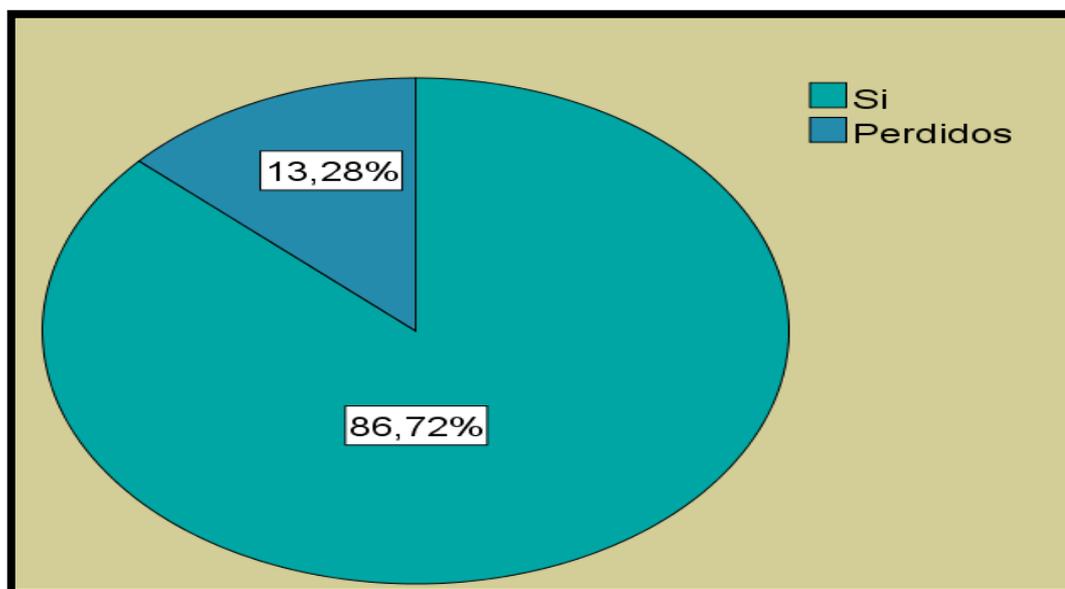
15. ¿Si se creara una microempresa de chocolate usted compraría el producto elaborado en la Provincia de Santa Elena?

CUADRO 23: Compraría el producto en la Provincia de Santa Elena

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
15	Si	320	86,7	100,0
	Perdidos	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 25: Compraría el producto en la Provincia de Santa Elena



Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero. .

Esta pregunta determina, si se llegará a crear la microempresa de chocolate en la Provincia de Santa Elena cuantos de los encuestados comprarían el producto. Del total de los encuestados el 86,70% dijeron que si comprarían el producto elaborado en la Provincia de Santa Elena y el 13,30% de los encuestados no respondieron nada porque no consumen chocolate porque no les gusta y otros porque no lo pueden comer por prescripción médica.

En su mayoría el producto si tiene una aceptación de ser comprado por los habitantes de la Provincia de Santa Elena.

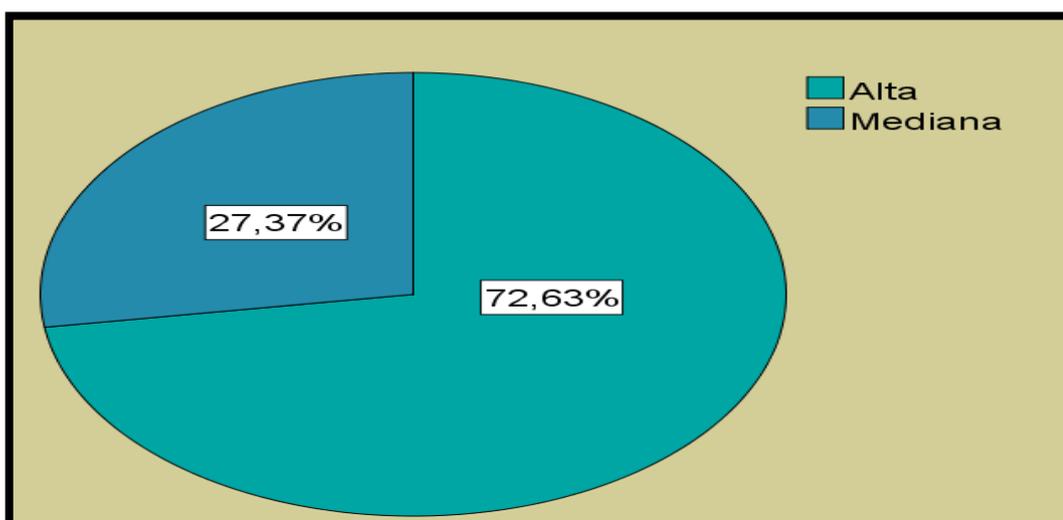
16. ¿Cree usted que con la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de chocolate en la Provincia el nivel de la Economía tiende a ser?

CUADRO 24: Nivel de la Economía

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
16	Alta	268	72,6	72,6
	Mediana	101	27,4	100,0
	Total	369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 26: Nivel de la Economía



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Se determina como los habitantes encuestados percibirían la Economía en la Provincia de Santa Elena. Del total de los encuestados el 72,60% dijeron que la economía tiende a ser Alta por la producción que genera cada persona como es el comercio, la agricultura y ahora como una Provincia que no solo comercializa la materia prima sino que le dará transformación a un producto terminado como es el producto “chocolate”. Y el 27,40% dijo que la economía tiende a ser mediana porque la Provincia se estaría dando a conocer como una zona industrial de transformación de la materia prima a un producto.

En su mayoría los habitantes encuestados perciben que existirá ingreso monetario en la provincia y con ello mejorara el nivel de vida de ellos como es el incremento de fuentes de trabajo.

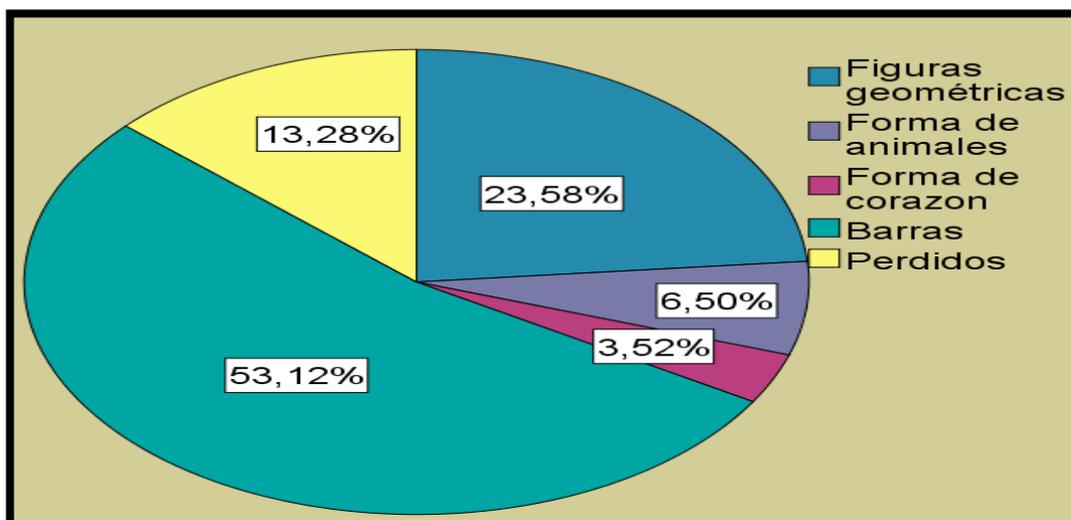
17. ¿Qué presentación le gustaría para el chocolate elaborado en la Provincia?

CUADRO 25: Presentación del chocolate

Ítem		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
17	Figuras geométricas	87	23,6	27,2
	Forma de animales	24	6,5	34,7
	Forma de corazón	13	3,5	38,8
	Barras	196	53,1	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 27: Presentación del chocolate



Fuente: Población de Santa Elena.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Con esta pregunta se determina la opinión de los encuestados en la forma de presentación del chocolate elaborado en la Provincia de Santa Elena.

Del total de los encuestados el 53,10% le gustaría que el chocolate tenga la presentación en Barras, el 23,60% le gusta que sean en figuras geométricas, el 6,50% le gusta que sea en forma de animales y el 3,50% le gusta que sea en forma de corazón. En su mayoría a las personas les agrada que los primeros chocolates elaborados en la provincia de Santa Elena sean en "Barras". Pregunta de interés a tener en cuenta en la forma de presentación del producto.

3.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.3.1 Conclusiones

Una vez que se ha terminado de realizar las encuestas del estudio investigativo para la toma de decisión del proyecto de Creación de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de Chocolate en la Provincia de Santa Elena en la Comuna Dos Mangas se concluye que:

- Para llevar a cabo esta investigación se escogió en la Provincia de Santa Elena a los habitantes de la edad de 20 hasta los 60 años de edad por lo que en su mayoría el 46,90% de los encuestados están en el rango de 21 a 25 años de edad. En su mayoría le gusta el chocolate puro y combinado con leche.
- Las marcas reconocidas de chocolate en la Provincia de Santa Elena es La universal y Nestlé, las personas encuestadas le dieron una calificación de que el chocolate elaborado fuera de la Provincia es bueno.
- El lugar preferido de las personas encuestadas en la Provincia de Santa Elena para comprar el chocolate es en los centros comerciales. No existe en la Provincia de Santa Elena ninguna microempresa que se dedique a la elaboración de chocolate.
- Uno de los puntos claves que los encuestados toman de mucha importancia en el chocolate es el sabor y la calidad del producto para poder ganar posicionamiento en el mercado.

3.3.2 Recomendaciones

A continuación se dan ciertas recomendaciones para la ejecución del proyecto de creación de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de Chocolate.

- Es necesario fortalecer el sector industrial-manufacturero con la Creación de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate.

- La calidad del producto será uno de los aspectos importantes para la creación de una microempresa procesadora de Cacao para la Elaboración de chocolate pueda perdurar en el mercado ya que los consumidores lo tendrán en cuenta para adquirir el producto.

- Establecer estrategias de marketing para poder ingresar en el mercado, competir y captar clientes ya que existen posicionadas chocolates de la marca La universal y la marca Nestlé.

- Se recomienda realizar el diseño de la propuesta para el proyecto de Creación de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas en la Provincia de Santa Elena.

CAPÍTULO IV

“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE CACAO (Teobroma cacao) PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE EN LA COMUNA DOS MANGAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

La provincia de Santa Elena es lugar que cada año en temporadas tiene la visita de un sin número de turista que deciden darse un paseo por la región costa, es así que deciden concentrarse en las playas de esta bella Provincia donde además del sus hermosas playas ofrecen al habitante la oportunidad de ingresar en el mundo del negocio en comercializar artesanías de cualquier tipo de materiales, producción de algún bien o la prestación de servicios siendo esto lo que ayudan al desarrollo sostenible y sustentable del sector. Es así que una vez analizado la posibilidad de obtener la materia prima como es el cacao en la zona norte de la Comuna Dos Mangas, el azúcar al comercial Yanper, se procede al diseño del proyecto, una microempresa que generará fuentes de trabajo tanto para los agricultores como para el área administrativo y de producción del producto, ante el crecimiento poblacional de los consumidores potenciales como de la producción de la materia prima. La creación de la microempresa de tipo industrial tiene como fin adquirir la materia prima, realizar un proceso de transformación, terminar el proceso en un producto terminado de barra de chocolate negro de 100gr.

4.1 UBICACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1 Macro localización de la Microempresa

Una vez realizado el estudio de investigación de mercado para la ejecución de la propuesta, se determina la macro localización de la microempresa, se ubicará en la

Provincia y Cantón de Santa Elena, en la zona norte, Parroquia Manglaralto, pasando por la Comuna Pajiza llegando así a la Comuna Dos Mangas. Tal como se muestra en el GRÁFICO 28.

GRÁFICO 28: Mapa ubicación de la Microempresa



Fuente: Mega Choco Peninsular.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.1.2 Micro localización de la Microempresa

Para determinar el lugar idóneo para la Microempresa se tomó en cuenta los factores importantes que influyen para la ejecución del proyecto: Como se muestra en la TABLA siguiente estos son los elementos que se tomaron como factores importante para la ubicación del proyecto de creación para la Microempresa, tal como se muestra en la TABLA 9.

TABLA 9: Ubicación de la Microempresa

Factores	Peso	Salinas		La Libertad		Santa Elena	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Materia prima	15%	2	0,3	2	0,3	5	0,75
Espacios para construcción	16%	2	0,32	2	0,32	4	0,64
Mano de obra	10%	5	0,5	3	0,3	3	0,3
Trasporte con materia prima	15%	2	0,3	2	0,3	3	0,45
Costo de Tierra	12%	2	0,24	2	0,24	3	0,36
Trasporte con producto terminado	12%	2	0,24	4	0,48	3	0,36
Condiciones Geográficas	20%	2	0,4	2	0,4	4	0,8
Total	100%		2,3		2,34		3,66

Fuente: Mega Choco Peninsular.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.1.3 Determinación del nombre del proyecto

La microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate tiene tres palabras que conforman el nombre tal como se muestra en la ILUSTRACIÓN 6:

MEGA: Corresponde a meloso, exquisito, gustoso – apetitivo y auténtico.

CHOCO: Proveniente de la palabra chocolate.

PENINSULAR: Identificar el lugar donde se va a elaborar la barra de chocolate.

ILUSTRACIÓN 2: Nombre de la Microempresa



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.1.4 Logo de la Microempresa

ILUSTRACIÓN 3: Logo de la Microempresa



Fuente: Mega Choco Peninsular.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Como se muestra a continuación en la ILUSTRACIÓN 3, se ve claramente el logo compuesto de dos GRÁFICO en forma de estrella y un círculo, una imagen del cacao, las iniciales de MEGA CHOCO, la palabra completa PENINSULAR y un slogan de “ Dulce tentación en tu Paladar”.

4.1.5 Misión

MEGA CHOCO PENINSULAR S.A tiene como misión ofrecer productos derivados del cacao fino aroma de excelente calidad totalmente ecuatoriano, trabajando siempre con responsabilidad social, satisfaciendo las necesidades de los productores de cacao y del consumidor final en la Provincia de Santa Elena.

4.1.6 Visión

MEGA CHOCO PENINSULAR S.A tiene como visión primordial, consolidarse en la mente del consumidor final como una Microempresa líder en la elaboración de productos de calidad de cacao fino aroma, promoviendo el desarrollo tecnológico para mantener o superar los niveles de ventas y el desarrollo socio económico de la Comuna Dos Mangas en la Provincia de Santa Elena.

4.1.7 Objetivos generales

Captar un mercado potencial para la Microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A** mediante una adecuada cadena de distribución óptima para el producto que desea ofrecer en el mercado local, mejorando el nivel socio económico de la Provincia.

4.1.8 Objetivos específicos

1. Determinar el impacto socioeconómico de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas.

2. Conseguir posesionarse en la mente de los clientes potenciales cumpliendo con las ventas estimadas en el programa de producción.
3. Incrementar fuentes de trabajo en la Comuna Dos Mangas.
4. Determinar los beneficios que produciría en el agricultor cacaotero y en la población en la apertura de una microempresa procesadora de cacao en la Provincia de Santa Elena.
5. Determinar el análisis financiero estimando los gastos necesarios para la inversión de la Microempresa.

4.1.9 Valores institucionales

En la actualidad la competencia es mayor y muy agresiva por lo que se debe de aprender a competir, por lo que la microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A**, buscará diferenciarse a nivel nacional de las demás empresas con el producto a ofrecer con los siguientes valores:

Responsabilidad: Hacer bien el trabajo para que los clientes cada día adquieran el producto, respeto y solidaridad dentro y fuera de la Microempresa, puntualidad al momento de entregar el producto , como para los pagos a los involucrados en el trabajo dentro de la microempresa.

Eficiencia: Aprovechar todas las oportunidades que se nos presentes para optimizar los costos para el producto.

Comunicación: La coordinación, uno de los elementos indispensables para un correcto desempeño dentro de la Microempresa.

Sentido de pertenencia: Ser honesto para alcanzar los propósitos de los objetivos participando en todo lo que sea necesario dentro de la microempresa.

Emprendimiento: Demostrar porque es importante ser emprendedores, que beneficios se pueden alcanzar utilizando los recursos de nuestra tierra.

1.1.10 Análisis FODA

Fortalezas:

1. Materia prima el principal aliado para esto son los agricultores de Dos Mangas.
2. Disponibilidad de terreno para la construcción de la microempresa.
3. Tener el producto líder como es la Barra de chocolate negro.
4. Tener personal altamente calificado.

Oportunidades:

1. Sector local inexplorado por otras personas.
2. Existencia de un producto de calidad cacao de fino aroma.
3. Alta demanda por el chocolate.
4. Alianzas estratégicas (distribución del producto).

Debilidades:

1. Falta de conocimiento en asistencia técnica por lo que se requiere una persona con altos conocimientos.
2. Poco conocimiento en cuanto a estrategias para introducirnos en el mercado local.
3. No será reconocida de inmediato la microempresa.

Amenazas:

1. Dificulta en conseguir los trámites para el permiso de la actividad.
2. Existe una alta competencia, empresas ya constituidas. (Nestlé, La universal confitería, Arcor, Colombina y Compañía nacional del chocolate)
3. Altos impuestos

4.1.11 Análisis de la 5 fuerzas de porter

Amenaza competidores potenciales:

Existen otras empresas ya posesionadas en el mercado como son Nestlé, La universal confitería, Arcor, Colombina y Compañía nacional del chocolate. Manejan maquinarias de tecnología.

Rivalidad entre empresa competidoras:

En la Comuna Dos Mangas no existe una Microempresa, por lo que sería único en la Provincia de Santa Elena que estaría compitiendo con las empresas grandes que se encuentran en el mercado.

