



**UNIVERSIDAD ESTATAL
‘PENÍNSULA DE SANTA ELENA’**

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

**‘ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BOMBONES
DE CHOCOLATE EN EL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015’**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: JUAN VÍCTOR POZO RIVERA

TUTOR: ING. MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENINSULA DE SANTA ELENA”

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

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BOMBONES
DE CHOCOLATE EN EL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL.

AUTOR: JUAN VÍCTOR POZO RIVERA

TUTOR: ING. MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BOMBONES DE CHOCOLATE EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, Elaborado por el Sr Juan Víctor Pozo Rivera egresado de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

ING. MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSC.
TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BOMBONES DE CHOCOLATE EN EL CANTÓN LA LIBERTAD”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 02 de febrero del 2015

Atentamente

JUAN VICTOR POZO RIVERA
C.C 092691468-0

DEDICATORIA

La presente tesis está dirigida a DIOS, por haberme dado la fortaleza y la inspiración para culminar con éxito mi carrera y de haberme dado entendimiento y sabiduría.

A mi padre, hermanos y amigos por su apoyo y orientación que me ha formado bajo los principios y valores con respeto, humildad y perseverancia para poder lograr mis objetivos. Además dedico esto a quienes desinteresadamente aportaron en el desarrollo de este proyecto.

Juan Víctor Pozo Rivera

AGRADECIMIENTO

Mis Agradecimientos a la Universidad Estatal "Península de Santa Elena" por haberme preparado profesionalmente a través de los conocimientos adquiridos.

Agradezco especialmente a mi tutor Ing. Mercedes Freire Rendón, por haber aportado con conocimientos profesionales y de hacer posible la finalización del proyecto

Juan Víctor Pozo Rivera

TRIBUNAL DE GRADO

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

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

Ing. Jesica Linzán Rodríguez, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
TUTORA

Abg. José Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

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

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BOMBONES DE
CHOCOLATE EN EL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA”.**

Autora: Juan Víctor Pozo Rivera
Tutor: Ing. Mercedes Freire Rendón, Msc.

RESUMEN

El Objetivo de la propuesta a plantearse es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate, con la finalidad de aprovechar los recursos que se cultivan en la comuna el azúcar como el cacao que se utilizará como materia prima y que a través de alternativas Estatales aprovechar los incentivos que se otorgan a empresas generadoras de la transformación productiva; y de esta manera a través de la evaluación inducir a la inversión y así minimizar la problemática existente que plantea esta investigación cabe mencionar que el Desarrollo de una Empresa ``BOMBINA S.A`` Dedicada a la Elaboración y Distribución de Bombones de Chocolate orientada a satisfacer necesidades en la provincia de Santa Elena y así contribuir con el desarrollo socioeconómico de la región y el país, así como lo establece la Constitución y sus políticas que garantizan el Buen Vivir. Cabe mencionar que el sustento de la información verídica de nivel primario y secundario para comprobar el grado de aceptabilidad del producto, así como también los resultados de la metodología que permite recabar identificar y descifrar un enfoque analítico y contextual. Además se hace énfasis a las actividades desarrolladas durante la investigación y que a través de la propuesta se busca en el entorno empresarial y mejorar las perspectivas de inversión para la puesta en marcha.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
TRIBUNAL DE GRADO.....	vi
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	2
Planteamiento del Problema.....	2
Formulación del Problema.....	4
Sistematización del Problema	4
Justificación	4
Objetivos Específicos.....	6
Hipótesis	6
Variables	7
Operacionalización de las Variables	8
CAPÍTULO I.....	10
MARCO TEÓRICO	10
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.....	10
1.2. RESEÑA HISTÓRICA DEL CANTÓN LA LIBERTAD.....	11
1.3. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	11
1.4. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	12
1.4.1. Análisis Económico.....	13
1.4.2. Los Agricultores	14
1.5. PIB DEL SECTOR.....	14
1.6. INFLACIÓN.....	15
1.7. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	15

1.8.	DESARROLLO EN LA PRODUCCIÓN DE BOMBONES DE CHOCOLATE.....	16
1.9.	ACTIVIDADES TRADICIONALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD	16
1.10.	TRANSCENDENCIA Y MERCADO DEL CHOCOLATE	17
1.11.	DEL NOMBRE (CACAO).....	17
1.12.	PROCEDENCIA DE LA MATERIA PRIMA.....	18
1.13.	FORMAS DE ORGANIZACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD	18
1.14.	Volumen de Residuos de Materia Prima	19
1.14.1.	Tipo de Residuos	19
1.15.	RECURSOS NECESARIOS PARA GENERAR PRODUCCIÓN DEL BOMBÓN DE CHOCOLATE	19
1.15.1.	Recurso Humano	19
1.15.2.	Recurso Tecnológico	19
1.15.3.	Recursos financieros.....	20
1.15.4.	Materia Prima	20
1.16.	CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS DEL CACAO	20
1.16.1.	Industria del Cacao	20
1.17.	DERIVADOS DEL CACAO.....	21
1.17.1.	Manteca.....	21
1.17.2.	Cacao en licor	22
1.17.3.	Cacao en polvo	22
1.17.4.	Tipos de Chocolate	23
1.17.4.1	Chocolate de cobertura	23
1.17.4.2.	Chocolate Negro:.....	23
1.17.4.3.	Chocolate a la Taza:	24
1.17.4.4.	Chocolate relleno.....	24
1.17.4.5.	Chocolate blanco	24
1.17.4.6.	Chocolate con leche.....	24
1.18.	ELABORACIÓN DEL CHOCOLATE	25

1.19.	PRODUCTO FINAL.....	26
1.19.1.	Información del empaque.....	26
1.19.2.	Tamaño por porción.....	27
1.20.	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	28
1.20.1.	Oferta.....	28
1.20.2.	Demanda.....	28
1.20.3.	Mercado.....	28
1.20.4.	Precio.....	28
1.21.	MARCO LEGAL.....	29
1.22.	PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2009- 2013.....	29
1.23.	PLAN NACIONAL DE DESARROLLO.....	30
1.24.	CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN.....	31
1.25.	NORMATIVA REGULATORIA.....	32
1.25.1.	Normas ISO.....	33
1.25.2.	El registro para la certificación.....	33
1.26.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	33
1.26.1.	Etapas del Estudio de Factibilidad.....	34
1.26.2.	Aspectos generales de un estudio de factibilidad.....	35
1.26.2.1.	Análisis de Mercado.....	35
1.26.2.2.	Identificación de los Competidores.....	36
1.26.2.3.	Análisis técnico.....	36
1.26.2.4.	Análisis Económico.....	37
1.26.3.	Análisis financiero.....	37
1.26.3.1.	Valor Actual Neto (VAN).....	38
1.26.3.2.	Tasa interna de retorno (TIR).....	38
1.26.3.3.	Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	38
1.26.3.4.	Tasa efectiva de rentabilidad (Ter).....	38
1.26.4.	Estudio de factibilidad.....	38
1.26.4.1.	Balance General Proyectoado.....	39
1.26.4.2.	Estado de Resultado.....	39

1.26.4.3.	Flujo de Efectivo	40
CAPÍTULO II		41
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		41
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
2.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	42
2.4.	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	43
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	44
2.6.	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	45
2.7.	POBLACIÓN Y MUESTRA	46
2.8.	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	47
CAPÍTULO III.....		48
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS.....		48
3.1.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS	48
3.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS DIRIGIDAS A LOS AGRICULTORES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.....	66
3.3.	CONCLUSIONES.....	76
3.4.	RECOMENDACIONES	77
CAPÍTULO IV		78
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BOMBONES DE CHOCOLATE EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA		78
4.1.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	78
4.1.1.	Descripción de la Empresa	78
4.1.2.	Responsable / Promotores	78
4.2.	ESTUDIO DE MERCADO	91

4.2.1.	Descripción del producto: bombones de chocolate`bombón mundial`	91
4.2.2.	Análisis de la demanda.....	92
4.2.3.	Proyecciones de la demanda	92
4.2.4.	Segmentación del mercado	93
4.2.5.	Análisis de la Oferta.....	93
4.2.6.	Análisis de la competencia actual y potencial.....	94
4.2.7.	Análisis de precios	94
4.2.7.1.	Estrategia de mercadeo	95
4.2.7.2.	Promoción	95
4.2.7.3.	Estrategias publicitarias:	96
4.2.8.	Determinación de la población objetivo	96
4.2.9.	Proyección de la demanda.....	96
4.3.	ESTUDIO TÉCNICO	96
4.3.1.	Infraestructura de la empresa	96
4.3.2.	Capacidad instalada.....	97
4.3.3.	Diagrama de flujo de los procesos	98
4.3.4.	Limpieza del grano del cacao.....	99
4.3.5.	Proceso Térmico.....	99
4.3.6.	Molienda	100
4.3.7.	Recursos de maquinaria, equipos y herramientas.	103
4.3.8.	Marco Legal	103
4.4.	PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO	106
4.4.1.	Inversión inicial.....	106
4.4.2.	Activos fijos	106
4.4.3.	Capital de Trabajo	110
4.4.4.	Resumen de inversión inicial	111
4.4.5.	Financiamiento	111
4.4.6.	Amortización de la deuda.....	112
4.4.7.	Proyección de venta	113
4.4.8.	Costos Operativos	114

4.4.9.	Depreciación	115
4.4.10.	Estado de Resultados Proyectados (P y G)	116
4.4.11.	Flujo del Efectivo	117
4.4.12.	Balance General Proyectado	119
4.4.13.	Valor Actual Neto (VAN).....	120
4.4.14.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	120
4.4.15.	Periodo de Recuperación de la Inversión del Proyecto.....	120
4.4.16.	Punto de Equilibrio	121
4.4.17.	Escenario Optimista, Probable y Pesimista.....	122
4.4.18.	Indicadores Financieros	124
4.5	CONCLUSIONES.....	125
4.6	RECOMENDACIONES	126
4.7.	BIBLIOGRAFÍA	127