Amenaza de productos sustitos:

Al referirse producto sustitos para la materia no existen ninguna, pero en cuanto al producto a ofrecer si los caramelos y las galletas.

Poder de negociación de compradores/clientes:

Los clientes estarán ubicados en diferentes partes de la Provincia de Santa Elena. Como son los centros comerciales existentes en cada cantón de la provincia:

1. En la Provincia de Santa Elena existen centros comerciales como son: el Paseo Shopping, el Supermaxi, Súper Akí, Tía y Akí lugares que son frecuentados por los habitantes y turistas de la provincia de Santa Elena.
2. En los tres Cantones de la Provincia existe un Supermercado que son frecuentados por los habitantes de cada Cantón.
3. En cada Cantón de la Provincia en diversos lugares existen Tiendas que son frecuentados por los habitantes de cada sector.

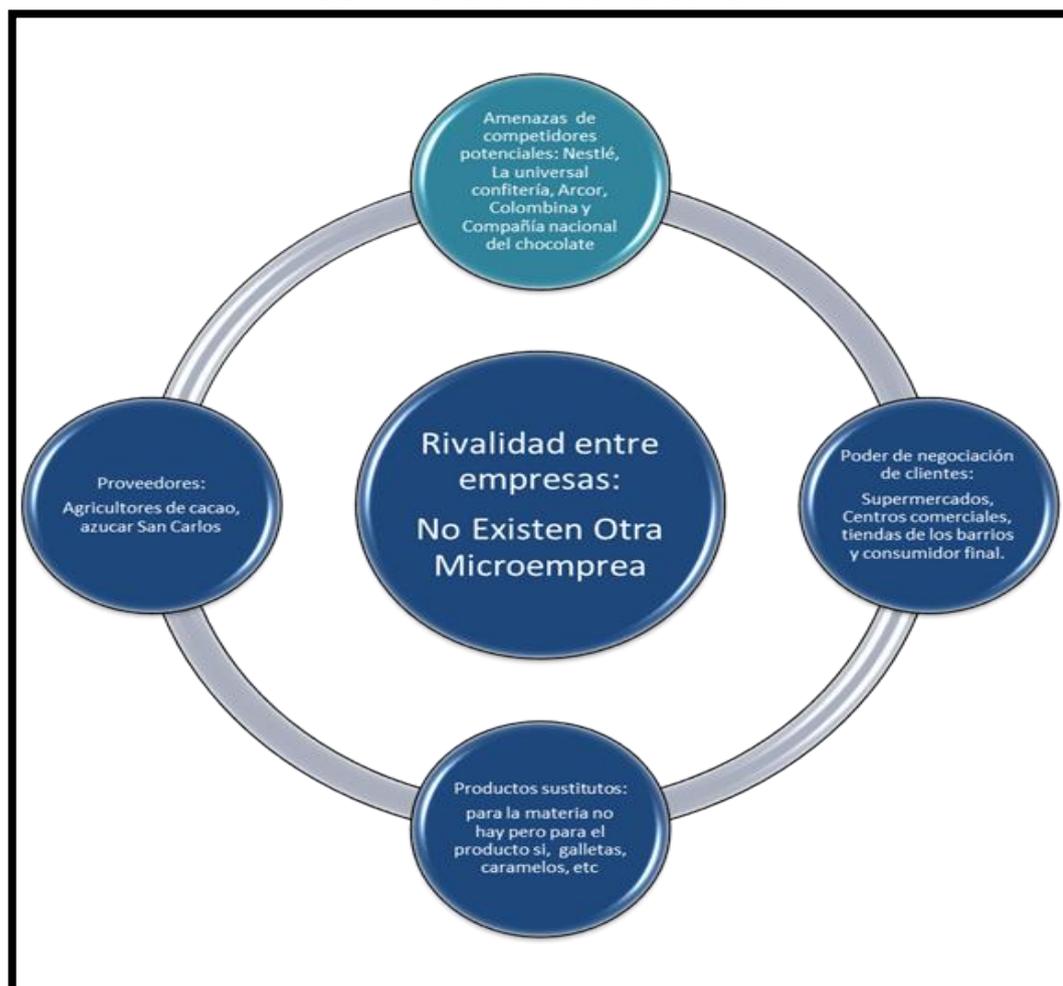
Poder de negociación del proveedor:

El agricultor es el único con poder de negociación ya que el decidirá si es posible vender a la Microempresa o a la competencia.

El negocio será directo con los agricultores de la Comuna Dos Mangas, y con los de la empresa de Azúcar San Carlos.

Los agricultores no están gremialmente organizados por lo que se le ofrecerá un precio justo por la compra.

ILUSTRACIÓN 4: Fuerzas de Porter



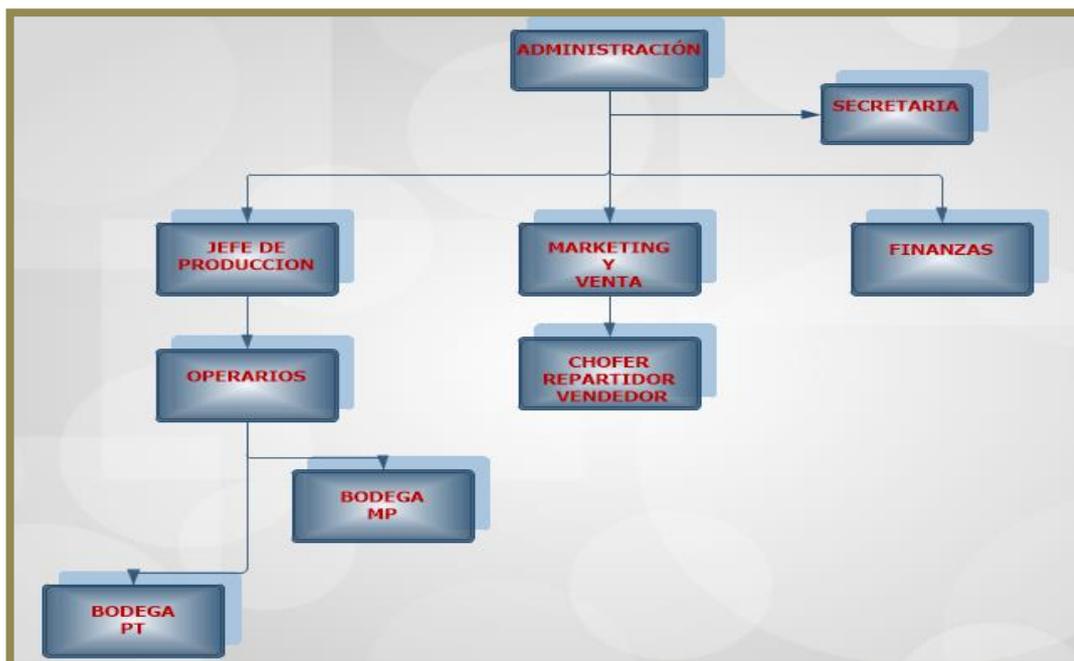
Fuente: Mega Choco Peninsular.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO, ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.2.1 Organigrama estructural

La ILUSTRACIÓN 5 muestra el organigrama organizacional que tendrá la microempresa Mega Choco Peninsular, mediante esta administración funcionará la entidad, contará con el rango mayor del Administrador, con tres áreas fundamentales como son: el área de producción, área de finanzas y el área de marketing y ventas, se contará con secretaria, vendedor y operarios para manejar el área del proceso del producto.

ILUSTRACIÓN 5: Organigrama estructural



Fuente: Mega Choco Peninsular.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.2.2 Responsabilidades de los departamentos

ADMINISTRACIÓN

Área: administrativa.

Supervisa a: Jefe de producción, Marketing y venta y Finanzas

Funciones específica:

- Representar legalmente a la Microempresa.
- Organizar, planear, supervisar, coordinar todos los procesos productivos en la Microempresa.
- Responsables de que se cumplan la realización de las normas legales.
- Asignar y supervisar que todo se cumpla dentro de las áreas administrativas y área de producción.
- Elaborar plan de mercadeo, evaluar de manera constantes los costos de producción.
- Encargado de ordenar los pagos a los integrantes de la Microempresa.
- Encargado de recibir todos los informes de todos los departamentos:
De la compra de la materia prima.
De los gastos de marketing y venta.
De los pagos a los que conforman la Microempresa.

Requisitos mínimos:

Estudios superiores de Desarrollo Empresarial o carreras afines.

Que tenga experiencia de 2 años.

Tiempo completo

Competencias en la comunicación y trabajo en equipo.

Que tenga habilidad en temas tributarios y financieros.

Capacidad de liderazgo.

Edad de 25 a 35 años.

SECRETARIA

Área: Administrativa.

Reporta a: Administración.

1. Encargado de recibir y llevar todos los reportes a los diferentes departamentos de la Microempresa.
2. De recibir a los futuros proveedores
3. De recibir a los futuros clientes que deseen realizar su pedido.

4. Realizar oficios y menos cuando se requiera ya sea dentro de la Microempresa o fuera de ella.
5. Responsable de la agenda diaria de los acontecimientos

Requisitos mínimos:

Bachillerato en secretariado, se encuentren estudiando los primeros años en universidad

Tiempo completo

Competencias en la comunicación y trabajo en equipo, experiencia de 2 años.

Conocimiento para el manejo en Word, Excel, Internet y rápida en digitación de documentos.

Edad de 25 a 35 años.

JEFE DE PRODUCCIÓN

Área: administrativa.

Supervisa a: Operarios

Reporta a: Administración.

Funciones específica:

1. Deberá tener conocimientos del sector cacaotero
2. Funciones técnica, administrativa de recursos humanos.
3. Mantener actualizada la carpeta de los operarios
4. Para el buen funcionamiento de la Microempresa deberá informar los respectivos informes.
5. Encargado de comparar la materia Prima (quintales de granos de cacao)
6. Elaborar el reporte de la Materia prima que le vaya a comprar a los productores de cacao.
7. Registrar firmas de ambos tanto del que vende como del que compra.
8. Enviar al jefe de finanzas los respectivos papeles de la compra.
9. Pronosticar la demanda del producto cada mes.
10. Pronosticar las necesidades de producción.
11. Almacenar el producto terminado en bodega.

Requisitos mínimos:

Ingeniero en alimentos, Ingeniero industrial.

Que tenga experiencia de 1 año.

Tiempo completo.

Competencias en la comunicación y trabajo en equipo.

Que tenga habilidad en manejar las maquinarias.

Edad de 25 a 35 años.

OPERARIOS

Área: administrativa.

Reporta a: Jefe de producción.

Funciones específica:

1. Los operarios son el pulmón fundamental de la Microempresa ellos serán los encargados de transformar la materia prima al producto final como es la Barra de Chocolate negro.
2. Cumplir con sus horarios.
3. Utilizar debidamente sus uniformes de trabajos.
4. Ellos recibirán la llegada de la materia prima.
5. Control de las maquinarias a utilizar en la producción.
6. Realizar la lista de insumos que requiera la producción al jefe de producción.
7. Mantener el lugar de trabajo bien limpio.
8. Empaquetar los productos para su correcta distribución.

Requisitos mínimos:

Bachillerato Experiencia de 1 año.

Tiempo completo

Competencias en trabajo en equipo

Conocimiento para el manejo en Word, Excel, Internet.

Edad de 20 a 35 años.

BODEGA DE MATERIA PRIMA

Área: Administrativa.

Reporta a: Jefe de producción.

Funciones específica:

1. Los operarios serán encargados de tener el control de esta bodega.
2. Inventarios de la materia prima.
3. En esta bodega se colocara la materia prima que se le compre a los productores de la Comuna Dos Mangas. Y a los proveedores de azúcar.

Requisitos mínimos:

Bachillerato Experiencia de 1 año.
Tiempo completo, Edad de 20 a 35 años
Competencias en trabajo en equipo
Conocimiento para el manejo en Word, Excel, Internet.

BODEGA DE PRODUCTO TERMINADO

Área: administrativa.

Reporta a: Jefe de producción.

Funciones específica:

1. Los operarios serán encargados de tener el control de esta Bodega.
2. Inventarios de producto terminado.
3. Una vez que se termine el proceso de producción el producto será llevado a la bodega para después ser trasladarlos a los diferentes puntos de distribución.
4. Llevar el control del stock de producto terminado.

Requisitos mínimos:

Bachillerato Experiencia de 1 año.
Tiempo completo.
Competencias en trabajo en equipo.
Conocimiento para el manejo en Word, Excel, Internet.
Edad de 20 a 35 años.

MARKETING Y VENTAS

Área: Administrativa.

Supervisar: Chofer, Vendedor y Repartidor.

Funciones específica:

1. Este departamento se encargara de los gastos que conlleve realizar la publicidad para dar a conocer a la microempresa.
2. Determinar las políticas de ventas.
3. Atender a los clientes.
4. Demostrar a los clientes el producto ofrecido al mercado.
5. Realizar los informes de cada venta que se ha logrado, establecer y presentar el informe al gerente al cierre de cada semana.
6. Evaluar plan de comercialización para los vendedores.
7. Elaborar el presupuesto de gasto de ventas mensualmente.
8. Realizar el informe de ventas de los vendedores.
9. Controlar la administración de mercadeo.
10. Cumplir con las funciones que el gerente le asigne.

Requisitos mínimos:

Estudios en ingeniería comercial, plan de marketing, plan de mercadeo y ventas, carreras afines.

Que tenga experiencia de 1 año.

Tiempo completo.

Competencias en la comunicación y trabajo en equipo.

Que tenga habilidad en ventas y marketing.

Edad de 25 a 35 años.

FINANZAS

Área: Administrativa.

Supervisar: Personal

Funciones específica:

1. Cumplir con las disposiciones tributarias estipuladas por el Estado, Municipios, SRI.

2. Cumplir con las obligaciones de la empresa en IVA y Retenciones.
3. Elaborar los estados financieros periódicamente de manera clara y precisa.
4. Tiene la obligación de reportar todo los acontecimientos al Gerente.
5. Mantener el control de los ingresos y salidas de dinero en la empresa.
6. Después que cumpla con sus funciones enviar los reportes al Administrador.

Requisitos mínimos:

Contador público autorizado, ingeniero comercial o economista o carrera afines.

Experiencia de 1 año.

Tiempo completo.

Competencias en trabajo en equipo.

Hábil para el manejo financiero, tributario y administrativo.

Edad de 25 a 35 años.

VENDEDOR, CHOFER Y REPARTIDOR

Área: Administrativa.

Supervisar: Clientes

Reporta a: Marketing y Ventas

Requisitos mínimos:

1. Cumplir con sus obligaciones de horario.
2. Llevar un control de sus ventas.
3. Deberá realizar el informe de sus actividades en la entrega de los productos.
4. Dirigirse al cliente muy respetuosamente.
5. Tratar asuntos de cualquier tipo de acontecimientos con los clientes.
6. Captar clientes mostrando el catálogo de los productos que la microempresa ofrece.
7. Ejercer el sistema de cobro cuando la mercadería sea entregada en crédito.

Requisitos mínimos:

- Bachillerato Experiencia de 1 año.
- Tiempo completo.
- Competencias en trabajo en equipo.
- Conocimiento para el manejo en Word, Excel, Internet.
- Edad de 20 a 35 años.

Una vez que se ha determinado la responsabilidad de cada uno de los departamentos de la microempresa, el siguiente paso es la contratación del personal idóneo para cada departamento, después del reclutamiento y selección del personal como último proceso la capacitación según el cargo a desempeñar.

Plan de Inducción

- Palabras de Bienvenida a todo el personal que conformará la microempresa.
- Presentación de cada uno de los colaboradores.
- Dar a conocer que cargo desempeñará en la microempresa.
- Dar a conocer la ubicación de las diferentes áreas.
- Dar a conocer ubicación de la microempresa, misión, visión y los valores de la microempresa.

4.2.3 Plan de Capacitación

- Dar a conocer a cada uno de los colaboradores el cargo que desempeñará.
- Instruir a quien debe de rendir los informes de jefe inmediato.
- Dejar en claro en cada uno de los colaboradores lo que se espera de ellos en bienestar de la microempresa.
- Ilustrar el organigrama de la microempresa.
- Descripción de las funciones específicas de cada área.

TABLA 10: Capacitación

Capacitación			
Áreas de la Microempresa	Curso	Costo	Horas
ADMINISTRACIÓN	Fortalecimiento de Liderazgo	\$ 120,00	24 horas
FINANZAS	Actualización y Manejo de programas de Contabilidad	\$ 160,00	32 horas
PRODUCCIÓN	Control y Calidad	\$ 200,00	48 horas
MARKETING Y VENTAS	Técnicas de Servicio al Cliente y Ventas	\$ 120,00	32 horas
SECRETARIA	Trabajo en equipo	\$ 120,00	24 horas
TOTAL		\$ 720,00	

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero. .

En el transcurso de la vida empresarial de la microempresa, se incentivarán a los colaboradores de la entidad según el desempeño con que realicen su trabajo.

4.2.3 Actividades de la microempresa

4.2.3.1 Principales

Las actividades primarias de la empresa es la transformación de la materia prima al producto final como es la barra de chocolate:

Logística interna bilateral: comprende operaciones de recepción de la materia prima el grano de cacao y el azúcar hasta que se incorpore en el proceso de producción.

Operaciones (producción): es el inicio del proceso productivo de transformación de la materia prima grano de cacao y azúcar a barra de 100 gr de chocolate negro.

Logística Externa lateral: es almacenamiento del producto final de la barra de chocolate para su posterior distribución al consumidor final.

Mientras que el departamento de marketing y ventas se encargaran de dar a conocer a la Microempresa y el producto que va a ofrecer.

4.2.3.2 Secundarias

Las actividades secundarias de la Microempresa serán: Los departamentos: Administrador, Finanzas tendrán la función de estar constantemente coordinando los procesos de producción como la correcta planificación de los procesos de producción y estar motivando al personal.

4.2.5 Marco legal

RUC.

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

1. Documento original del registro de la sociedad.
2. Copia de planillas de la dirección donde funcionara la compañía.
3. Escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
4. Cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
5. Carta de autorización de la persona que va a realizar el trámite.
6. Obtención del registro único de contribuyentes no tienen ningún costo monetario.

CUERPO DE BOMBEROS

Permiso que es emitido por el distinguido cuerpo de bomberos del cantón. Después que un grupo encargado tenga inspeccionado las instalaciones, y revisado que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

1. Inspección por el Inspector del Cuerpo de Bombero.
2. Lugar en muy buenas condición.
3. Tener una puerta de escape en la microempresa.

PERMISOS Y PATENTES MUNICIPALES

Este permiso se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

1. Registro único de contribuyentes (RUC).
2. Cédula de identidad del representante legal original y copia.
3. Certificado de votación del representante legal original y copia.
4. Formulario de declaración para obtener la patente original.
5. Realizar los respectivos trámites en los departamentos de catastro y renta.

REQUISITOS PARA EL SERVICIO TELEFÓNICO

1. Cédula original y copia.
2. Cédula de votación original y copia.
3. Copia del predio urbano del domicilio.
4. Planilla de agua y luz, copia.
5. En caso de ser microempresa, Ruc del representante legal.

CERTIFICADOS DE SALUD

1. Consulta médica.
2. Sacar Carpeta.
3. Exámenes médicos.
4. Certificado de odontología.

SEGURIDAD E HIGIENE INDUSTRIAL

Con el fin de evitar accidentes y enfermedades, causados por los diferentes tipos de agentes.

La organización suministrará condiciones seguras (equipo, herramientas y materiales en buen estado) que garanticen un buen funcionamiento.

Una organización saludable se interesa por la salud de sus instalaciones, buen funcionamiento y ausencia de daños y por la salud de sus trabajadores física y tecnológica y psicológica.

La higiene industrial proporcionará los medios que deben usarse en el trabajo, tanto en su ambiente como en sus propias tareas, para evitar perjuicios en la salud de los trabajos.

En el área en el que se proporcionarán medios para prevenir los accidentes será en el departamento de producción específicamente a los operarios, a aquellos se les proveerá lo siguiente:

1. Uniformes para el buen manejo de las herramientas necesarias para la elaboración del producto.
2. Materiales y equipos en buen estado.

4.2.6 Acta de constitución

Para la constitución de la empresa se procede a realizar el acta, estableciendo fecha de constitución, socios conformados, capital de inicio y las políticas establecidas como el nombramiento del administrador de la Microempresa.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE CONSOLIDA COMO UNA COMPAÑÍA DE SOCIEDAD ANÓNIMA

MEGA CHOCO PENINSULAR S.A

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución simultánea para la Microempresa Procesadora de Cacao para la elaboración de chocolate, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- COMPARECIENTES.- En la ciudad de Santa Elena a los 26 días del mes de Octubre del año 2013.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-

TERCERA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA

TÍTULO I

Del nombre, domicilio, objeto, y plazo.

Artículo 1.- Nombre.- El nombre de la compañía que por esta escritura se constituye es “MEGA CHOCO PENINSULAR S.A”.

Artículo 2.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es Ecuador – Santa Elena, Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas.

Artículo 3.- Objeto.- El objeto de la compañía consiste en la transformación y comercialización del producto como es la barra de chocolate.

Artículo 4.- Plazo.- El plazo de duración de la compañía es desde el inicio de su constitución hasta la disolución que se establezca por medio de venta de acciones o relaciones entre los dueños.

TÍTULO II

DEL CAPITAL

Artículo 5.- Capital y de las acciones.- El capital es de USD \$ 49.518,18 dividido en activos fijos y los gastos de constitución para el proceso de producción.

TÍTULO III

DEL GOBIERNO Y DE LA ADMINISTRACIÓN

Artículo 6.- Norma general.- El gobierno de la compañía correspondiente a la junta general de accionistas, y su administración al directorio, al presidente y al gerente.

Artículo 7.- Convocatorias.- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía.

Artículo 8.- Clases de juntas.- Las juntas serán ordinarias y extraordinarias.

Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2°, 3° y 4° del artículo 231 de la Ley de Compañía y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

Artículo 9.- Quórum general de instalaciones.- Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria se instalará con el número de socios presentes, siempre que se cumpla con los de más requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta con los accionistas presentes.

Artículo 10.- Quórum especial de instalaciones.- Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalara en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución del capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia del 50% del capital pagado. En este caso, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastara la concurrencia de la tercera parte del capital pagado. Cuando preceda una tarea convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

Artículo 11.- Quórum de decisión.- Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

Artículo 12.- Facultades de la junta.- Corresponde a la junta general:

- a) Nombrar al presidente, al gerente y a los miembros, principales y suplentes del directorio.

- b) Ejercer todas las facultades que la ley confiere el órgano de gobierno de la compañía anónima.

Artículo 13.- Junta universal.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedara válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 14.- Composición del directorio.- Este órgano de administración estará integrado por secretario, jefe financiero y Jefes departamentales, será miembro principal del directorio el presidente o gerente de la compañía. Los miembros del directorio podrán ser elegidos y permanecerán en sus funciones hasta ser legalmente reemplazados.

Artículo 15.- Convocatoria a reunión de directorio.- Las convocatorias a sesiones de directorio hará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección que hubiera registrado en la compañía cada miembro de este órgano de administración. Tales convocatorias con tres de anticipación al de la reunión. En dichos tres días no se contará el de realización de la convocatoria y el de celebración de la reunión.

Artículo 16.- Presidencia y secretaria del directorio.- Presidirá las reuniones del directorio el presidente de la compañía. Actuará de secretario en ellas, con voz informativa pero sin voto, el gerente de la compañía. Si faltare uno de ellos o ambos, desempeñaran esas funciones respectivas la persona o las personas que para el efecto el directorio nombre en forma ad-hoc.

Artículo 17.- Quórum de instalación y de decisión del directorio.- El directorio se instalará con la concurrencia de por lo menos 4 personas (aquí el número de directores que hagan quórum de presencia) de sus miembros. Tomará decisiones con la mayoría numérica de miembros concurrentes.

Artículo 18.- Facultades del directorio.- Corresponde al directorio:

- a) Autorizar la apertura de sucursales, agencias o delegaciones de la compañía, dentro o fuera del territorio nacional.

- b) Ejercer las demás atribuciones y facultades que le confieran la junta general de accionistas.

Artículo 19.- Presidente de la compañía.- El presidente será nombrado por la junta general para un periodo (cinco años), a cuyo término podrá ser elegido. El presidente continuara en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general y de directorio las que asista y suscribir con el secretario las actas respectivas.
- b) Suscribir con el general los certificados provisionales o los títulos de acción y extenderlos a los accionistas.
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviese impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 20.- Gerente de la compañía.- El gerente será nombrado por la junta general para un periodo, (cinco años) a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuara en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente remplazados.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general y de directorio.
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general y de directorio a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas.
- c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción y extenderlos a los accionistas.
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañía.
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañía.

4.3 ESTUDIO DE MERCADO

4.3.1 Análisis de la demanda

Una vez realizado la investigación de Mercado se ha demostrado que los habitantes en la Provincia de Santa Elena se encuentran de acuerdo con la aceptación de Creación de la Microempresa. A continuación determinamos el segmento de mercado donde va a estar dirigido el producto.

4.3.1.1 Segmentación del mercado

El segmento de mercado para la microempresa está dado por:

4.3.1.1.1 Segmentación demográfica

La barra de chocolate negro estará dirigido para los niños y para las personas de la edad de 20 a 60 años, tantos para los hombres y las mujeres que se encuentren activos para la adquisición en la Provincia de Santa Elena.

4.3.1.1.2 Segmentación Geográfica

Se escogió la Comuna Dos Mangas de la Parroquia Manglaralto por tener suelo apto para el cultivo de cacao ya que es el principal recurso a utilizar para la elaboración de la barra de chocolate, Siendo la Provincia un lugar Turístico, de una total de 308,693 habitantes. Por sus playas costeras se ha escogido que además de los pobladores de la Provincia, existe un promedio de 20 mil personas que visitan la zona en épocas de temporadas que por lo general también les gustan el chocolate.

4.3.1.1.3 Segmentación Psicológica

Los clientes potenciales que saben que consumir chocolate mejora el arte físico no dejarán de consumir el chocolate elaborado en la provincia.

El producto está dirigido a la clase baja, media y alta

4.3.2 Determinación De La Población Objetivo

La población objetivo es de 151,960 comprendidos entre los habitantes de la Provincia de Santa Elena.

4.3.3 Identificación De Los Clientes Metas

4.3.3.1 Género

Los clientes potenciales de la Barra de chocolate negro está dirigido para el 86,70% de personas que en la encuesta dijeron que si consumen chocolate en la actualidad.

4.3.3.2 Edad

La edad comprendida de los clientes metas esta entre los niños y los de la edad de 20 hasta los 60 años de edad.

4.3.3.3 Ingresos Aproximados

En la Provincia de Santa Elena existe un aproximado nivel de ingresos de mayor a \$ 250 y menor de \$ 500

4.3.3.4 Nacionalidad

Todos los del mercado meta son ecuatorianos ya que la personas que han emigrado a este país en su mayoría ya tienen la cedula de residencia.

4.3.3.5 Geografía

Los clientes potenciales que la Microempresa **MEGA CHOCO PENÍNSULAR S.A.** Santa Elena tiene un promedio de 10000 mil turistas que visitan la Provincia en temporadas de carnaval, fin de año y semana santa.

En la Provincia de Santa Elena existen centros comerciales como son: el Paseo Shopping, el Supermaxi, Súper Aquí, Tía y Aquí lugares que son frecuentados por los habitantes y turistas de la provincia de Santa Elena.

En los tres Cantones de la Provincia existe un Supermercado que son frecuentados por los habitantes de cada Cantón.

En cada Cantón de la Provincia en diversos lugares existen Tiendas que son frecuentados por los habitantes de cada sector.

4.3.4 Frecuencia De Uso/Compra

TABLA 11: Frecuencia de compra del chocolate

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
3	Diario	111	30,1	34,7
	Semanal	19	5,1	79,1
	Quincenal	142	38,5	85,0
	Mensual	48	13,0	100,0
	Total	320	86,7	
Perdidos	Sistema	49	13,3	
Total		369	100,0	

Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero. .

En su mayoría las personas consumen cada quincena el chocolate.

4.3.5 Proyección De La Demanda

La proyección de la demanda es la siguiente:

De acuerdo a la investigación de mercado existe un porcentaje del 86,70% de las personas encuestadas con un total de 131,749 que si están de acuerdo y que si adquirirán el producto de Barra de chocolate negro, obteniendo un potencial de

114,227 clientes potenciales definiendo que su nivel de consumo es diario y otros cada quince días existiendo una demanda de 228, 453 barras de chocolate negro y que la microempresa desea cubrir el 9% de la demanda quedando una producción de un total de 20.561barras mensuales.

De acuerdo a estudios científicos cada persona en el mundo consume diariamente 0,10 gramos de chocolate.

4.3.6 Análisis de la oferta

Es la relación de los productores o vendedores, refleja la disposición de ofrecer a cambio de un precio, la oferta es de 1000 kilogramos de chocolate y el tipo de oferta que se enmarca este estudio es Oferta competitiva ya que existen otras empresa ya posesionadas en el mercado del chocolate pero única en el sector provincial.

4.3.7 Identificación De Los Competidores

En la actualidad existen empresas que aunque no elaboran en la provincia los diferentes tipos de chocolates están bien posesionadas en el mercado como son:

Nestlé.

La universal.

Arcor.

Colombina.

Compañía nacional del chocolate.

Son las de mayor competencia para el producto nuevo que desea ingresar en el mercado de la Provincia de Santa Elena.

4.2.11 Demanda Insatisfecha

Una vez que se obtiene la proyección de demanda y de oferta se procede a calcular la demanda insatisfecha, se determinara la cantidad que va a producir la Microempresa **MEGA CHOCO PENÍNSULAR S.A.**

Tenemos la diferencia entre la proyección de demanda y oferta.

TABLA 12: Demanda Insatisfecha

Años	Demanda
	Proyectada
2014	246.730

Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Para determinar la cantidad total que la Microempresa debe producir para ofrecer en el mercado se escoge el 9% de la demanda satisfecha, obteniendo que la Microempresa para vender 20561 Barras de chocolate negro corresponda producir la cantidad de 9360 libras de grano de cacao correspondiente a 3.265,9 kilogramos de cacao.

TABLA 13: Proyección Mensual de Producción

Años	Producción Mensual
2014	20.561

Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.4 MARKETING MIX

4.4.1 Producto

El producto que ofrecerá la Microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A.**, será el primer producto en la Provincia de Santa Elena, que se elaborará con el auténtico grano de cacao fino aroma producido en la Comuna Dos Mangas y transformado en producto final de barra de chocolate.

Para la deleitar el paladar del cliente se le brindará un producto de primera calidad ya que los ingredientes serán de calidad, frescos y elaborado en la Provincia de Santa Elena.

ILUSTRACIÓN 6: Muestra de la Barra de Chocolate Negro



Fuente: Mega Choco Peninsular.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.4.2 PRECIO

El precio es una de las características que será fundamental para que los clientes adquieran el producto la Microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A** de acuerdo a su capacidad instalada de producción, costo fijos y costos variables ha determinado que la barra de chocolate negro tiene un precio de \$ 1,16 ctvs, en costos de la mano de obra, la materia prima y los costos indirectos y que generando 5% de imprevistos en el producto terminado se genera un valor de 0,04 ctvs, y que con los gastos administrativos, gastos de ventas, gastos de alimentación se genera un valor de 0,50 centavos sumando todos estos valores el producto tiene un costo unitario de \$ 1,66. Y que generando ingresos para la Microempresa se venderá a \$ 1,80.

Y así los beneficios que tenga la Microempresa serán conforme se realicen las ventas mercado.

4.4.2.1 Estrategias De Precios

En la Provincia no existe ninguna Microempresa de barra de chocolate negro, pero se encuentra posesionada el mercado la Empresa Nestlé, su precio varía en un promedio de \$ 2,25. Razón por el cual se ha determinado que las siguientes estrategias:

La Microempresa mantendrá los precios por debajo de la competencia.

La barra de chocolate negro será vendida en los centros comerciales, tiendas y Supermercados a un precio de \$ 1,80 ctvs., para que al consumidor final sea vendido a un precio que los centros comerciales estipulen para obtener ingresos.

Se establecer una plaza de venta para que desde la propia fábrica sea vendido al consumidor la Barra de chocolate negro de 100gr al precio de \$ 1,80.

Dependiendo del volumen de venta se realizara un descuento para que así los centros comerciales, Supermercados y Tienda de la Provincia obtenga su propia utilidad.

Tabla 14: Precio de la barra de chocolate

MES	PRECIO COSTO	RECARGO DE IMP PROD TERM	PRECIO GASTOS NO OPERATIVO	PRECIO UNIT	PRECIO VENTA	CONTRIBUCIÓN MARGINAL
ENERO	\$ 1,11	\$ 0,04	\$ 0,50	\$ 1,66	\$ 1,80	\$ 0,14
FEBRERO	\$ 1,13	\$ 0,05	\$ 0,34	\$ 1,52	\$ 1,80	\$ 0,28
MARZO	\$ 1,15	\$ 0,05	\$ 0,34	\$ 1,54	\$ 1,80	\$ 0,26
ABRIL	\$ 1,17	\$ 0,05	\$ 0,34	\$ 1,56	\$ 1,80	\$ 0,24
MAYO	\$ 1,18	\$ 0,05	\$ 0,36	\$ 1,59	\$ 1,80	\$ 0,21
JUNIO	\$ 1,20	\$ 0,05	\$ 0,36	\$ 1,61	\$ 1,80	\$ 0,19
JULIO	\$ 1,22	\$ 0,05	\$ 0,35	\$ 1,62	\$ 1,80	\$ 0,18
AGOSTO	\$ 1,24	\$ 0,05	\$ 0,35	\$ 1,64	\$ 1,80	\$ 0,16
SEPTIEMBRE	\$ 1,26	\$ 0,05	\$ 0,37	\$ 1,68	\$ 1,80	\$ 0,12
OCTUBRE	\$ 1,28	\$ 0,05	\$ 0,36	\$ 1,69	\$ 1,80	\$ 0,11

Fuente: Población de Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.4.3 Estrategias De Distribución

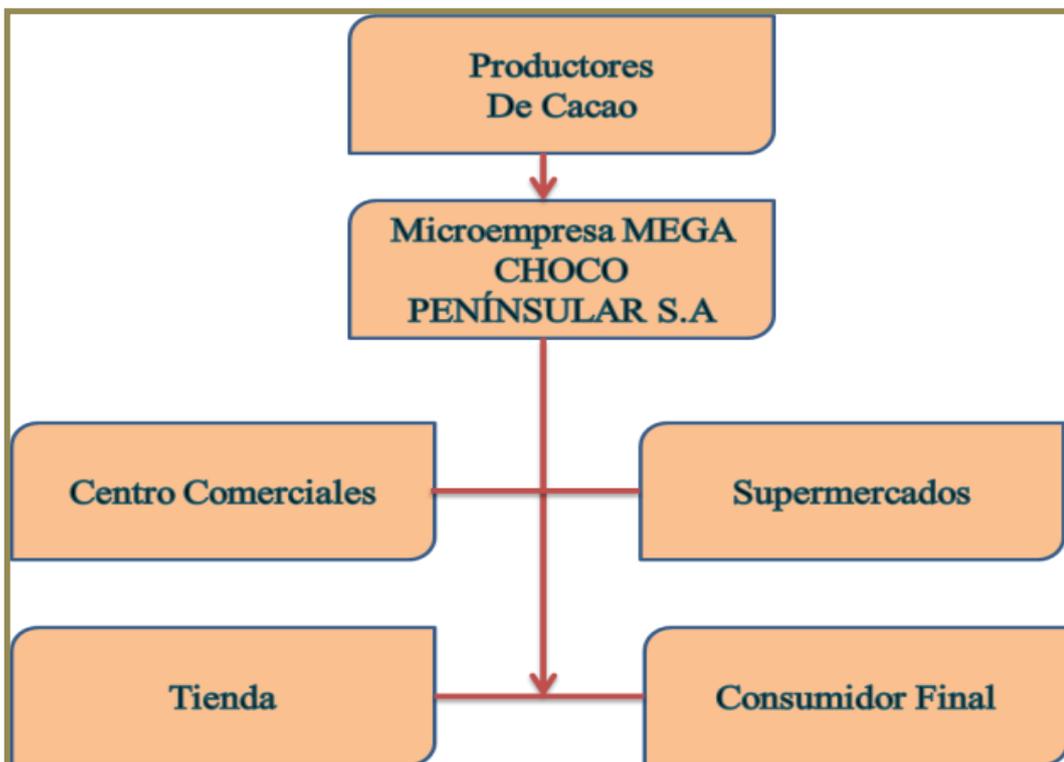
La estrategia de distribución será de dos maneras:

Distribución directa: La Microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A** es quien produce la Barra de chocolate y quien se encargará de entregar al consumidor final el producto.