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N.- 1: Habitantes por cada cantón.....	11
CUADRO N.- 2: Inflación del Ecuador.....	15
CUADRO N.- 3: Población Económica.....	15
CUADRO N.- 4: Actividades Tradicionales	16
CUADRO N.- 5: Residuos de Materia Prima.....	19
CUADRO N.- 6: Materia Prima.....	20
CUADRO N.- 7: edad.....	48
CUADRO N.- 8: Genero.....	49
CUADRO N.- 9: Instrucción formal	50
CUADRO N.- 10: Consumo de Chocolate.....	51
CUADRO N.- 11: Frecuencia de compra del producto.....	52
CUADRO N.- 12: Productos más consumidos.....	53
CUADRO N.- 13: Lugares de compra.....	54
CUADRO N.- 14: Particularidades de Atributos.....	55
CUADRO N.- 15: Calificación del producto.....	56
CUADRO N.- 16: Facilidad de adquirir el producto	57
CUADRO N.- 17: Tamaño del producto.....	58
CUADRO N.- 18: Presentación del producto.....	59
CUADRO N.- 19: Consumo del chocolate.....	60
CUADRO N.- 20: Calificación de otros chocolates	61
CUADRO N.- 21: Satisfacción al comer bombones	62
CUADRO N.- 22: Empresas que producen chocolates.....	63
CUADRO N.- 23: Crear una empresa de chocolates.....	64
CUADRO N.- 24: Chocolates elaborados en la provincia.....	65
CUADRO N.- 25: Actividad Empresarial.....	66
CUADRO N.- 26: Aceptación del modelo de emprendimiento.....	67
CUADRO N.- 27 Incremento de empresas.....	68
CUADRO N.- 28: Sostenibilidad del Sector Agrícola.....	69

CUADRO N.- 29: Propiedades Nutricionales	70
CUADRO N.- 30: Creación de empresas	71
CUADRO N.- 31: Mejoramiento de la economía peninsular	72
CUADRO N.- 32: Características de la idea.....	73
CUADRO N.- 33: Aspectos de Negociación.....	74
CUADRO N.- 34: Requerimiento de materia prima.....	75
CUADRO N.- 35: Proyección de la demanda.	93
CUADRO N.- 36: Competencia	94
CUADRO N.- 37: Caja de Bombones de Chocolate	97
CUADRO N.- 38: Gramos.....	97
CUADRO N.- 39: Maquina limpiadora de granos de cacao	103
CUADRO N.- 40: Infraestructura y maquinaria.....	107
CUADRO N.- 41: Maquinarias.....	107
CUADRO N.- 42: Equipos de Computación	108
CUADRO N.- 43: Equipos de Oficina.....	108
CUADRO N.- 44: Muebles de Oficina.....	109
CUADRO N.- 45: Capital de Trabajo.....	110
CUADRO N.- 46: Resumen e inversión inicial.....	111
CUADRO N.- 47: Amortización de la Deuda.....	112
CUADRO N.- 48: Proyección de Ventas.....	113
CUADRO N.- 49: Costos Operativos.....	114
CUADRO N.- 50: Depreciaciones.....	115
CUADRO N.- 51: Estado de pérdidas y ganancia.....	116
CUADRO N.- 52: Flujo de Efectivo	117
CUADRO N.- 53: Balance general.....	119
CUADRO N.- 54: Recuperación de la inversión.....	121
CUADRO N.- 55: Punto de equilibrio.....	122
CUADRO N.- 56: Escenario optimista, pesimista y probable.....	123

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N.- 1: Variable Independiente.....	8
TABLA N.- 2: Variable Dependiente	9

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N.- 1:	Ubicación de la provincia.....	12
GRÁFICO N.- 2:	Localización del proyecto	13
GRÁFICO N.- 3:	Manteca de cacao	22
GRÁFICO N.- 4:	Cacao en polvo	22
GRÁFICO N.- 5:	Chocolate de cobertura.....	23
GRÁFICO N.- 6:	Chocolate negro	23
GRÁFICO N.- 7:	Chocolate de taza	24
GRÁFICO N.- 8:	Bombones.....	26
GRÁFICO N.- 9:	Empaque del producto.....	26
GRÁFICO N.- 10:	Información del tamaño	27
GRÁFICO N.- 11:	Edad.....	48
GRÁFICO N.- 12:	Genero	49
GRÁFICO N.- 13:	Intrucción	50
GRÁFICO N.- 14:	Consumo de chocolate	51
GRÁFICO N.- 15:	Frecuencia del compra del producto	52
GRÁFICO N.- 16:	Productos mas consumidos	53
GRÁFICO N.- 17:	Lugares de compra	54
GRÁFICO N.- 18:	Particularidades de atributos	55
GRÁFICO N.- 19:	Calificacion del producto	56
GRÁFICO N.- 20:	Facilidad de adquirir el producto	57
GRÁFICO N.- 21:	Tamaño del producto.....	58
GRÁFICO N.- 22:	Presentacion del producto	59
GRÁFICO N.- 23:	Consumo del chocolate	60
GRÁFICO N.- 24:	Calificacion de otros chocolates	61
GRÁFICO N.- 25:	Satisfaccion al comer bombonres.....	62
GRÁFICO N.- 26:	Empresas que producen chocolates.....	63
GRÁFICO N.- 27:	Crear una empresa de chocolates	64
GRÁFICO N.- 28:	Chocolates elaborados en la provincia.....	65
GRÁFICO N.- 29:	Actividad Empresarial.....	66
GRÁFICO N.- 30:	Aceptación del Modelo de Emprendimiento	67

GRÁFICO N.- 31:	Incremento de empresas.....	68
GRÁFICO N.- 32:	Sostenibilidad del sector agrícola.....	69
GRÁFICO N.- 33:	Propiedades nutricionales.....	70
GRÁFICO N.- 34:	Creación de empresas.....	71
GRÁFICO N.- 35:	Mejoramiento de la Economía Peninsular	72
GRÁFICO N.- 36:	Características	73
GRÁFICO N.- 37:	Aspectos de Negociación	74
GRÁFICO N.- 38:	Requerimiento de Materia Prima	75
GRÁFICO N.- 39:	Mapa de La Libertad	79
GRÁFICO N.- 40:	Marca del Producto Final	92
GRÁFICO N.- 41:	Canales de comercialización.....	95
GRÁFICO N.- 42:	Diagrama de Flujo de Procesos.....	98
GRÁFICO N.- 43:	Materia Prima.....	98
GRÁFICO N.- 44:	Maquina Limpiadora de Granos de Cacao.....	99
GRÁFICO N.- 45:	Horno Tostador	99
GRÁFICO N.- 46:	Descascarado.....	100
GRÁFICO N.- 47:	Lecha en polvo	101
GRÁFICO N.- 48:	Azúcar	101
GRÁFICO N.- 49:	Maquina mezcladora	102
GRÁFICO N.- 50:	Moldeadora Universal.....	102

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1:	Ficha de observación.....	131
ANEXO # 2:	Encuentas a clientes	132
ANEXO # 3:	Entrevista a los agricultores	136

INTRODUCCIÓN

El mundo globalizado está generando cambios significativos y competente en la evolución económica, e incrementos productivos hacia la sociedad que la genera, por ende la investigación científica promueve el desarrollo a través de propuestas que garanticen el buen vivir; promoviendo beneficio económico, para los grupos de personas que generen nuevas ideas.

De tal manera que Ecuador con sus índices de incrementos en la exportación genera una perspectiva de capital y participación de inversiones con respecto al cacao siendo un país muy importante como proveedor de materia prima es por eso que en el cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena con su extensa población y su participación como capital económica demuestra que es necesario realizar la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena y así poder resolver las respectivas problemáticas que se presentan en esta provincia.

Por ende con la elaboración del estudio de factibilidad se permite conocer el estado del entorno y de los involucrados, considerando la recopilación de la información y el diagnóstico respectivo de los cuales se obtienen los datos, mismos que por su confiabilidad garantizan la viabilidad del objeto de estudio, en función del estudio de mercado, análisis financiero y administrativo

La creación del proyecto pretende generar una perspectiva de desarrollo evitando que la materia prima sea desperdiciada en las zonas comunales, la misma sea transformada y elaborada permitiendo satisfacer las necesidades de los nichos de mercado en la provincia de Santa Elena. Por ende cabe desatacar por todos los medios pertinentes de la investigación y determinar la factibilidad del proyecto de objeto de estudio.

MARCO CONTEXTUAL

Planteamiento del Problema

Ecuador es un país multiétnico, multicultural y rico en biodiversidad animal, vegetal y mineral caracterizado por ser país exportador de materia prima a países como Estados Unidos, y países de la Unión Europea, quienes procesan y transforman nuestra materia prima proporcionándole valor agregado, siendo un país con múltiples actividades fortaleciendo la economía con una población 14'483.499 habitantes aproximadamente, ubicado al noroeste de América del Sur, cuyo territorio continental colinda con el de Colombia y con el Perú al este, y al oeste con el océano Pacífico, (Ubicación-Geografica-del-Ecuador, 2008), con 24 provincias entre ellas Santa Elena fundada el 7 de noviembre del año 2.007 con una población de 308.693 habitantes ósea el 2 % del total nacional, ubicada al este del Océano Pacífico con una superficie de 3.763 km. Siendo el 1.46% del total del territorio según el Instituto de Estadísticas y Censos (Inec, 2013), posee 3 cantones. Salinas, La Libertad y Santa Elena. Dedicados a la actividad pesquera agropecuaria, industrial, petrolera, turística y otros sectores empresariales con los cuales pretende cubrir nichos de mercado existentes, generando expectativa que pueda satisfacer a los habitantes.

En el Ecuador existen aproximadamente unas 400.000 hectáreas de cacao según el programa de Cacao del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (Iniap, 2013) en los últimos años la península ha tenido un gran protagonismo acerca de la producción nacional pero por falta de industrias hay cientos de toneladas que se desperdician anualmente y entre ellos la comuna El Azúcar de tal manera que en el cantón La Libertad con una población de 95.942 habitantes aproximadamente de acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) no contiene parroquias y es un cantón económicamente activo y está impulsado por políticas y programas de parte de los sectores públicos y privados en nuevos proyectos generando incrementos en la

producción fortaleciendo la investigación científica promoviendo beneficio económico para los grupos de personas que generen nuevas ideas, de tal manera, que en el cantón La Libertad pueda generar una evolución económica que garantice un mejor nivel de vida socioeconómica por tal motivo se pretende crear una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad y así resolver las problemáticas que se presentan en la región con el apoyo de la Cámara de Comercio de Santa Elena y la Corporación Financiera Nacional.

De tal manera que existe pérdida de la materia prima (cacao) en la comuna El Azúcar de la provincia de Santa Elena por no existir suficientes industrias o mecanismos para procesarlo, es lo que provoca que la materia prima obtenga un reducido valor.

Proveedores abaratan costos de la materia prima debido a los excesos y abusos que existen en la provincia por parte de los adquirientes de esta semilla de tal manera provocan inestabilidad de quienes lo ofertan. Descontento social de parte de los ofertantes de la materia prima al no estar de acuerdo con sus salarios por clientes que abaratan los costos generando poca rentabilidad.

Con el estudio de factibilidad se pretende determinar la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad para el consumo humano, se comprobará los procesos sistemáticos en su elaboración y transformación, la implementación de maquinarias, propiedades, nutrientes y componentes necesarios de la materia prima extraídos de las comunas que puedan ser requeridos en su aplicación y ejecución que permita ser apto para el consumo, permitiendo satisfacer las necesidades de los nichos de mercado. Con el conocimiento generado y el análisis de mercado y proporcionando las fuentes primaria y secundarias y mediante la coordinación del ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca (MAGAP, 2010) y la cámara de comercio permitiendo llevar a cabo el proyecto en la ciudad de La Libertad provincia de

Santa Elena y así obtener mejoras en la productividad a través de la creación de una Empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad, así como también los créditos diferidos de instituciones bancarias sujetos a la ley promoviendo el desarrollo socio económico de la región y del país. La estimación del proyecto del estudio de factibilidad se desarrollará en 6 meses determinando la viabilidad del mismo.

Formulación del Problema

1. ¿Qué tan factible será el estudio para creación de una empresa en el cantón La Libertad?
2. ¿Qué nivel de aceptación tendrá el producto en el mercado?
3. ¿Cuáles serían las ventajas o desventajas para que se pueda realizar la factibilidad de creación de una empresa?
4. ¿Cuáles serían las características esenciales en la factibilidad de la Empresa?
5. ¿Será viable el estudio de factibilidad para la creación de una empresa?
6. ¿De qué manera el estudio de factibilidad para la creación de una empresa fortalece el desarrollo de la población?

Sistematización del Problema

¿Cómo incide el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena?

Justificación

Las exigencias en el mercado competitivo esta e busca de productos de calidad de tal manera que es fundamental encortar alternativas de producción y

comercialización que puedan garantizar la sostenibilidad de los requerimientos del ser humano.

El presente estudio investigativo determina la utilización de la teoría y conceptos de formulación, producción, administración, finanzas, consultorio empresarial entre otros, que son relevantes e importantes para el estudio de crear una Empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena. Cabe destacar que se determinará los resultados a través de los indicadores financieros que reflejen la realización y la verificación de la creación de la empresa, mediante los métodos que aporten con el desarrollo del proyecto propuesto.

En el presente estudio se pretende aplicar los métodos y técnicas e instrumentos de investigación para luego que sean analizadas de manera que el conocimiento empírico y científico aporten con vivencias en los modelos actuales, que se utilizarán el objeto de estudio mediante la guía de observación que determinará el lugar en que se realizará la investigación, de tal manera la guía de entrevista nos proporcionará información real y oportuna en dicho sector determinado para la realización de la propuesta.

La presente propuesta de crear una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate, permitirá direccionar financieramente que el proyecto es viable, permitiendo al sector empresarial y parte de la población que serían los involucrados de este proyecto productivo.

Objetivos

Objetivo general

Realizar un estudio de mercado, análisis financiero, administrativo y técnico que permita la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teorías considerando diferentes autores relacionados a la creación de empresa que facilite el objeto de estudio.
- Determinar metodologías en función a métodos, técnicas e instrumentos de investigación que oriente la información y recopilación de la crear una empresa.
- Elaborar los instrumentos de investigación mediante la operacionalización de las variables.
- Validar los instrumentos de investigación considerando los métodos establecidos que permita la información.
- Aplicar los instrumentos de investigación de acuerdo a los elementos establecidos en la muestra.
- Diagnosticar la situación actual considerando la información establecida para la elaboración de la propuesta.
- Recopilar la información de la demanda considerando la encuesta, la entrevista y el test que facilite el diagnóstico del problema de estudio determinado.
- Evaluación de los datos de información

Hipótesis

¿El Estudio de Mercado permitirá la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena?

Variables

Variable Independiente

Estudio de Factibilidad

Variable Dependiente

Creación de una empresa de elaboración y distribución de bombón de chocolate

Operacionalización de las Variables

TABLA N.- 1: Variable Independiente

Hipótesis	Variables	Definición	Indicadores	Ítems	Instrumentos
¿El Estudio de Mercado permitirá la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena?	Variable Independiente Estudio de Factibilidad	Son indispensables para conocer el comportamiento del mercado tales como gustos y preferencias y el grado de aceptabilidad y así determinar las exigencias del mercado.	Estudio de Mercado Estudio Técnico Estudio Económico Estudio Financiero	¿Cuáles son los segmentos de mercado? ¿Cuál sería el impacto en la economía? ¿Cuál serían las fuentes de financiamientos?	❖ Ficha de Observación ❖ Encuesta ❖ Entrevista

Fuente: variable independiente
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

TABLA N.- 2: Variable Dependiente

Hipótesis	Variables	Definición	Indicadores	Ítems	Instrumento
¿El Estudio de Mercado permitirá la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena?	Variable Independiente Creación de una Empresa de Bombones de Chocolate	Son indispensables para fortalecer la economía del sector.	Proveedores Materia Prima Inversión Estados Financieros	¿Cuáles serán nuestros posibles proveedores? ¿Cuál sería nuestra materia prima? ¿Cuál serían las fuentes de financiamientos? ¿Cuál sería nuestra tasa de retorno?	❖ Ficha de observación ❖ Encuesta ❖ Entrevista

Fuente: variable independiente
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

El proyecto investigativo consiste en determinar la factibilidad de la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate que mejoraría sustentable y económicamente el nivel Empresarial en el cantón y en la Provincia.

De acuerdo a los estudios y las estimaciones realizadas por la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao (Anecacao, 2013), y el programa de Cacao del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (Iniap, 2014) aproximadamente están cultivadas 400.000 hectáreas de Cacao en el territorio ecuatoriano y 200.000 toneladas en cosecha, además los derivados de este producto y las múltiples variedades de chocolate que el mercado oferta es el mayor consumista de cacao, que es cultivado y producido en países en vías de desarrollo es decir la materia prima en países como los de Sudamérica y consumida como producto terminado en naciones desarrolladas.

El producto ecuatoriano en especial el cacao apetecido por múltiples países, de la producción mundial el 70% de cacao fino y de aroma es producido en nuestro país, convirtiéndose en uno de los mayores productores de este producto. Se ha determinado que el consumo del chocolate ingeridos en cantidades apropiadas tiene efectos muy nutritivos además existe materia prima necesaria para elaborar bombones y entregarlo mediante las cadenas de distribución. El proyecto de investigación consiste en determinar la factibilidad de Crear una empresa que elabore y distribuya bombones de chocolate, comprobando la existencia de consumidores de este producto para establecer la inversión del proyecto en el cantón la Libertad.

1.2. RESEÑA HISTÓRICA DEL CANTÓN LA LIBERTAD

La península de Santa Elena es denominada como una de las civilizaciones más antiguas del continente Americano, se estima que los primeros asentamientos fue la cultura las Vegas que fueron los protagonistas de habilidades y tradiciones como la pesca, la caza el cultivo entre otras diversas actividades.

Se estima que el cantón La Libertad en sus inicios se llamó recinto la Agujereada que fue desarrollándose paulatinamente debido a la explotación petrolera y la llegada de extranjeros provenientes de diferentes partes del mundo y el país, hasta 1918 cuando un grupo de habitantes hicieron gestiones para cambiarlo, de hecho llegaban de diferentes lugares por la oportunidad de trabajo de la Empresa anglo que en la actualidad se llama Petroecuador.

El cantón La Libertad con 95.942 habitantes, siendo la capital económica de la provincia de Santa Elena que se destaca por su actividad comercial, y su progreso es notorio, hombres y mujeres han dedicado con entusiasmo a sus labores emprendedoras.

1.3. ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

CUADRO N.- 1: Habitantes por cada cantón

Cantón	Cabecera Cantonal	Habitantes	Área / Km ²	Densidad
La Libertad	La Libertad	95.942	26	3.690.07
Salinas	Salinas	68.675	97	707.98
Santa Elena	Santa Elena	144.076	3.880	37.13
		308.693	4.003	4.435.18

Fuente:(Municipio de La Libertad)

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

1.4. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

La provincia de Santa Elena fundada el 7 de noviembre del año 2007 con una población de 308.693 habitantes o sea el 2% del total nacional ubicada al este del Océano Pacífico con una superficie de 3764 km. Siendo el 1.47% del total del territorio.

Según el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), posee 3 cantones, Salinas, La Libertad y Santa Elena de tal manera que ha generado cambios significativos en la economía ecuatoriana destacándose favorablemente por sus actividades emprendedoras dedicadas al sector pesquero agropecuario, industrial, petrolero, turístico y comercial, sectores que pretenden cubrir nichos de mercado existentes, generando expectativa que pueda satisfacer a los habitantes de la misma.

GRÁFICO N.- 1: Ubicación de la Provincia



Fuente: Ubicación de la empresa
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 2: Localización Del Proyecto



Fuente: Localización del proyecto
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

1.4.1. Análisis Económico

Los productos elaborados a través del chocolate han tenido una trayectoria muy importante desde sus inicios tomó la consistencia y sabor original en el siglo XIX que ya degustaban de este producto en México de la misma manera en Europa también comenzaron a sustituir el pan por el chocolate. Después de la revolución, la industria incrementó su producción, los productos de ser elaborados de manera artesanal de acuerdo a las necesidades de la demanda se convirtieron en industrias con mecanismos totalmente desarrollados obteniendo grandes rentabilidades en la demanda de los productos abarcando a todos los países del mundo (Nutrición, 2010) La economía mundial en la industria del cacao tiene una trayectoria muy importante ya que más del 70% los productos elaborados del chocolate son extraídos de materia prima que provienen de Ecuador. Debido a los grandes cultivos de cacao el Ecuador ha tenido el 7% de incrementos en el 2012 con respecto a la matriz productiva. Así como también otros sectores muy importantes determinando que en la provincia de Santa Elena hay 11.650 fuentes de economía de tal manera que los principales son:

- Refinería (petrolera y sal)
- Industrias camaroneras
- Agricultura
- Centros Comerciales
- Manufactura (textil, zapatos, sombreros)
- Turismo

1.4.2. Los Agricultores

Los productores son aproximadamente 8.000 dedicados a la agricultura en la provincia del Oro, Guayas, Manabí y 27.500 los de la agricultura que cultivan cacao y en el caso de la provincia de santa Elena que ya existen sectores ya cultivados, alrededor de un 10.5% del sembrío es de cacao que son adquiridos por grandes industrias para la transformación del cacao.

1.5. PIB DEL SECTOR

El cacao es utilizado para preparar variedades de productos, postres, dulces, grasa o manteca de cacao incluso las industrias farmacéuticas la obtienen para la elaboración de jabones y cosméticos. Según datos de la Organización Internacional del Cacao alrededor del mundo se produce en toneladas de cacao 3,6 millones, de tal manera que un 5% de la oferta es producido en el Ecuador con más del 65% de la exportación y producción en aroma y fino sabor seguido Ghana , costa de marfil e indonesia (ICCO).