Distribución indirecta: La Microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A** es quien produce la Barra de chocolate pero que por medio de intermediarios (Centros Comerciales, Supermercados y Tiendas) será entregado al consumidor final el producto.

4.4.3.1 Identificación Del Canal Óptimo

ILUSTRACIÓN 7: Canal de Distribución



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.4.4 Promoción

Herramienta muy importante para la Microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A**, por medio de la publicidad transmitida en el medio se dará a conocer y los clientes potenciales conocerán el producto que ofrecerá cómo será la Barra de chocolate negro.

4.4.4.1 Presupuesto De Promoción

El presupuesto que se ha estimado son los siguientes:

Al inicio de la vida empresarial de la Microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A**, para dar a conocer a la Microempresa se enviarán a realizar trípticos, tarjetas de presentación, hojas volantes, propagandas en radio antena y una pancarta que estará ubicada en la Microempresa.

TABLA 15: Gastos de Promoción

Gastos de ventas		
Concepto	Descripción	Valor Mensual
Trípticos	Dar a conocer a la microempresa	\$ 60,00
Presentación de la Microempresa	Presentación	\$ 50,00
Propaganda	Anuncios en Radio Amor, salinas y antena	\$ 35,00
Pancarta	Letreros	\$ 95,00
Internet	Facebook	\$ 30,00
Volante	Lugar donde Adquirir el producto	\$ 60,00
Total		\$ 330,00

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero. .

4.4.5 Estrategias Competitivas

- Estrategia de diferenciación: La barra de chocolate negro se diferencia de otras empresas porque no tendrá nada de sustancias químicas todo será a lo natural solo utilizará las maquinarias para transformar la materia prima al producto final.
- Ofrecer promociones constantes en días festivos para incentivar al cliente en: San Valentín, Navidad, Fin de año, Semana Santa, Fiestas de la provincia de Santa Elena entre otras festividades.
- Estar constantemente realizando publicidades a la empresa

4.5 ESTUDIO TÉCNICO

EL Estudio Técnico es el diseño de la Microempresa, estableciendo el nivel de Producción de Barras de chocolate negro en la Comuna Dos Mangas para los clientes potenciales de la provincia de Santa Elena.

Para determinar el tamaño del proyecto se realizó la investigación de mercado para definir la demanda existente en el mercado del consumo de chocolate., la disponibilidad de recursos financieros, la mano de obra, la materia prima y la tecnología a utilizar para la producción del producto.

4.5.1 Infraestructura de la Microempresa

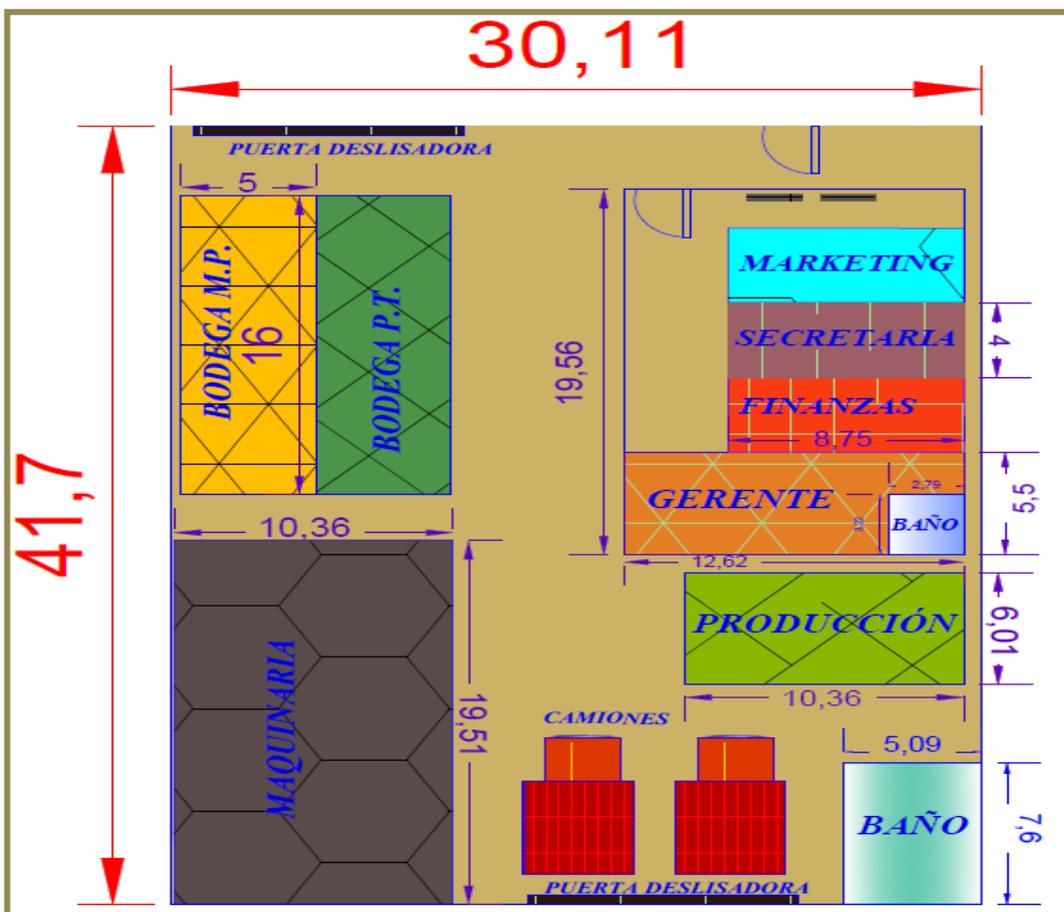
La Microempresa estará distribuida en dos áreas que serán el área de producción del producto y el área de administración que controlaran los costos que incurran en el proceso productivo en un ambiente agradable. Producción: en esta área se realizara la óptima adecuación de las maquinarias para llevar a cabo el proceso de transformación del producto como es la barra de chocolate negro, se tendrá dos

bodega uno para la materia prima necesario para el producto y la segunda bodega para el producto terminado como es la barra de chocolate negro.

Administración: en esta área se instalarán los diferentes departamentos para una correcta administración de la Microempresa como son: Gerente General, Departamento Financiero, Departamento de compras, Marketing y Ventas.

Para este proyecto se requiere una infraestructura de 41,7x 30,11 que es un total de 1100 metros, el cual estará conformado por oficinas y el área de producción del chocolate negro, cabe destacar que existirá en la Microempresa tendrá un 2% de capacidad ociosa para futuras infraestructura que incurra en el año de ejecución del proyecto.

ILUSTRACIÓN 8: Distribución de la Microempresa



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

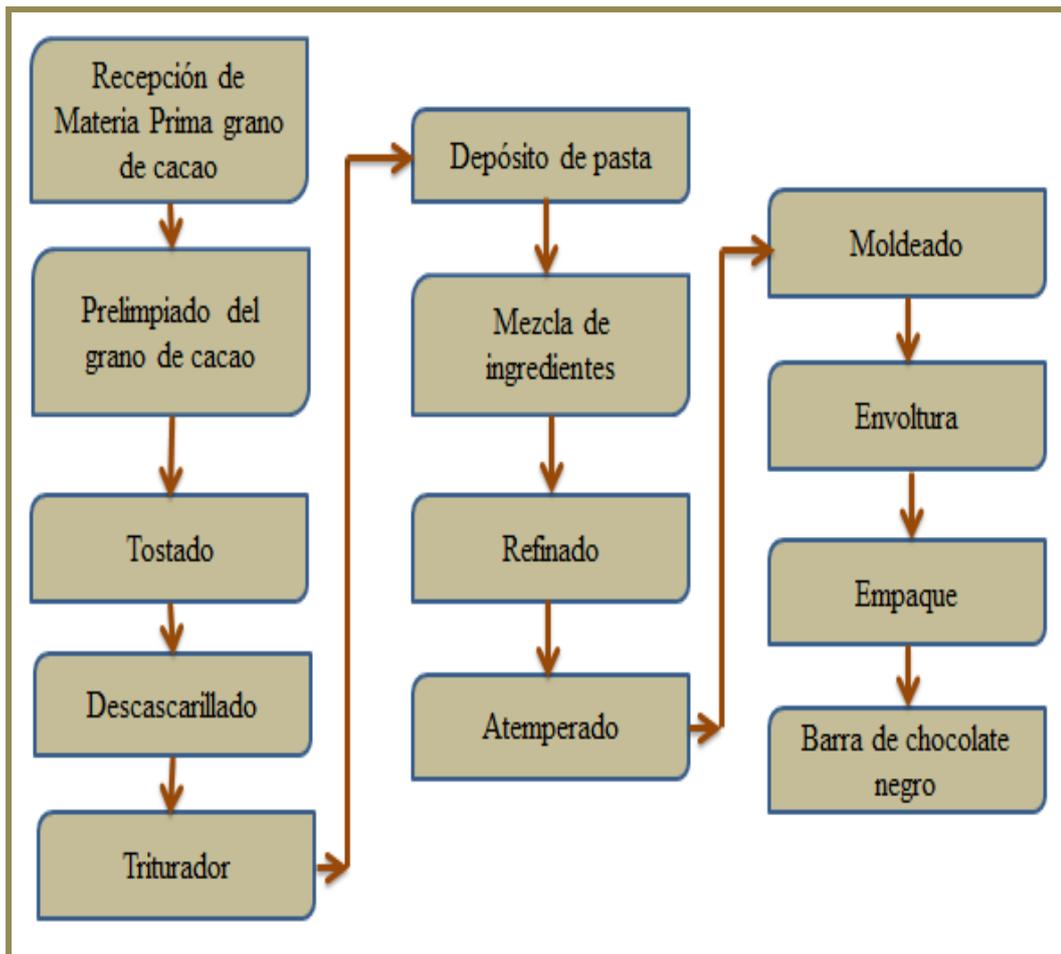
4.5.2 Capacidad instalada

Es importante determinar la cantidad de producción ya que es uno de los elementos primordiales para el diseño de la Microempresa, se ha determinado que se realizara una producción del 5% de la demanda insatisfecha calculada anteriormente.

La Microempresa **MEGA CHOCO PENÍNSULAR S.A.** tendrá la capacidad de producir 20561 Barras de Chocolate Mensual.

4.4.3 Diagrama de flujo de los procesos

ILUSTRACIÓN 9: Diagrama de proceso



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.4.4 Descripción de los procesos

Proceso para obtener la barra de chocolate

1. Compra de la materia prima de cacao de aroma fino

Se compra a los productores cacaoteros la materia prima en este caso ellos nos proveerán de 104 quintales de granos de cacao al mes, lo cual se receptorá en la bodega destinada para materia prima.

GRÁFICO 29: Materia Prima



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

2. Limpieza de los granos de cacao de aroma fino

El siguiente proceso es la limpieza del grano de cacao donde la maquina separará el grano de caco de materiales extraños.

La máquina tiene la capacidad de realizar esta operación cada media hora de 5 quintales de grano de cacao.

GRÁFICO 30: Limpieza de los granos



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

1. Técnica de tamizas.
2. Descargar de elemento extraños en los granos de cacao.
3. Saca el polvo.
4. Sistema neumático.

3. Tostador de granos de cacao

En este proceso el grano de cacao es colocado en la maquinaria para ser tostado se debe de estar constantemente removiendo, debe de estar a temperatura leve para evitar que se perjudique la materia prima después de este proceso sigue el siguiente proceso el descascarado de las almendras. Este proceso dura 1 hora.

GRÁFICO 31: Tostador



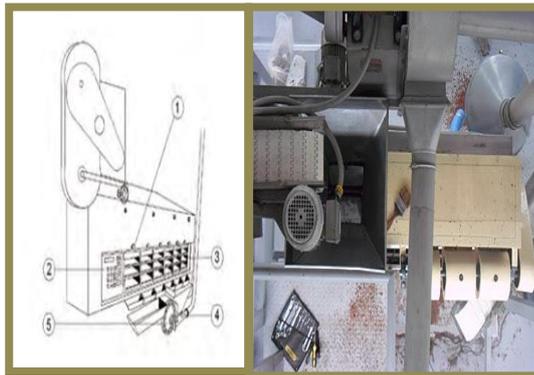
Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

1. Aspadores.
2. Tolva del calcinero.
3. Refrigerante.
4. Tubo de muestreo.
5. Tambor giratorio.
6. Tapa de calcinero.
7. Transportador neumático.

4. Descascarado del grano tostado

1. Tradicional: el descascarado depende del tamaño de los granos (grande, mediano, pequeño)
2. Tostado de almendra del cacao: Se ejecuta un pre tratamiento térmico a los granos para aflojar la testa para preparar el descascarillado, una vez obtenidos la almendra se procede al tostón de los mismos.
3. Tostado del licor de cacao: licores de cacao tratados. Este proceso dura 1 hora.

GRÁFICO 32: Descascarado



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

1. Vigilancia de ajuste para el quebrado de grano de cacao.
2. Inspecciones eléctricos.
3. Salidas de cacao.
4. Transportador de neumático.
5. Ventilador.

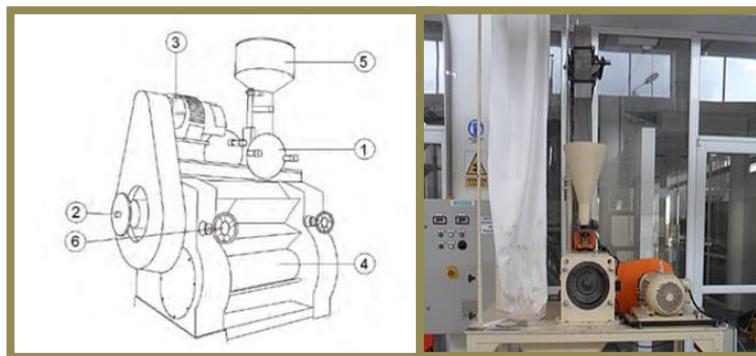
5. Máquina, Molino , Triturador

Se realiza en un molino de pernos, para la obtención del licor de cacao con un tamaño de partícula de 80 a 90 micras. Durante este proceso se libera la manteca

de cacao y se funde como resultado de la elevación de la temperatura por la fricción. Este proceso dura 1 horas.

El licor de cacao se someterá al proceso de transformación del chocolate conchado para ser atemperado por otro proceso. Este proceso dura 1 hora

GRÁFICO 33: Máquina, Molino



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

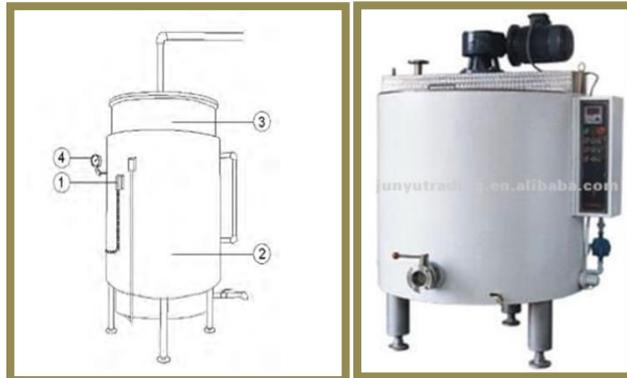
1. Aros trituradores.
2. Embargue para activar los rodillos.
3. Motor.
4. Rodillo refinador.
5. Embudo receptora de cacao.
6. Volátiles para el control de apertura y cierre.

6. Depósito de pasta de cacao

En esta maquinaria se coloca la pasta de cacao obtenida después del triturado de la almendra de cacao.

El proceso es de inmediato conforme se vaya triturando los .grano de cacao. De este proceso sigue lo que es obtener el licor y la manteca de cacao. Una vez que todo el grano de cacao haya sido molido.