El Ecuador con una transcendencia de más 450 años en producción de cacao de tal manera según datos del Banco central del Ecuador en los últimos años el cacao ocupa el cuarto puesto con tasas referenciales de \$ 2.750 millones detrás del banano, camarón y las flores con \$14.300, \$ 5.950, \$ 4.700 millones respectivamente de los cuales representa cerca del 78% grano fermentado de cacao, y 22% de otros derivados como polvo y manteca.

1.6. INFLACIÓN

CUADRO N.- 2: Inflación del Ecuador

FECHA	VALOR
2010	3,30%
2011	4,50%
2012	4,16 %
2013	4.10 %
2014	4.06%

Fuente:(BCE, 2014)

Elaborado por: Juan Pozo Rivera

1.7. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

CUADRO N.- 3: Población Económica

Sectores	Mujeres	%	Hombres	%
Agricultura	472	1.8	11.861	16.1
Centros Comerciales	7.895	30.1	12.966	17.6
Industrias	2.020	7.7	21.953	29.8
Profesionales, científicos y técnicos	4.013	15.3	4.273	5.8
otros (administrativos, militares, directores, ocupaciones elementales, gerentes)	11.828	45.1	22.616	30.7
Totales	26.228	100	73.669	100

Fuente:(Censos, 2010)

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

1.8. DESARROLLO EN LA PRODUCCIÓN DE BOMBONES DE CHOCOLATE

Existen en la provincia de Santa Elena alrededor de unos 9.946 establecimientos económicos constituidos lo que genera el 6% de la región 5, de aquello en la zona turística de Salinas existe el 22% de la actividad económica, Santa Elena con 26% y cerca del 52% en el cantón La Libertad, que es la de mayor generación económica, (Ministerio de la Coordinación de la Producción, 2013) y el lugar en donde está destinado la Creación de una Empresa de Elaboración y Distribución de bombones de chocolate. Al generar una Empresa que elabore y distribuya bombones de chocolate en el cantón La Libertad se producirían incrementos en la economía cubriendo nichos de mercado.

1.9. ACTIVIDADES TRADICIONALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD

El cantón La Libertad ubicada en la región 5 de planificación se dedica a las actividades detalladas en el siguiente cuadro

CUADRO N.- 4: Actividades Tradicionales

Actividad de la población del cantón La Libertad	%
Actividades de comercio al por mayor	31.3
Industrias manufactureras	10.1
Transporte y almacenamiento	8.8
Edificación y Construcción	8.4
Agricultura, ganadería y pesca	7.3
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	6.0
Actividades en administración pública y defensas	5.7
Enseñanza	5.1
Actividades de los hogares como empleadores	4.4
Actividades de servicio administrativo y apoyo	3.0
Otros	9.8

Fuente: (Inec, 2010)

Elaborado por: Juan Pozo

1.10. TRANSCENDENCIA Y MERCADO DEL CHOCOLATE

Existen dos teorías del origen del cacao que proviene desde México con los Aztecas y desde 1528 con los reyes de España que se describe que ingerían chocolate mediante bebidas de fuerte sabor, las habas de cacao ya molidas y esto comenzó a propagarse incluyéndose en toda Europa según los historiadores el cacao fue descubierta en México por los Mayas que derivaba de la palabra chachauaa. Hernán Cortés afirmaba que con una bebida era suficiente para un soldado en los años de conquista, de hecho los españoles no demoraron en propagarlo por toda Europa y las transformaciones del chocolate sostiene son dos continentes los de América y Europa los que se establecen en haber hecho combinaciones.(El Cacao y el Chocolate , 2014)

Las transformaciones del chocolate a base del cacao se hicieron presentes en Suiza que comenzaron a elaborarlo de manera innovadora en 1884 por Henry Nestlé en Suiza aunque existen otras teorías que aducen haberse instalado fábricas en Francia, Italia y Alemania en 1607, 1646 y 1658 respectivamente y en 1720 los consumidores los adquieren en Italia que luego comenzó a tener otra consistencia al ser mezclado con alcohol, huevos y por lo general vino, chocolate y azúcar con 30 y 60 g respectivamente es más incluso en Inglaterra llega su expansión (Chocolate Origen e historia , 2009)

1.11. DEL NOMBRE (CACAO)

Según otras fuentes en la provincia del Guayas existían pequeñas plantaciones en Daule y Babahoyo lo cual se originó el nombre de Cacao siendo el país uno de los mejores productores de ese producto.

En los últimos el Reino Unido ha sido el mayor consumidor con una demanda 661 mil toneladas de chocolate en el 2011, es decir que se ubica en tercer lugar en adquirir chocolate con 5% de crecimiento en valor, el estado ha realizado estudios

significativos y para el 2016 se podría pronosticar un precio superior al actual. En un anuncio desarrollado por el vicepresidente Jorge Glas en enero el Ecuador se ubica en el segundo lugar como el mejor productor de cacao.

El negocio de comercializar este producto fue tan rentable que los mismos empresarios guayaquileños empezaron a cultivarlo a pesar de que estaba prohibido y 1.809 a 1.821 el nivel de la producción aumenta 150.000 y 180.000 quintales respectivamente. Incluso siendo el cacao el soporte económico y de divisas.

1.12. PROCEDENCIA DE LA MATERIA PRIMA

La comuna el Azúcar del cantón Santa Elena es un lugar dedicado a la agricultura, anteriormente se llamaba así por sus extensas hectáreas de caña de azúcar.

A partir de la nueva constitución del 2.008, las leyes planteadas para el fortalecimiento agrícola, y la planificación necesaria estas áreas comenzaron a tener un impacto de productividad generando mayor abastecimiento en la sociedad a nivel Nacional e Internacional, proporcionando cambios en los cultivos y en la matriz productiva.

1.13. FORMAS DE ORGANIZACIÓN DEL CANTÓN LA LIBERTAD

El cantón La Libertad promueve una de las economías más importantes de la provincia de Santa Elena en su mayoría existen diferentes tipos de entidades que regulan la actividad económica sustentable siendo factible cada grupo interesado en inscribirse de las existen varios grupos:

- Ministerio de la Producción
- Economía Popular y Solidaria
- Cámara de Comercio

1.14. Volumen de Residuos de Materia Prima

Mediante el procesamiento industrial del cacao se derivan residuos que son incluso adquiridos por otros fabricantes para desarrollar combustible, y en el área de la cosmetología.

1.14.1. Tipo de Residuos

CUADRO N.- 5: Residuos de Materia Prima

Cacao	Residuo	Cantidad
1 quintal	2 kilos	30 sacas
Total		60 kilos

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

1.15. RECURSOS NECESARIOS PARA GENERAR PRODUCCIÓN DEL BOMBÓN DE CHOCOLATE

1.15.1. Recurso Humano

Según Henry Fayol el recurso humano es una actividad participativa que genera el movimiento de la empresa coordinando y cumpliendo los objetivos propuestos en cada direccionamiento, de tal manera esto ha ido evolucionando paulatinamente (FYOL, 2014).

1.15.2. Recurso Tecnológico

El recurso tecnológico está basado en un conjunto de contextos que promueve la comunicación generando dimensiones de amplitud de perspectiva dinámica y espontánea facilitando el trabajo arduo y maximizando las rentabilidades personales y empresariales.

1.15.3. Recursos financieros

Los recursos financieros representan una sostenibilidad en la empresa ya sean por medio de acciones o aportaciones de capitales y el medio principal para proporcionar información mediante los registros contables a una fecha determinada como los Estados Financieros siendo el Balance General, Estado de Resultado

1.15.4. Materia Prima

CUADRO N.- 6: Materia Prima

Ingredientes	Quintales	Precio /unidad	Precio total
Cacao en grano	30	\$ 120.00	\$ 3600
Leche en polvo	4	\$ 145	\$ 580
Azúcar	5	\$ 60	\$ 300

Fuente: Materia prima
Elaborado por: Juan Pozo Rivera

1.16. CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS DEL CACAO

1.16.1. Industria del Cacao

Ecuador ha ido avanzando paulatinamente, reciben apoyo por parte los organismos competentes y financieras para poder producir y comercializar de manera nacional e internacional. Los productos que son elaborados son totalmente registrados bajo normas y reglamentos estipulados en el código de comercio prolongando marcas. Según diario El Mercurio el Ecuador exporta a Estados Unidos, Europa y a Japón que elaborado y transformado en producto terminado de alta calidad. Siendo el Ecuador reconocido a nivel mundial.(Mercurio, 2015)

En tales circunstancias el Reino Unido, se está impulsando programas para entregar a compradores de materia prima pero la representación británica exige

controles estrictos y cumplimientos de entrega que en la actualidad es muy complicado en especial para el Ecuador que genera cacao considerado el mejor del mundo. Su importancia en la economía convierte al Cacao en uno de los productos más apetecidos, en el 2012 fue el quinto producto más exportado por el Ecuador, dentro de las exportaciones no petroleras, después del banano, pescados, rosas y demás formas de oro para uso no monetario. Así mismo, En el año 2012 se registró una exportación de cacao y sus elaborados por un total de 496.63 millones de dólares y 182,794 toneladas.(Proecuador, 2013)

La tendencia para el Ecuador es de incrementar sus volúmenes de producción y exportación con el transcurso de los años, indistintamente de las fluctuaciones o variaciones de los precios internacionales según los mercados, por otro lado un factor influyente en los volúmenes de producción y exportación de Cacao es el Clima, y las condiciones adversas que en determinados años se presentan mediante precipitaciones o fenómenos ya conocidos cómo lo es El Niño, incidiendo directamente en los cultivos a lo largo y ancho del país, causando inundaciones en los volúmenes exportados, a veces no muy considerables, otras veces con resultados no favorables para el país(Magap).

1.17. DERIVADOS DEL CACAO:

1.17.1. Manteca

Esta manteca se obtiene al contener la masa o licor de cacao a temperaturas muy altas y alta presión. Esta sustancia se obtiene de manera sólida o líquida y con colorido amarillo pálido, de tal manera que a través de más de 55 años alrededor de 12 países de América Latina exportan cacao a diferentes partes de Europa y alrededor del mundo para producir diversas variedades de chocolate es por eso que en países como Suiza que de estas mezclas produce uno de los mejores chocolates del mundo a pesar de ellos no poseen cultivos y preservar el más puro sabor.(Cacao y sus Derivados , 2009). La manteca se caracteriza por su suave aroma y sabor a chocolate. Es la única sustancia de cacao usado en la fabricación del dulce para la fabricación del chocolate blanco.

GRÁFICO N.- 3: Manteca de Cacao



Fuente: Manteca de cacao
Elaborado por: Juan Víctor Pozo

1.17.2. Cacao en licor

Este licor orgánico sólido o líquido es oscuro, no es ácido ni amargo, son mezclas fermentadas de calidad de tal manera que gracias a su trascendencia de más de 60 años a combinado grandes sabores de manera apropiada para los productores de chocolate (Cacao y sus Derivados, 2009).

1.17.3. Cacao en polvo

El cacao producido en los países Centroamericanos es de muy buena calidad que permite la consistencia del chocolate en más puro sabor de tal manera que no es amargo o ácido y obtiene para elaborar helados, galletas, leche, coberturas para confitería entre otros (El Cacao y sus Derivados, 2009).

GRÁFICO N.- 4: Cacao en Polvo



Fuente: Cacao en polvo
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

1.17.4. Tipos de Chocolate

1.17.4.1 . Chocolate de cobertura

Los productores de la transformación de esta materia prima como son: los pasteleros y chocolateros que usan en proporciones del 30 % de manteca de cacao que también son mezclados con leche para una alta consistencia tanto en el momento de moldear y de su sabor para poder lograr un sabor y brillo.(Cacao y sus Derivados, 2009).

GRÁFICO N.- 5: Chocolate de Cobertura



Fuente: Chocolate de cobertura
Elaborado: por Juan Víctor Pozo Rivera

1.17.4.2. Chocolate Negro:

El chocolate negro, puro o chocolate amargo, a medida que mayor es el porcentaje mejor es la calidad, es más suelen ser fabricados con proporciones del 60% de cacao se desarrolla mezclando pasta y manteca de cacao existentes en mercados y supermercados (Tipos de Chocolate , 2015).

GRÁFICO N.- 6: Chocolate Negro



Fuente: Chocolate negro
Elaborado por Juan Pozo Rivera

1.17.4.3. Chocolate a la Taza:

Normalmente el chocolate tiene proporciones inferiores del 50% de cacao con harina de maíz, aumentado su espesor debido a la leche de tal manera que ya se encuentran en supermercados bebidas nutritivas.(Derivados, 2009).

GRÁFICO N.- 7: Chocolate de Taza



Fuente: Chocolate de taza
Elaborado por Juan Pozo Rivera

1.17.4.4. Chocolate relleno

El chocolate es una cobertura con el 20 a 25% aproximadamente de espesor, en los supermercados se encuentran mezclas de soya almendras y avellanas, con frutas y licores(Cacao y sus derivados, 2009).

1.17.4.5. Chocolate blanco

Se elabora con pasta de cacao en proporciones reducidas y un aporte a su valor nutricional de manteca de cacao y leche condensada e incluso leche en polvo que se lo encuentra en la respectiva repostería.(Cacao y sus Derivados, 2009).

1.17.4.6. Chocolate con leche

Se lo realiza con leche siendo este el más popular que contiene proporciones de pasta, que oscilan en más del 40% a pesar que existen tabletas de (chocolate y

leche) con aproximadamente el 50% de tal manera que es un ingrediente complementario en la elaboración del bombón (Cacao y sus Derivados, 2009).

1.18. ELABORACIÓN DEL CHOCOLATE

La preparación del chocolate se inicia con la limpieza del grano donde se extrae materiales extraños, luego el tostado que en la cual le da el aroma requerido. El grano una vez tostado es descarrillado a una temperatura de 120 grados centígrados durante 45 a 90 minutos, de tal manera que se desprende la cascarilla del grano que lo mantiene cubierto.

En el siguiente proceso corresponde a una máquina de molienda que implica una molturación fina donde los fragmentos son convertidos en una pasta o licor, siendo este un ingrediente principal en la elaboración del chocolate con aproximadamente el 40%, siendo el secreto de las chocolateras o pastelerías conocido como cacao en polvo. Una vez aquello se mezcla los ingredientes agregando azúcar y leche en polvo en el caso de la preparación del bombón de chocolate en ollas industriales mediante un batido intenso. Una vez mezclado el líquido se lo ubica en una moldeadora obteniendo así el bombón de chocolate.(Naranjillo, 2010).

El sabor depende de la textura y la consistencia que se le da al momento de la preparación así como varía el porcentaje de licor o pasta de cacao y el refinado final que comprende en disolver las partículas que aún hayan quedado después del refinado como primera etapa.

Cabe indicar que los hidratos de carbono que contiene el chocolate y la presencia de vitaminas, minerales y la fibra mejoran la calidad proteica de una alimentación recomendable además de la leche como base complementaria al elaborar bombones genera una fuente de energética de nutrición hacia los consumidores.(Derivados, 2009)

1.19. PRODUCTO FINAL

El producto final que hacía el mercado para el gran deleite de las personas a las cuales les encanta el chocolate será una exquisita combinación para que su sabor sea diferente creando una especie de adicción hacia el producto debido a la combinación del chocolate en prácticas presentaciones.

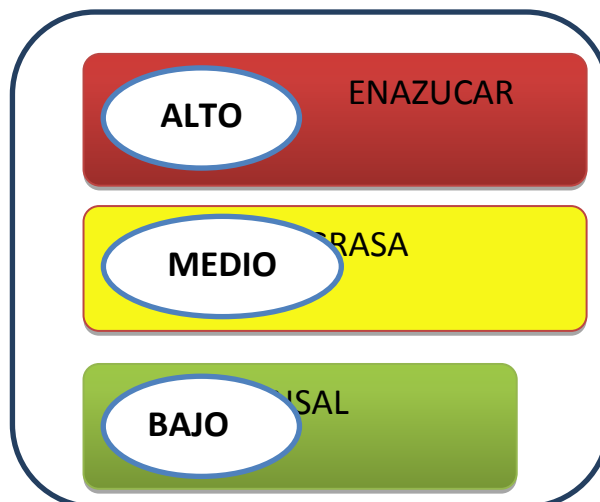
GRÁFICO N.- 8: Bombones



Fuente: Bombones de chocolate
Elaborado por: Juan Pozo Rivera

1.19.1. Información del empaque

GRÁFICO N.- 9: Empaque del Producto



Fuente: Ministerio de Salud Publica
Elaborado por: Juan Víctor Pozo

El Ecuador enfrenta grandes cambios significativos en poder desarrollar productos de calidad a nivel nutricional a través de empresas u organismos que promueven la matriz productiva relacionada al procesamiento de alimentos de consumo humano.

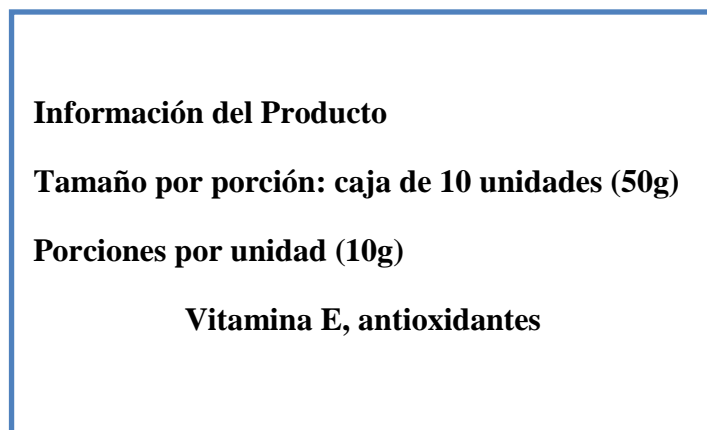
La iniciativa la ha tomado Ecuador a través de sus normas de calidad normativa obligatoria del ministerio de industrias y productividad mediante resolución oficial No. 134 del 29 de noviembre de 2013.

- La barra que está asignada para productos cuyos componentes tienen alto contenido: ``ALTO EN...``
- Para productos de medio contenido: ``MEDIO EN...``
- Para componentes de bajo contenido la barra de color verde

De tal manera que se puede diferenciar con facilidad que tanto es conveniente un producto para consumo.

1.19.2. Tamaño por porción

GRÁFICO N.- 10: INFORMACIÓN DEL TAMAÑO



Fuente: Ministerio de Salud Pública
Elaborado por: Juan Víctor Pozo

De acuerdo al INEN los productos de consumo contengan las propiedades nutricionales y valor energético así como la proteína, grasa, carbohidrato, vitaminas y minerales.

1.20. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Según Pérez Carballo para la evaluación económica (2010) establece de manera medible las características del producto y dirigirlo al mercado potencial para su consumo.(carballo)

1.20.2. Oferta

Se determinará de manera cuántica el volumen apropiado del producto de acuerdo a los datos proporcionados del mercado que se encuentran insatisfecho y así como también el factor cualitativo para determinar los valores comparativos de lo que se va a ofrecer.

1.20.3. Demanda

Establece valores unitarios de producción al que está destinado el producto que se va a ofrecer.

1.20.4. Mercado

El mercado potencial surge entre la oferta y demanda, que está destinado a expandirse, cabe recalcar de tal circunstancia que si no existiera, la realización de estrategias generaría una brecha de apertura de mercado.

1.20.5. Precio

Se considera en el campo monetario el precio requerido por tal razón son visualizados en los estados financieros.

1.21. MARCO LEGAL

1.21.2. Constitución de la República del Ecuador

En el año 2.008 en la cual fue aprobado la Constitución.

Art 276 el régimen de desarrollo tendrá los siguientes

- 1.- Constituye en optimizar la esperanza y la calidad de vida, y ampliar las aptitudes y las potencialidades de la población en el entorno de los principios y derechos que establece la constitución.
- 2.- Acuerda en estructurar un sistema de economía justa, productiva, democrática, solidario y sostenible estipulado en la distribución igualitaria de desarrollo, beneficio y que genere un trabajo digno y estable en cada uno de las vías de producción.
- 3.- Accionar la participación y el control social con las diversas identidades y difusión de su representación equitativa en todas gestiones del poder publico (Constitucion de la Republica del Ecuador, 2008)

1.22. PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2009- 2013

Objetivo 6: Establece generar un trabajo de manera estable, que sea justo y digno en la pluralidad de formas, la actividad laboral vislumbra un ente importante en la colectividad y es un tema fundamental en las familias y en la vida de las personas. Y establece el derecho al trabajo. Asimismo, como derecho económico, de las cuales se considera como fuente de realización personal y base de la economía. Las interrelaciones entre trabajo, producción y reproducción económica están vinculadas directamente con la actual reforma de Constitución.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se tomará en consideración la actividad productiva al proceso en la que la acción humana transforma insumos en bienes y

servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo las actividades de comercio y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- La normativa del código indica regular los procesos de producción en las etapas como distribución, intercambio, comercio, manejo de externalidades e inversiones de producción, orientadas a la realización de las potencialidades de las reformas (Plan Nacional del Buen Vivir, 2009 - 2013)

1.23. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

El plan Nacional de Desarrollo como lo establece en el artículo 280 de la Constitución es el elemento al que se sujetarán los programas, políticas, y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado Ecuatoriano; la inversión y la asignación de los recursos de origen público; y las competencias entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su arbitrariedad y observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

El Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional del Buen Vivir, contiene 12 Objetivos Nacionales, que se relacionan con el desempeño de las metas de carácter nacional, con las distintas propuestas de acción pública sectorial y territorial, y principalmente con la necesidad de concretar los desafíos derivados del actual marco constitucional.