GRÁFICO 34: Depósito de pasta de cacao



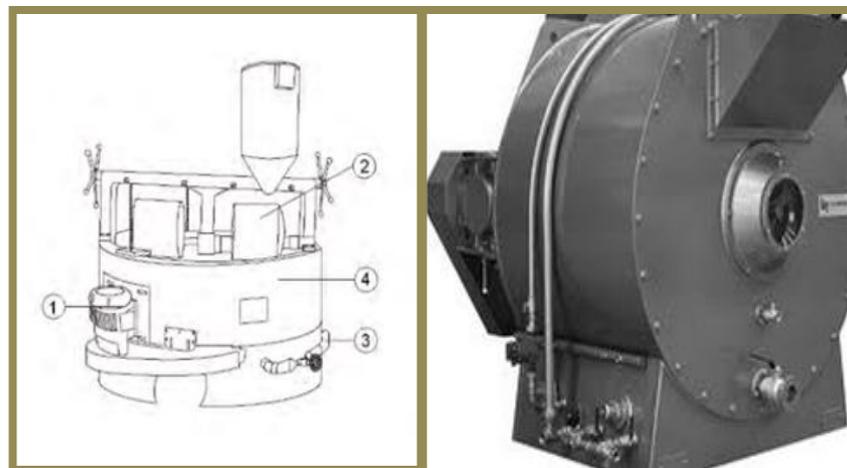
Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

1. Interruptor eléctrico.
2. Depósito.
3. Tapa.
4. Termómetro.

7. Mezcladora de ingredientes.

Se encarga de mezclar todos los ingredientes que se va a utilizar para la elaboración del chocolate en este caso el cacao molido, el azúcar y la lecitina. Este proceso dura media hora.

GRÁFICO 35: Mezcladora

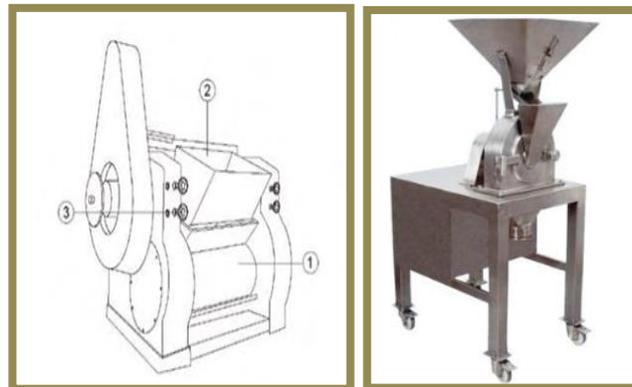


Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

1. Motor.
2. Rodillo de piedra.
3. Técnica de vapor.
4. Pila.

8. Refinadora

GRÁFICO 36: Refinadora



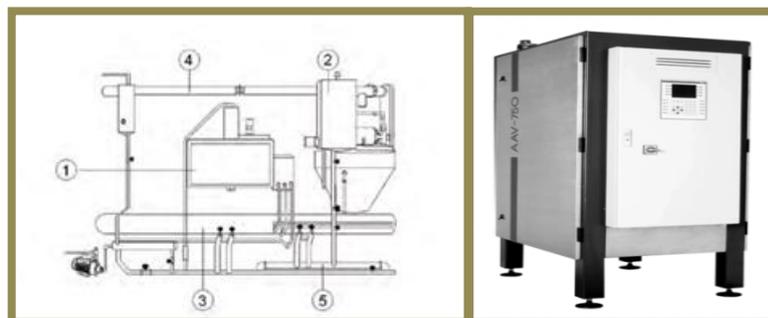
Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Este proceso es donde el licor de caco es refinado para eliminar los cristales. Este proceso dura media hora.

1. Rodillo refinador.
2. Embudo receptora.
3. Volante para control de apertura y cierre.

9. Atemperadora

GRÁFICO 37: Atemperadora



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

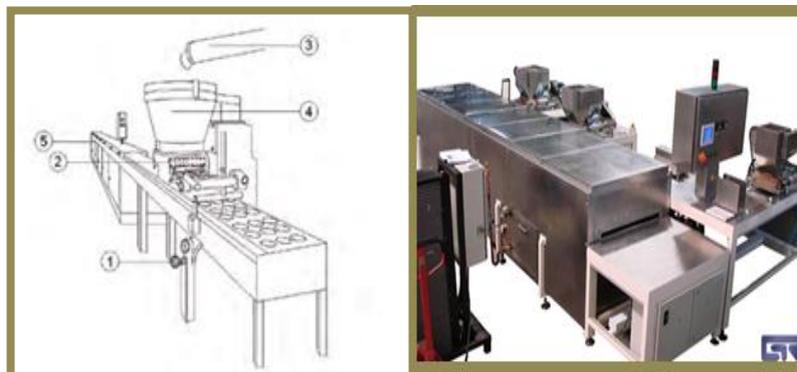
1. Controles eléctricos.
2. Depósito de agua fría.
3. Primera sección temperadora.
4. Regreso de temperadora.
5. Sistema de refrigeración.

Este proceso hace que el chocolate endurezca más de acuerdo a la temperatura que desee, esta maquinaria hace que la barra de chocolate tome más brillo al endurecer. Este proceso dura media hora.

La barra de chocolate no tendrá nada de químicos solo utilizara el grano de cacao Y el azúcar.

10. Moldeadora

GRÁFICO 38: Moldeadora



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

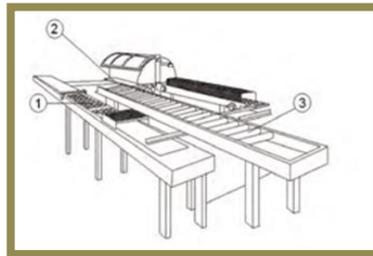
En este proceso el chocolate es puesto en cada uno de los moldes de barra de 100gramos, es llevado por la cámara de refrigeración para posteriormente seguir con el siguiente proceso. Durante este proceso hasta la empacadora dura 3 horas.

1. Control de dosificación.
2. Dosificador de temperadora.
3. Tasa de moldeadora.
4. Túnel de vibrado.

11. Desmoldeadora

En este proceso la barra de chocolate es sacado del molde para posteriormente ser empacado.

GRÁFICO 39: Desmoldeadora



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

1. Banda transportadora de moldes.
2. Plataforma de desmoldado.
3. Transportadora de tabillas.

12. Envolvedora

Ultimo proceso cuando es empacado en los cartones de 100g lista para ser repartidos a los diferentes puntos de distribución.

1. Banda transportadora de tabillas.
2. Banda transportadora para empaque.
3. Mordaza y cuchilla.
4. Porta bobinas.
5. Tablero de control.

ILUSTRACIÓN 10: Empaque Del Producto



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Composición del producto

Composición	Porcentajes
Licor de cacao	55,00%
Manteca de cacao	42,10%
Azúcar	1,70%
Lecitina	1,20%
Total	100

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.4.5 Recursos de maquinaria, equipos y herramientas

Maquinarias

La Microempresa para ejecutarse necesita la inversión de las siguientes maquinarias:

TABLA 16: Maquinarias

Maquinaria	Cantidad	Valor unit	Valor total
Maquina Cámara de refrigeración	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Máquina para Refinación	2	\$ 2.000	\$ 4.000
Mezcladora de Ingredientes	1	\$ 1.500	\$ 1.500
Máquinas de moliendas	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Depósito de chocolate	1	\$ 1.500	\$ 1.500
Transportador de Enfriamiento	2	\$ 1.000	\$ 2.000
Maquina temperadora	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Transportador de Moldes	1	\$ 1.500	\$ 1.500
Máquina de disolución	2	\$ 1.500	\$ 3.000
Maquina Empacadora	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Total			\$ 24.000

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.4.5.1 Equipos de oficina

La siguiente lista determina el material necesario en muebles y enseres, equipo de oficina, equipos de computación y vehículo.

Tabla 17: Equipos

Muebles y Enseres			
Escritorios laser	7	\$ 100	\$ 700
Silla Giratoria	1	\$ 70	\$ 70
Sillas estándar	12	\$ 50	\$ 600
			\$ 1.370
Equipos de Oficina			
Aire acondicionado	4	\$ 300	\$ 1.200
Extintores	7	\$ 60	\$ 420
Archivadores	7	\$ 60	\$ 420
Teléfono Fax	7	\$ 30	\$ 210
			\$ 2.250
Equipos de Computación			
Computadoras	7	\$ 400	\$ 2.800
Impresora inyección tinta	6	\$ 100	\$ 600
			\$ 3.400
Vehículo			
Camioneta Contactar Chevrolet Furgón Modelo 2011	1	\$ 12.000	\$ 12.000
			\$ 12.000

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.4.5.1 Materia prima

La microempresa para su producción de 11423 barras de chocolate negro necesitará de la siguiente materia prima: 60 sacos de grano de cacao, azúcar y lecitina para que el producto dure por meses.

La tabla especifica la cantidad de materia prima a utilizar en el mes.

TABLA 18: Materia prima

Materia Prima Directa				
Materia Prima Directa	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Cacao en grano	qq	104	\$ 90,00	\$ 10.270,00
lecitina	qq	1	\$ 15,00	\$ 30,00
Azúcar	qq	9	\$ 60,00	\$ 840,00
Total				\$ 11.140,00

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Al determinar que existe una demanda potencial de la barra de chocolate negro en la Provincia de Santa Elena. El estudio financiero es para determinar cuánto es la inversión de dicho proyecto para ponerse en marcha.

4.6.1 Inversión inicial

Los activos para la Microempresa representa todo el capital que se necesita para la producción de la barra de chocolate negro.

La Microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A** para ponerse en marcha requiere de una inversión de \$ 112.599,34. Distribuido en

infraestructura, maquinarias, gastos de constitución, gastos de ventas y muebles de oficina, vehículo y un capital de trabajo para empezar a producir las barra de chocolate.

El gasto de obras físicas se detalla en: (Ver ANEXO 4)

TABLA 19: Inversión Inicial

INVERSIONES	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 43.020,00
OBRAS FISICAS	\$ 50.392,70
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 12.086,64
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 2.100,00
BANCOS- CAJA	\$ 5.000,00
TOTAL INVERSIÓN	\$ 112.599,34

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6.1.1 Activos fijos

Un total de \$ \$ 43.020,00 está destinado para maquinarias, muebles y enseres, equipos de computación.

TABLA 20: activos Fijos

Inversión	
Muebles y Enseres	\$ 1.370,00
Equipos de Oficina	\$ 2.250,00
Equipos de Computación	\$ 3.400,00
Vehículo	\$ 12.000,00
Maquinaria	\$ 24.000,00
Total	\$ 43.020,00

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6.1.2 Activos intangibles

Los activos intangibles tienen un carácter inmaterial, que son los trámites destinados para el funcionamiento de la microempresa.

Estos son los activos intangibles.

TABLA 21: Activos Intangibles

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		Renovación Permiso C/Año
Cuerpo de Bombero	\$ 300,00	\$ 100,00
Patente Municipal	\$ 200,00	\$ 100,00
Certificado de funcionamiento	\$ 1.000,00	\$ 500,00
Superintendencia de compañía	\$ 400,00	\$ 200,00
Permiso de Sanidad	\$ 200,00	\$ 100,00
Total	\$ 2.100,00	\$ 1.000,00

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6.1.3 Capital de trabajo

Son los recursos que se necesita para la primera producción de la microempresa

TABLA 22: Capital de Trabajo

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO MAXIMO DEFICIT ACUMULADO	
INGRESO MENSUAL	0,00
EGRESO MENSUAL	\$ 12.086,64
SALDO	\$ (12.086,64)
SALDO ACUMULADO	\$ (12.086,64)
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 12.086,64

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6.1.4 Resumen de inversión inicial

La inversión total de la Microempresa **MEGA CHOCO PENINSULAR S.A** es de \$ 112.599,34 que será cubierto de la siguiente manera el 30% con capital propio y el 70% por un préstamo bancario.

4.6.1.5 Financiamiento

El préstamo será cubierto por el 70% de la Inversión por un total de \$ 78.819,54. A una tasa de interés del 12% a un plazo de 10 años.

TABLA 23: Financiamiento

Capital Propio	\$ 33.779,80
Préstamo Bancario	\$ 78.819,54
Tasa De Interés De La Deuda	12%
Periodo De La Deuda	10

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6.1.6 Amortización de la deuda

Se muestra la deuda que la Microempresa adquiere por diez años con sus intereses y su amortización.

En el primer año el interés es de \$ 4.602,49. Con una amortización de \$ 2.185,58.

TABLA 24: Amortización

PRESTAMO BANCARIO				
PERIODO	PAGO	INTERÉS	AMORTIZA	CAPITAL VIVO
0				\$ 78.819,54
1	\$ 13.949,81	\$ 9.458,34	\$ 4.491,47	\$ 74.328,07
2	\$ 13.949,81	\$ 8.919,37	\$ 5.030,44	\$ 69.297,63
3	\$ 13.949,81	\$ 8.315,72	\$ 5.634,09	\$ 63.663,54
4	\$ 13.949,81	\$ 7.639,62	\$ 6.310,19	\$ 57.353,35
5	\$ 13.949,81	\$ 6.882,40	\$ 7.067,41	\$ 50.285,94
6	\$ 13.949,81	\$ 6.034,31	\$ 7.915,50	\$ 42.370,45
7	\$ 13.949,81	\$ 5.084,45	\$ 8.865,36	\$ 33.505,09
8	\$ 13.949,81	\$ 4.020,61	\$ 9.929,20	\$ 23.575,89
9	\$ 13.949,81	\$ 2.829,11	\$ 11.120,70	\$ 12.455,19
10	\$ 13.949,81	\$ 1.494,62	\$ 12.455,19	\$ 0,00

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6. 1.7 Proyección de ventas

La Microempresa tiene estimado vender anualmente 246730 barras de chocolate negro un precio de \$ 1,80 por lo que su ingreso del primer año es de \$ 444.113.

Se resalta que de acuerdo al crecimiento de la demanda del 5% las ventas anualmente incrementaran tal como se muestra en el (ANEXO 9)

Mensualmente la Microempresa mensualmente tendrá la producción de 20561 barras de chocolate generando un ingreso mensual de \$ 37.009, la proyección de venta está dada por 10 años.

Se realizará una producción diaria de barras de chocolates negros, cada operario realizará una producción diaria de 1028 barras. (Ver ANEXO 10)

4.6. 1.8 Costos operativos

Para la producción de 20561 barras de chocolate negro de 100 gr se estima un costo mensual de \$ 23.804 para la elaboración del producto tal como se muestra en la TABLA 25.

TABLA 25: Costo mensual

	Enero
Barras mensuales	20561
Precio Unitario	\$ 1,16
	\$ 23.804

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6. 1.9 Costos operativos proyectados

Los costos anuales del primer año de producción se resalta en la TABLA 26 con una inflación del 4,40. Los costos proyectados por 10 años se muestra en el ANEXO 10.

TABLA 26: Costos anuales proyectados

Precios Costo	
Materia Prima	\$ 154.260,96
MOD	\$ 23.217,35
Cif	\$ 137.166,38
Total	\$ 314.644,69

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6. 1.10 Depreciación

Todos los activos fijos de la Microempresa tienden a depreciarse según su vida útil los muebles y enseres y equipo de oficinas se depreciaran al cabo de 5 años por lo que se realiza una reinversión de los muebles y enseres y de los equipo de oficina. Los equipos de computación tienden a depreciarse y acabarse al cabo de tres años por lo que en ese año se realizara un reinversión de los equipo de computación, tenemos el vehículo que tiene una vida útil de 5 años y las Maquinarias tienden a terminar su vida útil al cabo de diez años en la TABLA 27 se muestra el valor a depreciarse por cada año.

Por los muebles y enseres en el año 2014 será de \$ 274, 00 por equipos de oficina es de \$ 450,00, por los equipos de computación un valor de \$ 1.333,33, por el vehículo un valor de \$ 2.400,00 y por maquinaria un valor de \$ 2.400,00.

Por cada año tendrá el mismo valor de depreciación por lo que en el año 2014 es un total de \$ 6.657,33, por lo que corresponde el mismo valor en los diferentes años del 2015 hasta el 2023.

TABLA 27: Depreciaciones

DEPRECIACION												
	COSTO TOTAL	Años	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Muebles y Enseres	\$ 1.370,00	5	\$ 274,00	\$ 274,00	\$ 274,00	\$ 274,00	\$ 274,00	\$ 274,00	\$ 274,00	\$ 274,00	\$ 274,00	\$ 274,00
Equipos de Oficina	\$ 2.250,00	5	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Equipos de Computacion	\$ 3.400,00	3	\$ 1.133,33	\$ 1.133,33	\$ 1.133,33	\$ 1.133,33	\$ 1.133,33	\$ 1.133,33	\$ 1.133,33	\$ 1.133,33	\$ 1.133,33	\$ 1.133,33
Vehículo	\$ 12.000,00	5	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Maquinaria	\$ 24.000,00	10	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
TOTAL DEPRECIACIONES			\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6. 1.11 Estado de resultados proyectados (P y G)

El estado de resultados de pérdidas y ganancias muestra el equilibrio entre los gastos y los ingresos obtenidos por el volumen de barras de chocolate vendidos en el mercado, se obtiene un ingreso en el primer año de \$ 444.113,26 y un costo de producción de \$ 314.644,69, por lo que se obtiene una utilidad bruta de \$129.468,56 que descontando los gastos operacionales, no operacionales y los impuestos se obtiene una utilidad \$ 15.080,38 y que en cada año se estima que va en incremento con el 5% de la demanda.

En el quinto año tenemos un ingreso de \$ 561.925,73 y un costo de producción de \$ 373.785,46 por lo que se obtiene una utilidad bruta de \$ 188.140,27 que descontando los gastos operacionales, no operacionales y los impuestos se obtiene una utilidad \$ 50.076,57 y que en cada año se estima que va en incremento con el 9 % de la demanda.

En el décimo año tenemos un ingreso de \$ 857.641,32 y un costo de producción de \$ 513.711,96, por lo que se obtiene una utilidad bruta de \$ 43.929,36 que descontando los gastos operacionales, no operacionales y los impuestos se obtiene una utilidad \$ 122.571,02 y que en cada año se estima que va en incremento con el 5% de la demanda.