El Plan fue elaborado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) en su condición de Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, conforme el Decreto Ejecutivo 1577 y presentado por el Presidente Rafael Correa Delgado, para conocimiento y aprobación en el Consejo Nacional de Planificación.

A continuación se detalla los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Objetivo 1. Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad.

Objetivo 2. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Objetivo 4. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.

Objetivo 5. Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

Objetivo 7. Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.

Objetivo 8. Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Objetivo 9. La vigencia de los derechos y la justicia debe ser garantizada. (Desarrollo, 2014)

1.24. CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN

Ley de desarrollo de la cultura del emprendimiento, la creación y fortalecimiento de empresas sociales en el Ecuador como mecanismo de generación de empleo y crecimiento económico, (produccion)

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) Emprendimiento: es una persona con capacidad de innovar, entendida como esta capaz 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; llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado, 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 desarrollar la cultura del emprendimiento con acciones dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo Planes de negocios es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para
- f) 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 (produccion)

1.25. NORMATIVA REGULATORIA

La Norma ISO 9000 es la Organización Mundial de Normalización que estudia y da respuesta a diferentes organismos de precisar requisitos mediante la aplicación de un sistema de calidad, que han sido reformadas desde su primera publicación en 1987 y modificadas en 1994, 2000 y 2008 esta última de manera vigente actualmente; las normas ISO siendo creadas por las empresa públicas así como también las privadas, en el Ecuador existe el INEN Instituto Nacional de Normalización que es el Organismo Representante en nuestro país.(Normas ISO)

1.25.2. Normas ISO

ISO 9000:2005 tales como “Sistemas de gestión de la calidad. Principios y vocabulario”

ISO 9001:2008 “Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos”

ISO 9004:2009 “Gestión para el éxito sostenido de una organización. Enfoque de gestión de la calidad”

De las 3 normas, la que sostiene los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión de la calidad es la ISO 9001:2008, es la norma que se utiliza para la implantación de sistemas de gestión de la calidad y que se puede utilizar para conseguir un certificado. (ISO).

- 1.- Las Normas identifican cualquier obstáculo o falencia en procesos de producción y de servicios y así evitar barreras de intercambio comercial
- 2.- Aplicación de sistema de control supervisado
- 3.- satisfacción de los clientes y evitar falencias de producción

1.25.2. El registro para la certificación

El organismo o empresa interesada debe tener conciencia de los requerimientos para la adaptación de un sistema de calidad o contactarse con una empresa experta en gestión de calidad para ingresar al mercado competitivo.

1.26. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

La factibilidad de un proyecto establece la sustentación financiera mediante herramientas como el punto de equilibrio, el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), y el análisis de sensibilidad que son cálculos importantes para la realización de este proyecto.

Factibilidad económica.- Consiste en la disponibilidad de recursos para llevar a cabo los objetivos de un proyecto de investigación relación costo - beneficio. (Alegsa, 2010).

De tal manera que mediante el resultado obtenido se considera los aspectos sociales y económicos y demostrar su aplicación y su origen. La generación de ganancias como también la posibilidad de pérdida, la evaluación de las inversiones se determina porque los ingresos y gastos se desarrollan en el mercado mediante el precio (Evaluación de Factibilidad, 2014).

1.26.1. Etapas del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad representa disponibilidad de los recursos para ser encaminados hacia los objetivos planteados a medida que se responde a necesidades humanas desde el momento en que nacen, se evalúan, y se formula, aproximadamente se estima entre un 5% y 10% es lo que costaría desarrollar el estudio, el mismo varía de acuerdo a la magnitud del proyecto, además es un proceso de estimaciones, aproximaciones y pronósticos en cada uno de las etapas se debe considerar todos los aspectos:

Idea.- Esta etapa se organiza y se identifica los problemas y oportunidades para ser luego una vez formulado quedando a decisiones de los inversionistas la identificación de vías alternativas de solución

Pre inversión.- Comprende tres niveles que generan el inicio de la respectiva evaluación.

- Perfil: información existente y la solución de los problemas
- Pre factibilidad: basados en fuentes secundarias
- Factibilidad: es la culminación de los niveles y evaluación y aprobación de los niveles.

Inversión.- Se relaciona con tres estudios para la inversión que es el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico o financiero

Operación.- Es la puesta en marcha después de todos los pasos.

1.26.2. Aspectos generales de un estudio de factibilidad

1.26.2.1. Análisis de Mercado

Según Rong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz el mercado son "todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo"(RONG, 2010).

Se establece por medio del estudio de factibilidad la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate y poder conocer gustos y preferencias y a la vez analizando la demanda del mercado con productos de buena calidad, los mercados son totalmente dinámicos porque existen consumidores de cada producto que se presenta de tal manera que estos pueden ser modificados de acuerdo a las decisiones tomadas por cada empresario ante un evento protagonista (cliente)

En la provincia de santa Elena principalmente existen grandes extensiones que han tenido una actividad agrícola, es decir por ayuda gubernamental o de proyectos que sustenten recursos para los campesinos.

De tal manera que se han implementado trasvase para los agricultores, de hecho el ahora reciente trasvase Colonche San Vicente siendo propicia su actividad fundamental para la economía del sector del cantón santa Elena y sus rendimientos son muy rentables.

El chocolate ecuatoriano es muy apetecido en Europea con altos porcentajes de demanda. Los principales compradores son los supermercados y cadenas hoteleras, que brindan oportunidades al chocolate de calidad así como también restaurantes quienes son los mayores preferentes por grandes volúmenes de compra y tiendas detallistas de chocolates.

El mercado potencial surge entre la oferta y demanda, que está destinado a expandirse, cabe recalcar de tal circunstancia que si no existiera, la realización de estrategias generaría una brecha de apertura de mercado.

Este producto elaborado del chocolate tendrá una consistencia de:

- ❖ 50gramos en su contenido de cartón
- ❖ Logotipo
- ❖ Propiedades del fruto
- ❖ Nombre de la empresa que lo realiza
- ❖ Nombre del producto
- ❖ Precio
- ❖ Normas Iso
- Canales de Distribución
- Supermercados
- Comisariatos
- Tiendas

1.26.2.2. Identificación de los Competidores

Nestlé

Arcor

La Universal

Colombina

Compañía Nacional de Chocolate

1.26.2.3. Análisis técnico

Mediante el aspecto técnico se determina la capacidad productiva, capacidad de activos y maquinarias con que es recomendable ejecutar un proyecto de factibilidad y mediante las inversiones, y realizar el análisis respectivo de los

procesos de producción de elaboración de bombones de chocolate, la disponibilidad, ubicación antes mencionada con marcas y logos de los productos para que pueda ser reconocida en el mercado.

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.(Baca, 2010).

1.26.2.4. Análisis Económico

El estudio financiero nos determina que el grado de las posibilidades consiste en establecer recursos y materia prima según Porter, se debe tener claro de estos criterios que pueden influir en el desarrollo del proyecto que garantice y determine la viabilidad financiera basados en la tasa interna de retorno (TIR), el valor actual neto (VAN), y costo beneficio (C/B).(2010).

Los indicadores financieros determinan un 23% de crecimiento en el año 2012 esto demuestra que existen grandes expectativas de desarrollo en los análisis del sector empresarial mientras que en el otro escenario como materia prima presentó una disminución para el 2011 mientras que en el 2012 la tendencia de crecimiento fue del 12% ante la tasa de recuperación del 8.7% esto determina que existen probabilidad para la creación de una empresa de elaboración de bombones de chocolate mediante el estudio factible.

1.26.3. Análisis financiero

Se comparan criterios evaluados priorizando tomar decisiones de aceptación o no del proyecto y si es propicio el momento de las alternativas de inversión (Costo Beneficio) también se trata de explorar el proyecto en función de su rentabilidad financiera.

1.26.3.1. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión.

Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. También considerado valor presente neto siendo una secuencia de flujos de caja y de reflejar valores de inversión. (Iturrioz del Campo).

1.26.3.2. Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno representa la manera más confiable de llevar a cabo un proyecto de inversiones, además que también se lo determina como un componente de valor actual neto, es decir cuando la Tir representa un valor alto sobre la tasa de oportunidad, la rentabilidad es mayor para el inversionista.

1.26.3.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

La etapa de recuperación de la inversión comprueba la valoración del riesgo de un proyecto en un periodo de tiempo determinado.

1.26.3.4. Tasa efectiva de rentabilidad (Ter)

La tasa efectiva de rentabilidad es parte del estudio financiero y comprende aplicaciones de reinversión en los flujos de caja correspondientes del proyecto

1.26.4. Estudio de factibilidad

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”(Varela, 2010). El estudio de factibilidad es el análisis

que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer.

Se genera mediante indicadores financieros y así poder establecer ingresos mediante la inversión de la rentabilidad financiera en porcentajes. Si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado.(PROYECTOS, 2010)

Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intenta producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad; para ello se necesita definir su rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera. Las acciones financieras como la corporación financiera nacional (CFN) canaliza los proyectos encaminados en las políticas y normas del plan nacional de buen vivir.

1.26.4.1. Balance General Projectado

El balance comprende varios factores como el capital, el activo, el pasivo que son los generan la estructuración de capital que son:

- Activo
- Pasivo
- Capital

1.26.4.2. Estado de Resultado

Determina resultados afirmando si la empresa tiene pérdida o utilidades y así como lo determina la evaluación financiera, también se presentan en forma de periodos anteriores como proyecciones a futuro.

1.26.4.3. Flujo de Efectivo

La elaboración de efectivo es una de las herramientas principales de las empresas en su mayoría para mantener la solvencia y retribuir mejor a los inversionistas.

1.26.4.4. Balance General

Este balance determina la situación patrimonial de una empresa se la puede calcular el activo.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Según Achaeran dio en la iniciación a la práctica de la investigación el método científico intenta descubrir la verdad objetiva tal " cual es" y no tanto como "debiera ser" (Zuazo, 2010).

La metodología investigativa permite descubrir una teoría reflejada en una realidad mediante procedimientos técnicos y de conocimiento que son base principal de la investigación. La metodología genera un análisis detallado y adecuado a través de la problemática planteada en la investigación.