En la tabla 28 se muestra el estado de resultados proyectado a 10 años, se observa que en cada año la utilidad neta va incrementado.

TABLA 28: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS											
MICROEMPRESA: MEGA CHOCO PENINSULA SA											
DEL 2014 AL 2023											
FLUJO DE CAJA	Año 0	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS		\$ 444.113,26	\$ 468.292,76	\$ 493.788,69	\$ 520.672,75	\$ 549.020,48	\$ 598.432,33	\$ 652.291,24	\$ 710.997,45	\$ 774.987,22	\$ 844.736,07
VENTAS POR MAQUINARIA EN REEMPLAZO		\$ -	\$ -	\$ 850,00	\$ -	\$ 12.905,25	\$ 850,00	\$ -	\$ -	\$ 850,00	\$ 12.905,25
Total ingresos		\$ 444.113,26	\$ 468.292,76	\$ 494.638,69	\$ 520.672,75	\$ 561.925,73	\$ 599.282,33	\$ 652.291,24	\$ 710.997,45	\$ 775.837,22	\$ 857.641,32
Costos de producción											
Materia prima		\$ 154.260,96	\$ 161.048,45	\$ 168.134,58	\$ 175.532,50	\$ 183.255,93	\$ 197.916,41	\$ 213.749,72	\$ 230.849,69	\$ 249.317,67	\$ 269.263,08
mano de obra directa		\$ 23.217,35	\$ 24.238,91	\$ 25.305,42	\$ 26.418,86	\$ 27.581,29	\$ 29.787,80	\$ 31.098,46	\$ 32.466,79	\$ 33.895,33	\$ 35.386,72
costos indirectos de fabricación		\$ 137.166,38	\$ 143.201,70	\$ 149.502,57	\$ 156.080,69	\$ 162.948,24	\$ 175.984,10	\$ 183.727,40	\$ 191.811,40	\$ 200.251,10	\$ 209.062,15
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 314.644,69	\$ 328.489,06	\$ 342.942,58	\$ 358.032,05	\$ 373.785,46	\$ 403.688,30	\$ 428.575,57	\$ 455.127,89	\$ 483.464,10	\$ 513.711,96
UTILIDAD BRUTA		\$ 129.468,56	\$ 139.803,70	\$ 151.696,12	\$ 162.640,70	\$ 188.140,27	\$ 195.594,03	\$ 223.715,66	\$ 255.869,56	\$ 292.373,11	\$ 43.929,36
Gastos operativos											
Gastos de Servicios		\$ 18.463,31	\$ 19.275,70	\$ 20.123,83	\$ 21.009,28	\$ 21.933,68	\$ 23.688,38	\$ 25.593,45	\$ 27.630,13	\$ 29.840,54	\$ 32.227,78
Gastos Administrativos		\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90
Gastos de Capacitación		\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Depreciación (de activos fijos)		\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33
Gastos de Venta		\$ 1.915,44	\$ 1.999,72	\$ 2.087,71	\$ 2.179,57	\$ 2.275,47	\$ 2.457,51	\$ 2.654,11	\$ 2.866,44	\$ 3.095,75	\$ 3.343,41
Gastos de construcción		\$ 2.100,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Gastos de mantenimiento		\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Gastos de Alimentación		\$ 7.912,85	\$ 8.261,01	\$ 8.624,50	\$ 9.002,98	\$ 9.400,15	\$ 10.152,16	\$ 10.964,34	\$ 11.841,48	\$ 12.788,80	\$ 13.811,90
Gastos varios		\$ 4.081,71	\$ 4.261,31	\$ 4.448,80	\$ 4.644,55	\$ 4.848,91	\$ 5.236,82	\$ 5.655,77	\$ 6.108,23	\$ 6.596,89	\$ 7.124,64
Gastos de Alquiler		\$ 4.800,00	\$ 5.011,20	\$ 5.231,69	\$ 5.461,89	\$ 5.702,21	\$ 5.953,11	\$ 6.215,04	\$ 6.488,51	\$ 6.774,00	\$ 7.072,06
Total gastos operacionales		\$ 97.264,54	\$ 97.800,17	\$ 99.507,76	\$ 101.290,49	\$ 103.151,66	\$ 106.479,21	\$ 110.063,94	\$ 113.926,01	\$ 118.087,21	\$ 122.571,02
(=) Utilidad Operacional		\$ 32.204,02	\$ 42.003,53	\$ 52.188,35	\$ 61.350,20	\$ 84.988,62	\$ 89.114,82	\$ 113.651,73	\$ 141.943,55	\$ 174.285,90	\$ 221.358,33
GASTOS NO OPERACIONALES											
Gastos Financieros (intereses)		\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 9.458,34									
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS		\$ 22.745,68	\$ 32.545,18	\$ 42.730,01	\$ 51.891,86	\$ 75.530,27	\$ 79.656,47	\$ 104.193,38	\$ 132.485,20	\$ 164.827,56	\$ 211.889,99
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 3.411,85	\$ 4.881,78	\$ 6.409,50	\$ 7.783,78	\$ 11.329,54	\$ 11.948,47	\$ 15.629,01	\$ 19.872,78	\$ 24.724,13	\$ 31.785,00
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 19.333,82	\$ 27.663,41	\$ 36.320,51	\$ 44.108,08	\$ 64.200,73	\$ 67.708,00	\$ 88.564,37	\$ 112.612,42	\$ 140.103,43	\$ 180.104,99
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 4.253,44	\$ 6.085,95	\$ 7.991,51	\$ 9.703,78	\$ 14.124,16	\$ 14.895,76	\$ 19.484,16	\$ 24.774,73	\$ 30.822,75	\$ 39.625,30
(=) UTILIDAD NETA		\$ 15.080,38	\$ 21.577,46	\$ 28.329,00	\$ 34.404,30	\$ 50.076,57	\$ 52.812,24	\$ 69.080,21	\$ 87.837,69	\$ 109.280,67	\$ 140.489,69

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6. 1.12 Flujo de caja proyectado

Se muestra el caja de flujo de efectivo proyectado para 10 años donde se detalla los ingresos, costos de producción, gastos operacionales de: ventas, administrativos, gastos varios, gastos de servicios, los gastos de constitución, los pagos de impuestos, quedando los resultados del flujo de efectivo para determinar el VAN y el TIR, para analizar si es o no viable el proyecto con la tasa de descuento o tasa mínima aceptable de rendimiento.

El estado de resultados de pérdidas y ganancias muestran el equilibrio entre los gastos y los ingresos obtenidos por el volumen de barras de chocolate vendidos en el mercado, se obtiene un ingreso en el primer año de \$ 444.113,26 y un costo de producción de \$ 314.644,69, por lo que se obtiene una utilidad bruta de \$129.468,56 que descontando los gastos operacionales, no operacionales y los impuestos se obtiene una utilidad \$ 15.080,38 y que en cada año se estima que va en incremento con el 5% de la demanda.

En el quinto año tenemos un ingreso de \$ 561.925,73 y un costo de producción de \$ 373.785,46 por lo que se obtiene una utilidad bruta de \$ 188.140,27 que descontando los gastos operacionales, no operacionales y los impuestos se obtiene una utilidad \$ 50.076,57 y que en cada año se estima que va en incremento con el 9 % de la demanda.

En el décimo año tenemos un ingreso de \$ 857.641,32 y un costo de producción de \$ 513.711,96, por lo que se obtiene una utilidad bruta de \$ 43.929,36 que descontando los gastos operacionales, no operacionales y los impuestos se obtiene una utilidad \$ 122.571,02 y que en cada año se estima que va en incremento con el 5% de la demanda. En la tabla 29 se muestra el flujo de caja proyectado.

TABLA 29: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA											
MICROEMPRESA: MEGA CHOCO PENINSULAR S.A											
DEL 2014 AL 2013											
FLUJO DE CAJA	Año 0	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS		\$ 444.113,26	\$ 468.292,76	\$ 493.788,69	\$ 520.672,75	\$ 549.020,48	\$ 598.432,33	\$ 652.291,24	\$ 710.997,45	\$ 774.987,22	\$ 844.736,07
VENTAS POR MAQUINARIA EN REMPLAZO		\$ -	\$ -	\$ 850,00	\$ -	\$ 12.905,25	\$ 850,00	\$ -	\$ -	\$ 850,00	\$ 12.905,25
Total ingresos		\$ 444.113,26	\$ 468.292,76	\$ 494.638,69	\$ 520.672,75	\$ 561.925,73	\$ 599.282,33	\$ 652.291,24	\$ 710.997,45	\$ 775.837,22	\$ 857.641,32
Costos de producción											
Materia prima		\$ 154.260,96	\$ 161.048,45	\$ 168.134,58	\$ 175.532,50	\$ 183.255,93	\$ 197.916,41	\$ 213.749,72	\$ 230.849,69	\$ 249.317,67	\$ 269.263,08
mano de obra directa		\$ 23.217,35	\$ 24.238,91	\$ 25.305,42	\$ 26.418,86	\$ 27.581,29	\$ 29.787,80	\$ 31.098,46	\$ 32.466,79	\$ 33.895,33	\$ 35.386,72
costos indirectos de fabricación		\$ 137.166,38	\$ 143.201,70	\$ 149.502,57	\$ 156.080,69	\$ 162.948,24	\$ 175.984,10	\$ 183.727,40	\$ 191.811,40	\$ 200.251,10	\$ 209.062,15
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 314.644,69	\$ 328.489,06	\$ 342.942,58	\$ 358.032,05	\$ 373.785,46	\$ 403.688,30	\$ 428.575,57	\$ 455.127,89	\$ 483.464,10	\$ 513.711,96
UTILIDAD BRUTA		\$ 129.468,56	\$ 139.803,70	\$ 151.696,12	\$ 162.640,70	\$ 188.140,27	\$ 195.594,03	\$ 223.715,66	\$ 255.869,56	\$ 292.373,12	\$ 43.929,36
Gastos operarios											
Gastos de Servicios		\$ 18.463,31	\$ 19.275,70	\$ 20.123,83	\$ 21.009,28	\$ 21.933,68	\$ 23.688,38	\$ 25.583,45	\$ 27.630,13	\$ 29.840,54	\$ 32.227,78
Gastos Administrativos		\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90	\$ 50.213,90
Gastos de Capacitación		\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Depreciación (de activos fijos)		\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33	\$ 6.657,33
Gastos de Venta		\$ 1.915,44	\$ 1.999,72	\$ 2.087,71	\$ 2.179,57	\$ 2.275,47	\$ 2.457,51	\$ 2.654,11	\$ 2.866,44	\$ 3.095,75	\$ 3.343,41
Gastos de constitución		\$ 2.100,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Gastos de mantenimiento		\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Gastos de Alimentación		\$ 7.912,85	\$ 8.261,01	\$ 8.624,50	\$ 9.003,98	\$ 9.400,15	\$ 10.152,16	\$ 10.964,34	\$ 11.841,48	\$ 12.788,80	\$ 13.811,90
Gastos varios		\$ 4.081,71	\$ 4.261,31	\$ 4.448,80	\$ 4.644,55	\$ 4.848,91	\$ 5.236,82	\$ 5.655,77	\$ 6.108,23	\$ 6.596,89	\$ 7.124,64
Gastos de Alquiler		\$ 4.800,00	\$ 5.011,20	\$ 5.231,69	\$ 5.461,89	\$ 5.702,21	\$ 5.953,11	\$ 6.215,04	\$ 6.488,51	\$ 6.774,00	\$ 7.072,06
Total gastos operacionales		\$ 97.264,54	\$ 97.800,17	\$ 99.507,76	\$ 101.290,49	\$ 103.151,66	\$ 106.479,21	\$ 110.063,94	\$ 113.926,01	\$ 118.087,21	\$ 122.571,02
(=) Utilidad Operacional		\$ 32.204,02	\$ 42.003,53	\$ 52.188,35	\$ 61.350,20	\$ 84.988,62	\$ 89.114,82	\$ 113.651,73	\$ 141.943,55	\$ 174.285,90	\$ 221.358,33
GASTOS NO OPERACIONALES											
Gastos Financieros (intereses)		\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34	\$ 9.458,34
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS		\$ 22.745,68	\$ 32.545,18	\$ 42.730,01	\$ 51.891,86	\$ 75.530,27	\$ 79.656,47	\$ 104.193,38	\$ 132.485,20	\$ 164.827,56	\$ 211.899,99
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 3.411,85	\$ 4.881,78	\$ 6.409,50	\$ 7.783,78	\$ 11.329,54	\$ 11.948,47	\$ 15.629,01	\$ 19.872,78	\$ 24.724,13	\$ 31.785,01
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 19.333,82	\$ 27.663,41	\$ 36.320,51	\$ 44.108,08	\$ 64.200,73	\$ 67.708,00	\$ 88.564,37	\$ 112.612,42	\$ 140.103,43	\$ 180.114,99
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 4.253,44	\$ 6.085,95	\$ 7.990,51	\$ 9.703,78	\$ 14.124,16	\$ 14.895,76	\$ 19.484,16	\$ 24.774,73	\$ 30.822,75	\$ 39.625,30
(=) UTILIDAD NETA		\$ 15.080,38	\$ 21.577,46	\$ 28.330,00	\$ 34.404,30	\$ 50.076,57	\$ 52.812,24	\$ 69.080,21	\$ 87.837,69	\$ 109.280,67	\$ 140.489,69
(+) Depreciación (de activos fijos)		\$ (6.657,33)	\$ (6.657,33)	\$ (6.657,33)	\$ (6.657,33)	\$ (6.657,33)	\$ (6.657,33)	\$ (6.657,33)	\$ (6.657,33)	\$ (6.657,33)	\$ (6.657,33)
(+) Inversión		\$ (100.512,70)	\$ -	\$ (3.400,00)	\$ -	\$ (15.620,00)	\$ (3.400,00)	\$ -	\$ -	\$ (3.400,00)	\$ (39.620,00)
(+) Préstamo		\$ 78.819,54									
(-) Capital de trabajo		\$ (12.086,64)									
(-) Amortización deud.		\$ (4.491,47)	\$ (5.030,44)	\$ (5.634,09)	\$ (6.310,19)	\$ (7.067,41)	\$ (7.915,50)	\$ (8.865,36)	\$ (9.929,20)	\$ (11.120,70)	\$ (12.455,19)
(+) Recuperación Capital de Trab.											\$ (12.086,64)
(+) Valor de Desecho											\$ 59.394,53
(=) Flujo Neto Efectivo		\$ (33.779,80)	\$ 3.931,58	\$ 9.889,68	\$ 12.638,57	\$ 21.436,78	\$ 20.731,83	\$ 34.839,41	\$ 53.557,52	\$ 71.251,16	\$ 129.065,06

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6. 1.13 Evaluación financiera del flujo

4.6. 1.13.1 Tasa de descuento o Tasa mínima aceptable de rendimiento

Muchas personas piensan que es apropiado utilizar tasas de descuentos mayores para ajustar por el riesgo u otros factores. Para este proyecto se escogió la Tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa de descuento es del 12%, porcentaje de la tasa descuento social que comúnmente se utiliza para entidades públicas para la evaluación financiera de los diferentes proyectos.

4.6. 1.13.2 Valor actual neto (VAN)

Claramente se demuestra que este proyecto dio un VAN de 189.758,25 dólares, valor positivo por lo que se evidencia que es un VAN > 0 por lo tanto respalda la rentabilidad del proyecto.

4.6. 1.13.3 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno del proyecto es del 48%, valor que supera la tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa de descuento, por lo que es atractivo el proyecto ya que posee condiciones conservadoras de rentabilidad $TIR > TSD$.

4.6. 1.13.4 Periodo de recuperación de la inversión del proyecto

El periodo de recuperación se empieza a recuperar en el cuarto año y se recupera el total en cinco años. Se muestra claramente en la tabla 30 que en el año 2018 se recupera lo invertido en el proyecto.

Donde la inversión es mayor a lo invertido. Por lo que se culmina diciendo que el proyecto es viable, demostrado en el VAN y TIR.

TABLA 30: Recuperación de la inversión

AÑO		
		\$ (33.780)
2014	\$ 3.932	\$ (29.848)
2015	\$ 9.890	\$ (19.959)
2016	\$ 12.639	\$ (7.320)
2017	\$ 21.437	\$ 14.117
2018	\$ 20.732	\$ 34.849
2019	\$ 34.839	\$ 69.688
2020	\$ 53.558	\$ 123.246
2021	\$ 71.251	\$ 194.497
2022	\$ 88.103	\$ 282.599
2023	\$ 129.065	\$ 411.664

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6.1.14 Punto de equilibrio

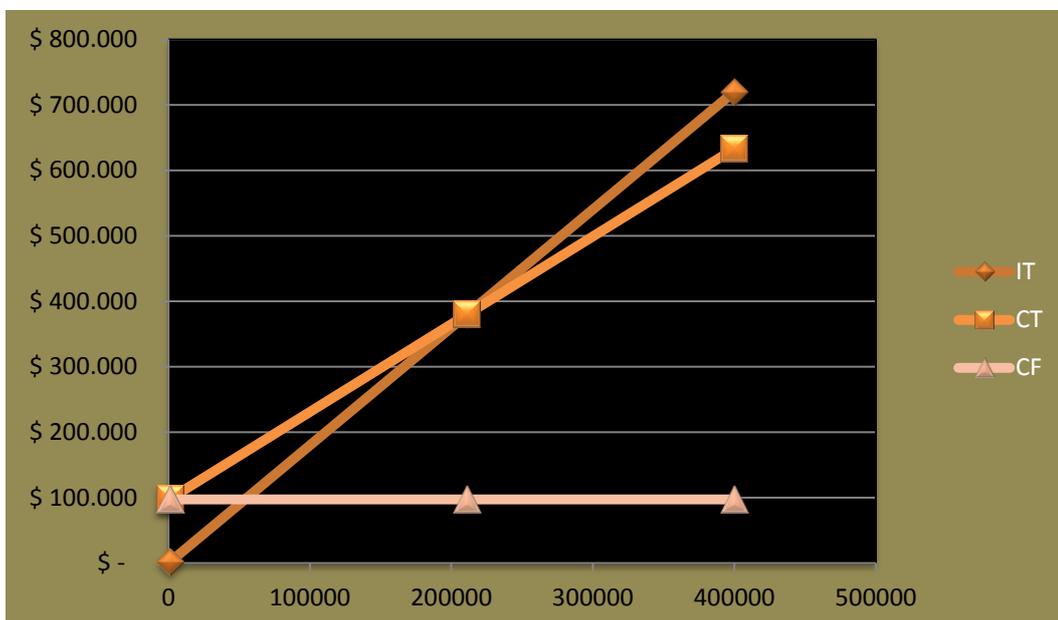
La Microempresa tiene estimada una producción anual de barras de chocolate negro para la Provincia de Santa Elena. Realizando el costo- beneficio de producción se puede decir que la Microempresa tiene un punto de equilibrio de producir más de 210997 unidades de barra de chocolate negro para mantener beneficios.