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación se aplica mediante un plan de acción que garantiza un trabajo de información relacionado al estudio de factibilidad de tal manera que muestra 2 enfoques: Uno Cualitativo y el otro Cuantitativo permitiendo una secuencia fundamental cuali-cuantitativo que finalmente analiza el diseño aplicado. El enfoque cualitativo utiliza la recolección sin datos numéricos para descubrir el proceso de interpretación de datos, el cuantitativo los indicadores o datos estadísticos a evaluar (Mendez, 2010).

Mediante datos de la investigación descriptiva y exploratoria nos permitió conocer el desaprovechamiento de la materia prima en la comuna El Azúcar del cantón Santa Elena y generar una propuesta de solución al problema planteado. Estableciendo en el estudio la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate que determina las características de factibilidad en dicho sector, de tal manera que los enfoques de investigación permiten el mecanismo de aplicación de las variables obteniendo el grado de necesidad en el sector La Libertad.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es parte significativa del trabajo de búsqueda, pues a partir de ello se recopilan, ordenan y sistematizan datos para, en lo posterior, convertirlos en información legible, confiable y verificable. Dicha información está profundamente relacionada con los supuestos iniciales formulados para averiguar la naturaleza de un fenómeno o problema de investigación y los posibles efectos de un pronóstico (Magon, 2011).

El presente trabajo de investigación se realizó por el método de investigación de campo orientada en una investigación documental, de los cuales se obtuvo información clasificada, así como también teoría y mediante la determinación del análisis de los resultados se estableció que es necesaria la propuesta del Estudio de creación de una empresa de distribución de bombones de chocolate.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por el propósito

Información básica.- También denominada investigación teórica o marco teórico y de los cuales se planteó la propuesta de estudio de factibilidad de creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad

Por el nivel de estudio

Estudio descriptivo.- Se determinó aquel estudio descriptivo, se estudió las formas de comportamiento de la materia prima que se desecha considerando los conocimientos relacionados al problema de estudio, aplicando otras fuentes de información como encuestas y entrevistas; por lo concerniente al Estudio de

Factibilidad de creación de una empresa de Distribución de Bombones de Chocolate en el cantón La Libertad Provincia de Santa Elena.

Estudio Explicativo.-Se estableció el estudio explicativo porque se afirmó la pérdida de la materia prima que puede generar economía sustentable en sectores estratégicos.

Por el lugar.-

Bibliográfica – Documental.- Se caracteriza por medio del amplio conocimiento que representa tales como: revistas, libros e internet que permitieron obtener información valorativa y profundizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad Provincia de Santa Elena.

Investigación de campo.- Se basó sistemáticamente los problemas de la realidad permitiendo obtener datos primarios mediante la técnica de recolección de datos como cuestionario, entrevista y observaciones identificando la variable del estudio de factibilidad y las características de aceptación en el mercado.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

El método científico determina una posición relativa de conocimiento por la complejidad de la definición (Molina, 2010), los métodos a aplicar se determinan como método deductivo, método, inductivo y método analítico que permiten la identificación sistemática de la información al objeto de estudio.

Método Deductivo-Inductivo

Este método se realiza mediante un procedimiento lógico determinado para identificar hechos y fenómenos más relevantes en el lugar de estudio. Cabe recalcar que la aplicación de este método se ejecutará mediante el entorno y el

lugar del estudio ya que demuestra el grado de circunstancia de causa y efecto, que se muestra en el problema planteado en la creación de una empresa de Elaboración y distribución de bombones de chocolate y determinar factibilidad de dicho proyecto.(José, 2009)

Método inductivo

Se parte de una observación de hechos y prevalecen las conclusiones que han dejado las acciones del efecto del problema y de lo cual debe llevarse a cabo a través del análisis de lo observado (Batista, 2010)

Enfoque cuantitativo

Se presenta como enfoque cuántico y explicativo a procesos analíticos y secuenciales relacionados al entorno de una perspectiva teórica y probatoria que se muestran resultados mediante gráficos representativos y que no debe afectar al investigador (Hernandez Sampieri)

Enfoque cualitativo

Este enfoque muestra de manera dinámica dispersión o expansión y secuencial los hechos interpretativos y se propaga por el enfoque cuántico y no se efectúa de manera numérica, se basa en métodos de recolección de datos y deducir las propias realidades del proyecto.(Sampieri, 2010)

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Técnicas

Para el presente estudio de investigación se escogió de entre una diversidad, las técnicas de tipo documental y de campo y así poder obtener la información requerida para el desarrollo del proyecto.

Encuesta

Se realizará un cuestionario, esta técnica es la que más información proporciona cuando se trata de determinar gustos y preferencias en base a comportamientos sociales que establecen la demanda potencial para la creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate en el cantón La Libertad.

Entrevista

Según (Luis, 2010)son técnicas empleadas en campos de administración, sociología y educación cuyo propósito es estipular de manera dinámica la comunicación participativa de lo estudiado.

Observación

Mediante esta técnica de procedimientos a emplear, podemos determinar con exactitud el fenómeno estudiado y así obtener información de hechos y acontecimientos basados en una realidad a partir de las teorías exigentes y demostrar lo que sucede en el lugar de estudio y establecer los objetivos planteados de la investigación.

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Cuestionario.- Para la obtención de información acerca del estudio de factibilidad de creación de una empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate se diseñó las preguntas con opción múltiple.

El contenido de preguntas tiene concordancia considerando la información obtenida en el análisis de resultados.

Guía de Entrevista.- Se empleó esta guía para recopilar información que resulte útil para el respectivo análisis y mejorar los procesos de la problemática.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población es el conjunto de todas las observaciones en las que estamos interesados, o bien, es el conjunto de todos los procesos susceptibles de aparecer en un problema y que interesan a la persona que hace el estudio. Se llama tamaño de la población al número de individuos que la componen, cabe mencionar que las poblaciones pueden ser finitas e infinitas. (Jaime, 2011)

Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista, la muestra es un subgrupo de la población de interés, del cual se recopilan los datos y debe definirse de antemano y ser representativa de dicha población. (Hernández, 2010)

La muestra es una parte representativa del total de la población de tal manera que para medir se escogerá el método probabilístico, no es viable realizar por el método no probabilístico porque el estudio lo determina de manera cuántica de hecho se escogió una población de 308.063 habitantes de la provincia de Santa Elena la muestra fue habitantes que con un proceso sistemático van hacer estudiados de forma eficiente para su posterior proyección.

n= Número de muestra

Ni=Población objetivo total

P=Probabilidad de aceptación

e2= Error

$$n = \frac{Ni}{e^2 \times (Ni - 1) + 1}$$

$$n = \frac{308693}{0,05^2 \times (95942 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{308693}{772.73} = 196$$

Total de encuesta a aplicar 196 de las cuales se realizará la tabulación

2.8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio de factibilidad se elaboró tomando en consideración lo siguiente

Exploración y revisión al proyecto de tesis

- 1.- Planteamiento del Problema
- 2.- Justificación
- 3.- Fuentes bibliográficas
- 4.- Marco Teórico
- 5.- Metodología
- 6.- Población
- 7.- Tabulación
- 8.- Análisis de los resultados
- 9.-Propuesta
- 10.- Preparación del informe

El proceso desarrollado en esta investigación ha permitido comprobar resultados de manera clara y precisa que sea posible el entendimiento de grupos de interés y determinar la viabilidad del estudio.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

1.- ¿Qué edad tiene?

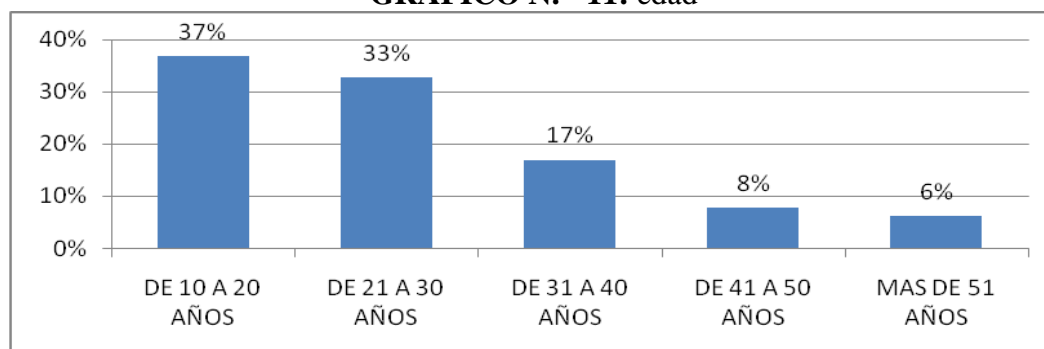
CUADRO N.- 7: edad

Ítem	Rango	Frecuencia	%
1	De 10 a 20 años	72	37%
	De 21 a 30 años	64	33%
	De 31 a 40 años	33	17%
	De 41 a 50 años	15	8%
	Más de 51 años	12	6%
	Total		196

Fuente: Edad

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 11: edad



Fuente: Edad

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

La pregunta está dirigida para saber el rango de edad en la que se encuentran las personas encuestadas, se tienen a niños/as, jóvenes y adultos tal y como lo demuestra el gráfico N.-11. Con los resultados arrojados por las encuestas se puede determinar que la mayoría de los encuestados están entre la edad de 10 a 30 años, esto significa que ellos son un mercado potencial.

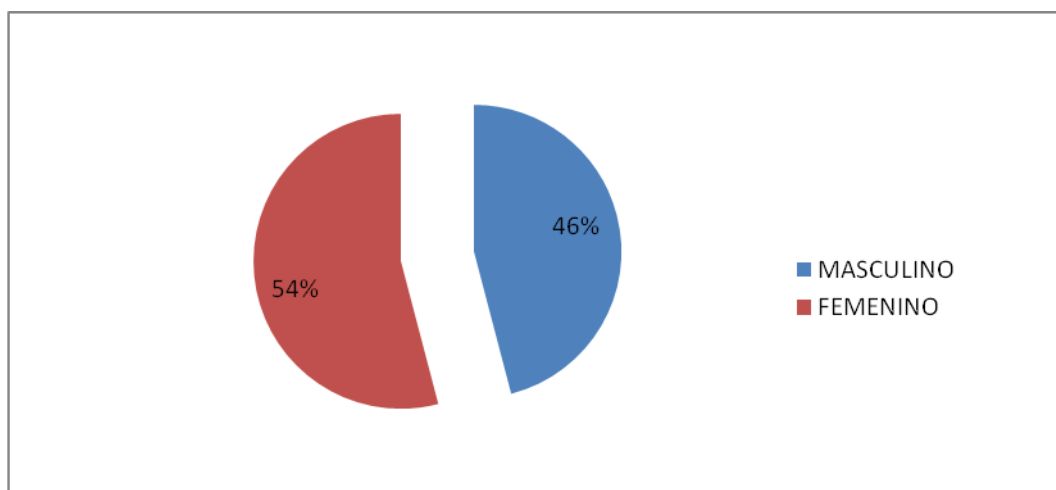
2.- ¿Cuál es su género?