TABLA 31: Punto de Equilibrio Anual

Q	IT	CT
1000	\$ 1.800	\$ 98.604
210997	\$ 379.795	\$ 379.795
400000	\$ 720.000	\$ 632.874

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

GRÁFICO 40: Punto de Equilibrio Anual



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

4.6.1.15 Escenario (Optimista-Probable- Pesimista)

TABLA 32: Escenarios

	PRECIO	VAN	TIR	Inflación	Incremento % demanda
OPTIMISTA	\$ 1,90	\$ 208.537,93	87%	5%	8%
NORMAL	\$ 1,80	\$ 189.758,25	48%	4,40%	5%
PESIMISTA	\$ 1,60	\$ 9.463,10	7%	5%	5%

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

Se pudo evidenciar que el proyecto es rentable a un precio de \$1,80 en un escenario normal donde la rentabilidad tiene un VAN de \$ 189.758,25 Y un TIR del 48%. Sin embargo un incremento de precio de \$ 1,90 hace que la rentabilidad en un escenario optimista tenga una rentabilidad constante en la demanda con un VAN de \$ 208.537,93 y un TIR de 87%. Pero en un escenario donde el precio

disminuye a \$ 1,60 dólares obtiene un VAN de \$ 9.463,10 con un TIR de 7%. Lo que hace que el proyecto no sea atractivo en el tercer escenario.

4.7 ANÁLISIS DE IMPACTO DEL PROYECTO

4.7.1 Análisis de la evaluación ambiental

Impacto ambiental tiene los siguientes factores:

Contaminación del ambiente: se usaran maquinarias que no contaminaran tanto el aire porque la producción no será a escala.

Salud humana: la Microempresa no estará ubicada en las partes céntricas.

4.7.2 Análisis socio-económico del proyecto

TABLA 33: análisis socio-económico

Impacto ambiental	Medidas a tomar
Del proceso productivo del grano de cacao surgen las cascarillas	Lo que se recoja del proceso productivo del grano de cacao se le devolverá a los agricultores para que lo utilicen como abono en nuevas cosechas de cacao
Al ejecutar la microempresa el ruido de las maquinarias	Se utilizara los mecanismos de equipos de protección para los oídos
Generación de fuentes de trabajos	Según la estructura orgánica existe 10 empleos directos, se beneficiará a los agricultores productores de cacao de la comuna Dos Mangas

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

La Microempresa estará dedicada a la elaboración de barras de chocolate negro lo cual tendrá un impacto beneficioso para el sector de la Comuna Dos Mangas porque se generaran fuentes de trabajo para los agricultores como para los trabajadores de la Microempresa, los agricultores venderán la materia prima dentro del mismo sector, lo que causará que el sector se convierta en una zona industrial.

CONCLUSIONES

1. La investigación de este trabajo es con el fin de demostrar que tan beneficioso es crear una Microempresa procesadora de cacao para elaborar barras de chocolate negro.
2. En la Provincia de Santa Elena, en la Parroquia Manglaralto, Comuna Dos mangas cuenta con ventajas naturales como es el clima y suelo, están aptos para la producción de este tipo de cultivo, es una oportunidad para que el resto de los agricultores se interesen y para que los actuales extiendan su producción.
3. Por cada hectárea se obtiene un promedio de 5 a 8 quintales del grano de cacao, desde sus inicios del cultivo de la planta dura 2 años en tener su primera producción, y de allí cada tres meses seguir produciendo las mazorcas del cacao.
4. La ubicación de la Microempresa estará ubicada cerca de los productores de cacao y tendrá a disposición los servicios básicos para la producción del chocolate.
5. En el estudio técnico tendrá una capacidad de producción de 1248 quintales anuales de cacao, lo cual cubrirá el 9% de la demanda insatisfecha en el primer año.
6. La evaluación financiera determina que con la inversión de \$ 112.599,34, el mismo que es financiado por el 30 % como capital propio y el 70% con un financiamiento bancario, proyectado a diez años determina que tendrá una tasa interna de retorno del 48% y un VAN de \$ 189.758,25 lo que concluimos que el proyecto es atractivo.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda invertir en el proyecto de creación de una Microempresa Procesadora de Cacao para elaborar la Barra de Chocolate Negro, por cuanto está demostrado que es viable el proyecto por cuanto existe una alta demanda de clientes potenciales.
2. Para garantizar una buena calidad en la materia prima, incentivar a los agricultores a realizar un excelente pos-cosecha por medio de charlas de capacitación y sean estos bien remunerados en el producto a ofrecer en el mercado, mejorando su nivel económico.
3. Elaborar el plan de Marketing para lograr captar la demanda potencial de los centros comerciales, supermercados, tiendas y consumidor final, con el propósito de que la Microempresa sea reconocida provincialmente.
4. La Microempresa deberá implementar otra línea de productos derivado del cacao para seguir captando la atención de los clientes una vez ingresado el producto en el mercado.
5. Es recomendable destacar la capacitación constantes de los operarios, para el correcto desempeño de las maquinarias en la Microempresa.
6. Es recomendable destacar la capacitación constantes de los vendedores en las estrategias competitivas, para aumentar las ventas del producto de la Microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

Anecacao: <http://www.anecacao.com/cacao-en-ecuador/>

Albert María (2007) “La Investigación Educativa, España.

Amaru Antonio C. (2009), Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México.

Baca Urbina Gabriel. (2006), Evaluación de proyectos. Quinta Edición, México Mc Graw Hill.

BCE, Banco Central del Ecuador //www.bce.fin.ec

Chiavenato Idalberto. (2007), Administración de Recursos Humanos Octava Edición Mac Graw Hill México.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversión, Año 2010.

Constitución del Ecuador 2008.

Domingo Gómez Orea. (2010), Evaluación de impacto ambiental, 2ª edición, 2ª reimpresión. ISBN: 9788484760849.

Fracés Antonio. (2006), Estrategias y Planes para la Empresa, Primera Edición, Pearson Educación, México.

Fred R, David. (2008), Conceptos de Administración estratégica. Décimo Primera Edición Pearson Educación México

Gido, Jack, y Clements James. (2007), *Administración Exitosa de Proyectos*, tercera edición, Thomson Editores México.

Hitt Black Michael P. (2009) *Administración Novena Edición*, Pearson Educación, México.

INEC (2010). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Jácome Walter (2005), *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*. Editorial Universitaria-Ibarra Ecuador.

Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento, la creación y fortalecimiento de empresas sociales en el ecuador como mecanismo de generación empleo y crecimiento económico, año 2006.

Méndez Álvarez Carlos Eduardo (2006), *Metodología: Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en ciencias Empresariales*, Editorial Limusa S.A. Cuarta Edición, Bogotá - Colombia.

Monteros Edgar. (2005), *Manual de Gestión Microempresarial* Editorial Universitaria. Ecuador.

Normas Internacionales de Contabilidad. (NIC)

Normas Internacionales de Información Financieras. (NIIF)

Plan Nacional del Buen Vivir, año 2009- 2013.

Prefectura:http://www.santaelena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=459&Itemid=175.

Reglamento operativo del fondo para el desarrollo de las pymes (Fondepymes), año 2007.

Ríos, F (2011), Por su sabor, olor y textura, el Ecuador produce 70% de cacao fino a escala mundial, [http//.hoy.com.es](http://.hoy.com.es)

Torres Luis. (2005), Microempresa en el Ecuador, Editorial Globo, Quito-Ecuador.

Torres Rodríguez Luis. (2005). Micro-crédito-Usura o apoyo, Quita edición.

Tvardek Martha, (2006). Representante del Banco Interandino de Desarrollo en el Ecuador, Revista Capital, No.5. Noviembre.

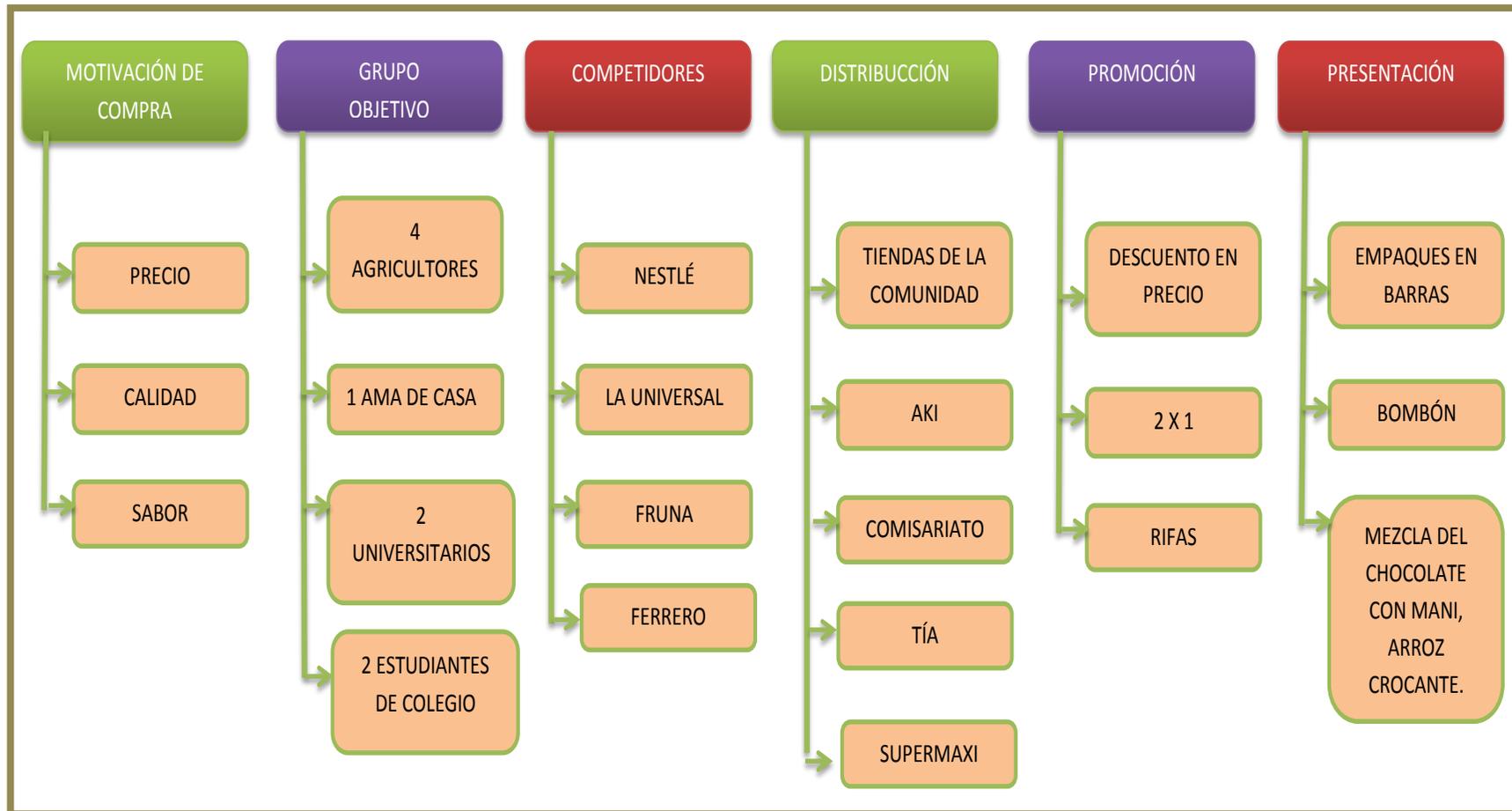
Vaca Javier. (2006). Director de la Red Financiera Rural, Revista Capital, No.5, noviembre.

Varela Rodrigo. (2008), Innovación empresarial, Arte y ciencia de la creación de empresa (Tercera edición), Cali – Colombia.

Vásquez Jorge. (2009), Microempresas: estructura y fuentes de financiamiento en México.

ANEXO

ANEXO 1: FOCUS GROUP



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 2: Entrevista a los Agricultores de la Comuna

Entrevista a los Agricultores de la Comuna

- 1. ¿Conocen los procesos que realiza una procesadora de cacao?**
- 2. ¿Cómo considera ustedes la idea de creación de la Microempresa procesadora de cacao en la Comuna Dos Mangas?**
- 3. Cree ustedes. ¿Qué con la creación de la microempresa procesadora de cacao mejorara la calidad de vida de los agricultores de la Comuna?**
- 4. ¿Cómo consideran la situación agrícola en la Comuna Dos Mangas?**
- 5. Están de acuerdo. ¿Qué los agricultores deben de participar en programas de capacitación con relación a técnicas para la siembra y cultivo del cacao?**
- 6. Les agrada la idea. ¿Qué en la Comuna exista una microempresa que se dedique a la elaboración del chocolate?**
- 7. Les agrada la idea. ¿Qué en la Comuna exista una microempresa que se dedique a la elaboración del chocolate?**
- 8. Piensa ustedes. ¿Qué el integrar el proyecto de creación de una Microempresa incluyendo al productor promoverá la participación activa de este?**
- 9. ¿Qué tan beneficioso creen ustedes que sería la inversión de una Microempresa procesadora de cacao en la comuna?**
- 10. Creen ustedes. ¿Qué la comuna pasara a ser una zona industrial competitiva con la creación de una Microempresa dedicada al proceso del cacao para culminar en la elaboración de chocolate y comercializar su producto en la Provincia de Santa Elena?**

ANEXO 3: Encuesta a los habitantes de la Provincia

<p>15. ¿Si se creara una microempresa de chocolate, usted compraría el producto elaborado en la Provincia de Santa Elena?</p>										
<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>NO</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		<p>UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL</p>				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>							
<p>Si la respuesta es NO termina la Encuesta, caso contrario continúe con las preguntas</p>	<p>MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN</p>									
<p>16. ¿Cree usted que con la creación de una Empresa dedicada a la elaboración de Chocolate en la Provincia el nivel de la economía tienda a ser?</p>										
<table border="1"> <tr> <td>Alto</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Mediano</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Bajo</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Alto	<input type="checkbox"/>	Mediano	<input type="checkbox"/>	Bajo	<input type="checkbox"/>				
Alto	<input type="checkbox"/>									
Mediano	<input type="checkbox"/>									
Bajo	<input type="checkbox"/>									
<p>17. ¿Qué Presentación Le Gustaría Para El Chocolate elaborado en la Provincia?</p>										
<table border="1"> <tr> <td>Figuras geométricas</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Forma de animales</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Forma de corazón</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Barras</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Figuras geométricas	<input type="checkbox"/>	Forma de animales	<input type="checkbox"/>	Forma de corazón	<input type="checkbox"/>	Barras	<input type="checkbox"/>		
Figuras geométricas	<input type="checkbox"/>									
Forma de animales	<input type="checkbox"/>									
Forma de corazón	<input type="checkbox"/>									
Barras	<input type="checkbox"/>									
										

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ENCUESTA											
<p>Buenos días, soy estudiante de la UPSE, Carrera de Ing. En Desarrollo Empresarial, conociendo su alto espíritu de colaboración solicito comedidamente y con el respeto que se merece se brinde el tiempo para responder la siguiente encuesta con el fin de establecer el consumo de chocolate.</p>											
<p>MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA:</p>											
<p>GÉNERO: Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/></p>											
<p>Nivel de Instrucción: Primaria: <input type="checkbox"/> Egresado: <input type="checkbox"/> Bachillerato: <input type="checkbox"/> Otro: especifique: <input type="checkbox"/></p>											
<p>ESTADO CIVIL: Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Unión libre <input type="checkbox"/></p>											
<p>EDAD: 15 a 20 años <input type="checkbox"/> 21 a 25 años <input type="checkbox"/> 26 a 30 años <input type="checkbox"/> 31 años en adelante <input type="checkbox"/></p>											
<p>A qué se dedico actualmente: a) Trabajo <input type="checkbox"/> b) Estudio <input type="checkbox"/> c) Otros: <input type="checkbox"/></p>											
<p>RESIDENCIA: Salinas <input type="checkbox"/> Libertad <input type="checkbox"/> Santa Elena <input type="checkbox"/> Zona Norte <input type="checkbox"/></p>											
<p>1. ¿A qué se dedico en su tiempo libre?</p> <p>Leer <input type="checkbox"/> Escribir <input type="checkbox"/> Ir de compras <input type="checkbox"/> Practicar deportes <input type="checkbox"/> Escuchar música <input type="checkbox"/> Bailar <input type="checkbox"/> Ver TV <input type="checkbox"/> Navegar en internet <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/></p>											
<p>2. ¿Le gusta o no consumir chocolates? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>											
<p>3. ¿Con qué frecuencia consume chocolates? Diario () Semanal () Quincenal () Mensual ()</p>											
<p>4. ¿Como te gusta más el chocolate? Derretido () En helado () En Bombón ()</p>											
<p>5. ¿Cómo te gusta combinar el chocolate? Con almendras () Puro () Con leche ()</p>											
<p>6. ¿Qué marcas de chocolate compras más? Nestlé () La universal () Ferrero ()</p>											
<p>7. ¿Cómo calificas los chocolates producidos fuera de la Provincia de Santa Elena?</p> <table border="1"> <tr><td>Excelente</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Buena</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Regular</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Mala</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>		Excelente	<input type="checkbox"/>	Buena	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>		
Excelente	<input type="checkbox"/>										
Buena	<input type="checkbox"/>										
Regular	<input type="checkbox"/>										
Mala	<input type="checkbox"/>										
<p>8. ¿Regularmente o cuánto es la cantidad que Ud. consume en la compra de chocolates?</p> <p>Menor a 1 dólar () Entre 2 y 3 dólares () Entre 4 y 5 dólares () Mayor a 5 dólares ()</p>											
<p>9. ¿En su núcleo familiar se consumen chocolates? Siempre () La mayoría de veces sí () Algunas veces sí y algunas veces no () La mayoría de veces No () Nunca ()</p>											
<p>10. ¿En qué lugar Ud. normalmente compra su chocolate? Tienda () Comercial () Supermercado () Otros ()</p>											
<p>11. ¿Cuál es tu nivel de satisfacción cuando comes chocolates?</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Muy satisfecho</td><td>Bastante satisfecho</td><td>No tan satisfecho</td><td>Poco satisfecho</td><td>Nada satisfecho</td> </tr> </table>		1	2	3	4	5	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	No tan satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
1	2	3	4	5							
Muy satisfecho	Bastante satisfecho	No tan satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho							
<p>12. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos toma en cuenta al momento de comprar un chocolate?</p> <table border="1"> <tr><td>Precio</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Diseño</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Atractivo</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Calidad</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Sabor</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table> <p>Otros especifique cual: _____</p>		Precio	<input type="checkbox"/>	Diseño	<input type="checkbox"/>	Atractivo	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>	Sabor	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>										
Diseño	<input type="checkbox"/>										
Atractivo	<input type="checkbox"/>										
Calidad	<input type="checkbox"/>										
Sabor	<input type="checkbox"/>										
<p>13. ¿Sabe Usted o tiene conocimiento si existe en la provincia Mioroempresas que elabora chocolates?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>											
<p>14. Elija el grado en que está de acuerdo con las afirmaciones razonadas con el chocolate</p> <p>14 A) Las personas están de acuerdo con la creación de una microempresa de chocolate porque sería beneficioso la inversión en la Provincia de Santa Elena.</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Totalmente de acuerdo</td><td>De acuerdo</td><td>No está de acuerdo ni en desacuerdo</td><td>En desacuerdo</td><td>Totalmente en desacuerdo</td> </tr> </table>		1	2	3	4	5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No está de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	2	3	4	5							
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No está de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo							
<p>14 B) Las personas compran chocolates sin importar el precio.</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Totalmente de acuerdo</td><td>De acuerdo</td><td>No está de acuerdo ni en desacuerdo</td><td>En desacuerdo</td><td>Totalmente en desacuerdo</td> </tr> </table>		1	2	3	4	5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No está de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	2	3	4	5							
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No está de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo							
<p>14 C) Las personas al comprar el chocolate se fijan mucho en la calidad y sabor del producto.</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td> </tr> <tr> <td>Totalmente de acuerdo</td><td>De acuerdo</td><td>No está de acuerdo ni en desacuerdo</td><td>En desacuerdo</td><td>Totalmente en desacuerdo</td> </tr> </table>		1	2	3	4	5	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No está de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	2	3	4	5							
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No está de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo							

Fuente: Mega Choco Peninsular
 Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 4: Infraestructura de la Microempresa

Construcción de la Microempresa						
Descripción	Unidad	Cantidad	Mano de Obra	Material	Sub-total	
Trabajo de Campo						\$ 3.950,00
Limpieza de terreno	M	10	\$ 25,00	\$ 200,00	\$ 2.250,00	
Instalaciones Provisional de agua	Global	5	\$ 20,00	\$ 150,00	\$ 850,00	
Instalaciones Provisional de Luz	Global	5	\$ 20,00	\$ 150,00	\$ 850,00	
Movimiento de Tierra						\$ 3.393,75
Excavación de cimientos	m3	10	\$ 25,00	\$ 100,00	\$ 1.193,75	
Relleno y compactación	m3	10	\$ 20,00	\$ 200,00	\$ 2.200,00	
Contrapiso						\$ 4.699,30
Replanteo de hormigon simple	m2	10	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00	
Pintos	m3	4	\$ 70,00	\$ 100,00	\$ 606,90	
Riostras	m3	3	\$ 25,00	\$ 207,00	\$ 742,40	
Muros de piedra base	ml	10	\$ 15,00	\$ 200,00	\$ 2.150,00	
Estructuras						\$ 6.700,00
Pilares planta baja	m3	5	\$ 20,00	\$ 300,00	\$ 1.600,00	
Pilaretes	ml	5	\$ 20,00	\$ 200,00	\$ 1.100,00	
Viguetas	ml	5	\$ 20,00	\$ 200,00	\$ 1.100,00	
Losa de primer piso	m3	5	\$ 20,00	\$ 300,00	\$ 1.600,00	
Vigas de Cubiertas	m3	5	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 1.300,00	
Enlucidos						\$ 13.050,00
Enlucido de paredes	m2	10	\$ 25,00	\$ 400,00	\$ 4.250,00	
Enlucido de losetas	ml	10	\$ 20,00	\$ 300,00	\$ 3.200,00	
Enlucido de tumbado general	m2	10	\$ 20,00	\$ 200,00	\$ 2.200,00	
Cuadrada de boquetes de puertas	ml	10	\$ 20,00	\$ 150,00	\$ 1.700,00	
Cuadrada de boquetes de ventanas	ml	10	\$ 20,00	\$ 150,00	\$ 1.700,00	
Estructura de cubierta						\$ 3.200,00
Estructura Metalica de cubierta	m2	10	\$ 20,00	\$ 300,00	\$ 3.200,00	
Cubierta						\$ 5.600,00
Cubierta de Eternit	m2	10	\$ 10,00	\$ 550,00	\$ 5.600,00	
Contrapiso						\$ 3.150,00
Contrapiso de hormigon simple	m2	10	\$ 15,00	\$ 300,00	\$ 3.150,00	
Aluminio y vidrio						\$ 4.250,00
Puertas de aluminio y vidrio	m2	5	\$ 25,00	\$ 400,00	\$ 2.125,00	
Ventanas de aluminio y vidrio	m2	5	\$ 25,00	\$ 400,00	\$ 2.125,00	
Imprevistos (5%)						\$ 2.399,65
					Total	\$ 50.392,70

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 5: Supuestos

Inflación 2013	4,40%
ventas de maquinaria	25%
Incremento de la demanda	5%
Sueldo básico	\$ 318,00
Capital Propio	40%
Deuda	60%
Total	100%
Participación de trabajadores	15%
Impuestos a la renta	22%
Imprevistos obras físicas	5%
Población	151,960
Población 2010	308,693
Inflación septiembre 2013	1,71%

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 6: Estudio de Mercado

ESTUDIO DE MERCADO	
ESTIMACION DE LA DEMANDA POTENCIAL	
20 A 60	151960
LES GUSTA EL CHOCOLATE	86,70%
Interesados	131749
Creación de la empresa	86,70%
Potenciales clientes	114227
Frecuencia	2
DEMANDA DE BARRAS DE CHOCOLATE MENSUALES	228453
Porcentaje de captura	9%
demanda de barras para la empresa	20561

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 7: Gastos de Ventas

Gastos de ventas		
Concepto	Descripción	Valor Mensual
Trípticos	Dar a conocer a la microempresa	\$ 60,00
Presentación de la Microempresa	Presentación	\$ 50,00
Propaganda	Anuncios en Radio Amor, salinas y antena	\$ 35,00
Pancarta	Letreros	\$ 95,00
Internet	Facebook	\$ 30,00
Volante	Lugar donde Adquirir el producto	\$ 60,00
Total		\$ 330,00

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 8: Gastos de Alimentación

Alimentación			
Áreas de la Microempresa	Curso	Costo Diario/ Almuerzo	Total Mensual/ Almuerzo
Administración	1	\$ 3,00	\$ 60,00
Finanzas	1	\$ 3,00	\$ 60,00
Producción	1	\$ 3,00	\$ 60,00
Marketing y Ventas	1	\$ 3,00	\$ 60,00
Secretaria	1	\$ 3,00	\$ 60,00
Vendedor	1	\$ 3,00	\$ 60,00
Operarios	4	\$ 3,00	\$ 240,00
Total	10	\$ 21,00	\$ 600,00

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 9: Proyección de ventas

Plan de Producción Ventas-Ingresos													
		Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Annual
Barras mensuales	20561	20561	20561	20561	20561	20561	20561	20561	20561	20561	20561	20561	246730
Precio Unitario	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80	\$ 1,80
	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 37.009	\$ 444.113

Fuente: Mega Choco Peninsular

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 10: Costos anuales proyectados

Costos de producción													
Materia prima		\$ 154.260,96	\$ 161.048,45	\$ 168.134,58	\$ 175.532,50	\$ 183.255,93	\$ 197.916,41	\$ 213.749,72	\$ 230.849,69	\$ 249.317,67	\$ 269.263,08		
mano de obra directa		\$ 23.217,35	\$ 24.238,91	\$ 25.305,42	\$ 26.418,86	\$ 27.581,29	\$ 29.787,80	\$ 31.098,46	\$ 32.466,79	\$ 33.895,33	\$ 35.386,72		
costos indirectos de fabricación		\$ 137.166,38	\$ 143.201,70	\$ 149.502,57	\$ 156.080,69	\$ 162.948,24	\$ 175.984,10	\$ 183.727,40	\$ 191.811,40	\$ 200.251,10	\$ 209.062,15		
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 314.644,69	\$ 328.489,06	\$ 342.942,58	\$ 358.032,05	\$ 373.785,46	\$ 403.688,30	\$ 428.575,57	\$ 455.127,89	\$ 483.464,10	\$ 513.711,96		

Fuente: Mega Choco Peninsular

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 11: Gastos de Servicio

GASTO POR SERVICIOS	MENSUAL
AGUA	\$ 600,00
LUZ	\$ 600,00
TELEFONO	\$ 200,00
TOTAL GASTOS POR SERVICIOS	\$ 1.400,00

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 12: Gastos de Útiles de Oficina

Útiles de oficina				
Suministros	Unid/Mes	Cantidad	Precio	Total mensual
Resma de hoja papel Bond	Caja de 10 resma	6	\$ 2,75	\$ 16,50
Perforadora	Unid	7	\$ 2,50	\$ 17,50
Grapadora	Unid	7	\$ 2,50	\$ 17,50
Carpetas archivadoras	Unid	28	\$ 3,00	\$ 84,00
Folder	Unid	28	\$ 3,00	\$ 84,00
Lápices	Docenas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Esferos	Docenas	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Facturas	100 Hojas	2	\$ 20,00	\$ 40,00
				\$ 271,50

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 13: Gastos Varios

OTROS GASTOS	
Gasolina (5 galones)	\$ 38,00
Gastos varios	\$ 271,50
	\$ 309,50

Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 14: Estado de Resultado Año 2014

DETALLE	2014
Ingresos	\$ 444.113
(-) Costo de Venta	\$ 314.645
(=) Utilidad Bruta	\$ 129.469
Gastos de Servicios	\$ 18.463
Gastos Administrativos	\$ 50.214
Gastos de Capacitación	\$ 720
Depreciación (de activos fijos)	\$ 6.657
Gastos de Venta	\$ 1.915
Gastos de constitución	\$ 2.100
Gastos de mantenimiento	\$ 400
Gastos de Alimentación	\$ 7.913
Gastos varios	\$ 4.082
Gastos de Alquiler	\$ 4.800
(-) Gastos Operacionales	\$ 97.265
(=) Utilidad Operacional	\$ 32.204
(-) Gastos No Operacionales	
Gastos Financieros (intereses sobre préstamos)	\$ 9.458
Otros gastos no operacionales	
(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impuestos	\$ 22.746
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 3.412
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 19.334
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 4.253
(=) UTILIDAD NETA	\$ 15.080

Fuente: Mega Choco Peninsular
 Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 15: Plan de Acción

PLAN DE ACCIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE CACAO PARA ELABORAR CHOCOLATE, EN LA COMUNA DOS MANGAS			
Problema Principal:			
¿Cómo influyen las estrategias competitivas en el desarrollo de una Microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate			
Fin del proyecto:		Indicadores:	
Creación de una Microempresa Procesadora de Cacao para la elaboración de chocolate.		<ul style="list-style-type: none"> Encuesta a clientes potenciales de la Provincia de Santa Elena y entrevistas a los agricultores de la Comuna. 	
Propósito de Proyecto:		Indicador:	
Crear una Microempresa con el fin de mejorar la comercialización del grano de cacao, mejorando el nivel económico de sus agricultores convirtiendo así a la Provincia de Santa Elena en una zona industrial y competir con las grandes empresas ya posesionadas para que el producto ingrese en el mercado peninsular.		<ul style="list-style-type: none"> Número de agricultores que existen en la Comuna Dos Mangas Número de clientes potenciales que están de acuerdo en crear la Microempresa 	
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Actividades
Determinar el impacto socioeconómico de una microempresa procesadora de cacao para la elaboración de chocolate en la Comuna Dos Mangas.	Promover el desarrollo empresarial.	Estudio situacional de la Comuna y de la Provincia de Santa Elena.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer la producción de la Materia prima. Resultados del estudio.
Conseguir posesionarse en la mente de los clientes potenciales cumpliendo con las ventas estimadas en el programa de producción.	Producto de calidad logrando satisfacer las necesidades del cliente y lograr una buena participación en el mercado.	Estrategia de segmentación Marketing mix	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un estudio de mercado para determinar las mayores competencias de la microempresa. Determinar correctamente al mercado que desea captar.
Incrementar fuentes de trabajo en la Comuna Dos Mangas.	Garantizar un ambiente de trabajo adecuado para los integrantes de la microempresa.	Técnicas de motivación para el trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> Determinar qué áreas son necesarias para la implementación de la microempresa. Seleccionar las funciones específicas de cada puesto de trabajo. Presupuesto de Capacitación
Determinar los beneficios que produciría en el agricultor cacaotero y en la población en la apertura de una microempresa procesadora de cacao en la Provincia de Santa Elena.	Conseguir que los empleados y los clientes se sientan satisfechos en adquirir el producto.	Estrategia de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Análisis del sector para la ejecución de las propuestas. Establecer las competencias en el sector. Innovación en técnicas de atención al cliente. Establecer los respectivos presupuestos para la inversión.
Determinar el análisis financiero estimando los gastos necesarios para la inversión de la Microempresa.	Producto meta a vender.	Estrategia de precio	<ul style="list-style-type: none"> Determinar el VAN y TIR con la costos reales, análisis de la demanda y con inflación actual. Realizar un finamiento por medio del banco CFN con un préstamo del 70% y un capital propio del 30% Ejecución de la propuesta.

Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

ANEXO 16: Carta Aval Centro de Emprendimiento



**CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO**



OFICIO-CIDE-AT-027-2013

La Libertad, 04 de diciembre de 2013

Señora Ingeniera
MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE
En su despacho.-

Por medio del presente, comunico a usted que:

Luego de la evaluación de Proyecto presentado por el estudiante **CHILAN PERERO MARJORIE GENEVEVA**, denominado " **CREACION DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE CACAO (THEOBROMA CACAO) PARA LA ELABORACION DE CHOCOLATE EN LA COMUNA DOS MANGAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2013**, 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.
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO

ANEXO 17: Carta del Gramatólogo

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Yo, Msc. Irene Palacios Baúz, CERTIFICO que he revisado redacción y ortografía del contenido del proyecto.

"CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE CACAO (Theobroma cacao) PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE EN LA COMUNA DOS MANGAS DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013"

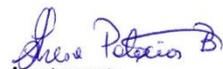
Elaborado por la Srta. MARJORIE GENOVEVA CHILÁN PERERO con cédula de identidad No. 0927088609, previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL.

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

1. Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
2. La acentuación es precisa.
3. Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
4. Hay concreción y exatitud en las ideas.
5. No incurre en errores en la utilización de las letras
6. Se maneja con conocimientos y precisión la morfosintaxis.
7. El lenguaje es sencillo y directo por lo tanto de fácil comprensión.

Por lo expuesto en uso de mi derecho como especialista, recomiendo la validez ortográfica del presente proyecto previo a la obtención del título de INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL.



Atentamente

Econ. Irene Palacios Baúz, MSc.

CI: **0916481021**

No. De Registro Senescyt

1021-12-745794

ANEXO 18: Abreviaturas

ANECACAO.- Asociación Nacional de Exportadores de Cacao.

BCE.- Banco Nacional del Ecuador.

CFN.- Corporación Financiera Nacional.

CENEC.- Censo Nacional Económico.

FODA.- Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas.

INEC.- Instituto Nacional de Estadísticas Y Censos.

MAGAP.- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

TIR.- Tasa Interna de Retorno.

TMAR.- Tasa mínima aceptable de rentabilidad.

VAN.- Valor Actual Neto.

ANEXO 19: Fotos

FOTO1: Huertos de Cacao



Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

FOTO2: Huertos de Cacao



Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

FOTO3: Encuestas



Fuente: Encuestas a la población.
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

FOTO4: Entrevista



Fuente: Mega Choco Peninsular
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.

FOTO4: Entrevista



Fuente: Entrevistas agricultores
Elaborado por: Marjorie Chilán Perero.