CUADRO N.- 8: Genero

Ítem	Rango	Frecuencia	%
2	Masculino	90	46%
	Femenino	106	54%
	TOTAL	196	100%

Fuente: Genero
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 12: Genero



Fuente: Genero
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

La interrogante ayudara a determinar cuál es el género que más consume chocolate en la Provincia de Santa Elena.

Según estos datos obtenidos se puede identificar el género que puede causar más consumo de bombones de chocolates en la Provincia de Santa Elena. Con estos datos se determina que las mujeres son las que más consumen chocolates por distintas causas, esto puede influir en la forma de hacer publicidad, como en la presentación, y el valor agregado que se le puede involucrar.

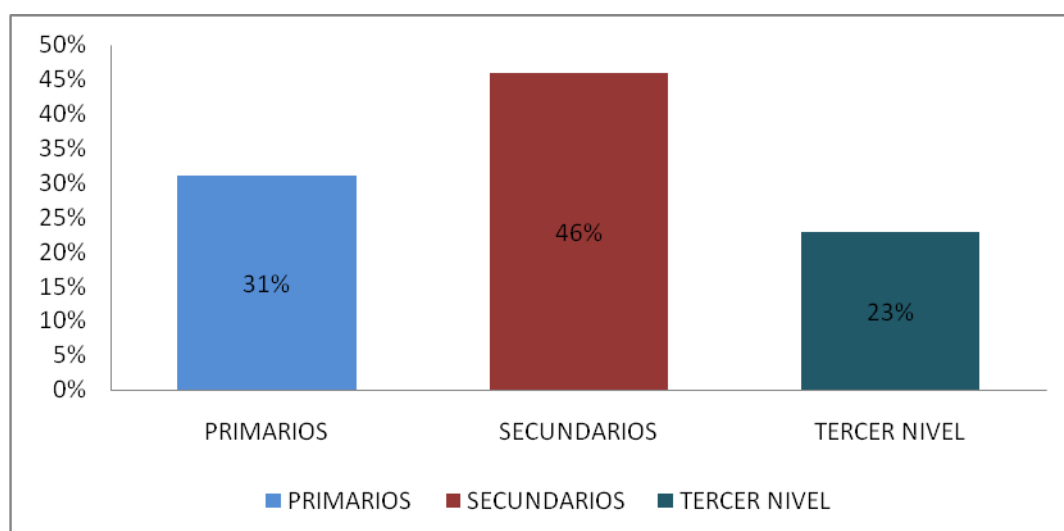
3.- ¿Cuál es el nivel de instrucción formal?

CUADRO N.- 9: Instrucción formal

Ítem	Rango	Frecuencia	%
3	Primarios	61	31%
	Secundarios	90	46%
	Tercer Nivel	45	23%
	TOTAL	196	100%

Fuente: Instrucción Formal
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 13: Instrucción formal



Fuente: Instrucción Formal
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

Con esta pregunta se podrá determinar donde se puede ubicar a los posibles puntos de venta o distribución de productos tal como lo detalla el gráfico N.-13

Según los datos obtenidos la mayoría de los encuestados están en un nivel secundario eso quiere decir que ha culminado el bachillerato o puede que aun estén en estudio, pero con esto se puede determinar que la mayoría de ellos son adolescentes y adultos y una parte significativa son niños/as.

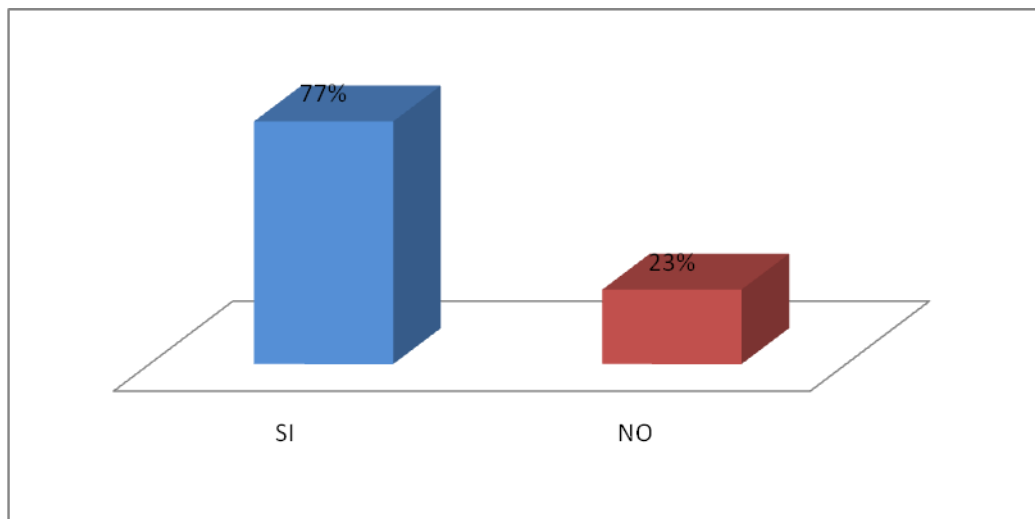
4.- ¿A usted le gusta consumir chocolate?

CUADRO N.- 10: Consumo de Chocolate

Ítem	Rango	Frecuencia	%
4	Si	150	77%
	No	46	23%
	Total	196	100%

Fuente: Consumo de Chocolate
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 14: Consumo de Chocolate



Fuente: Consumo de Chocolate
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

La interrogante se plantea con el objetivo de que conocer gráficamente cuantas personas de las encuestadas les gusta consumir chocolates, o tienen como hábito consumir este tipo de productos tal como lo demuestra el gráfico N.- 14. Con estos resultados se determina que la mayoría de las personas encuestadas si les gusta consumir estos productos como son los chocolates, indistintamente de la marca que ellos les agrade, se obtuvo que el consumo de chocolates está en un porcentaje elevado de personas.

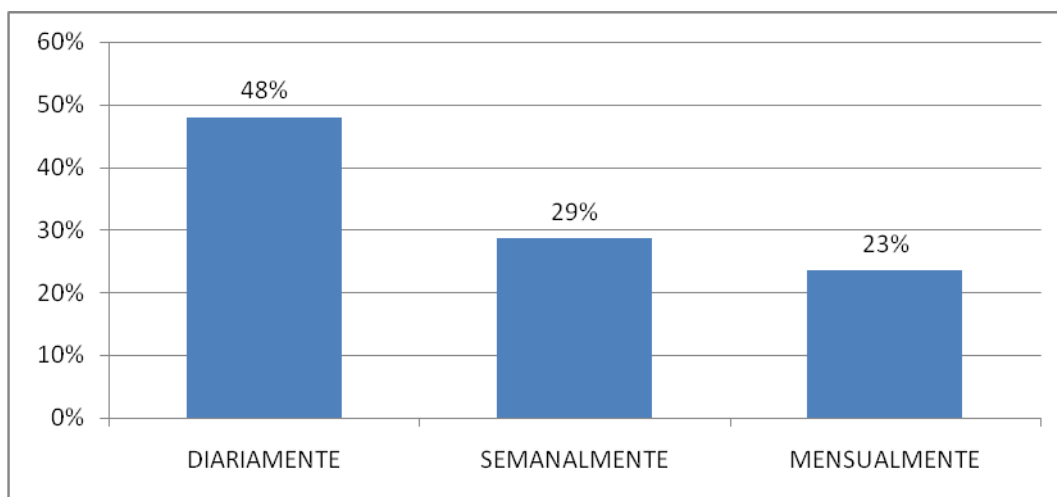
5.- ¿Con qué frecuencia adquiere estos productos?

CUADRO N.- 11: Frecuencia de compra del producto

Ítem	Rango	Frecuencia	%
5	Diariamente	94	48%
	Semanalmente	56	29%
	Mensualmente	46	23%
	TOTAL	196	100%

Fuente: Frecuencia de compra del chocolate
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 15: Frecuencia de compra del producto



Fuente: Frecuencia de compra del chocolate
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

La interrogante fomentara a determinar la frecuencia de consumo de este tipo de productos en las personas tal como se detalla en el grafico N.- 15. Según los datos reflejados la mayor frecuencia con la que consumen estos productos las personas encuestadas es diariamente, así como también existe un porcentaje muy menor que refleja un consume de manera mensual, eso quiere decir que de alguna manera u otra la mayor parte de las personas se delita al menos una vez al mes comiendo un chocolate.

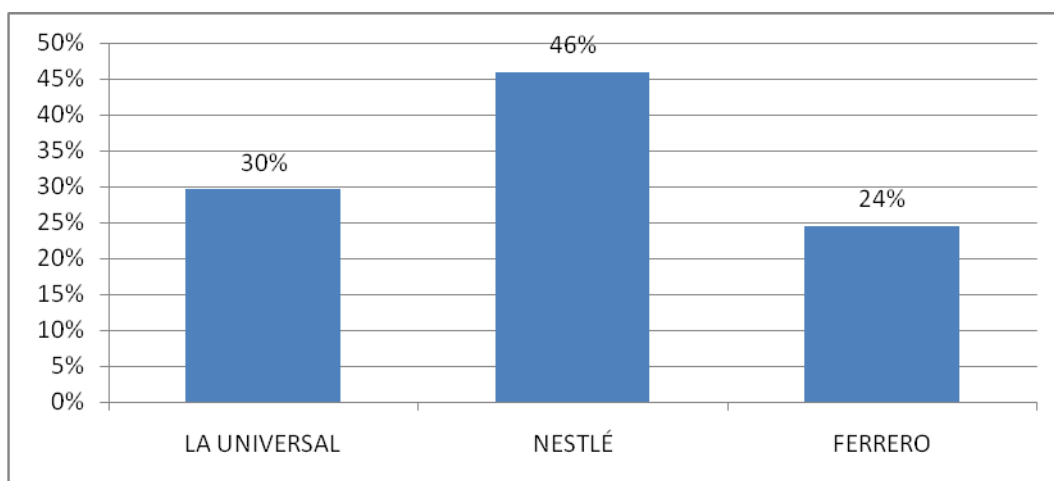
6.- Indique ¿Cuál de estas marcas de productos chocolateros frecuenta consumir más?

CUADRO N.- 12: Productos más consumidos

Ítem	Rango	Frecuencia	%
6	La universal	58	30%
	Nestlé	90	46%
	Ferrero	48	24%
	Total	196	100%

Fuente: Productos más consumidos
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 16: Productos más consumidos



Fuente: Productos más consumidos
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

Esta interrogante ayudara a determinar cuál de las marcas mencionadas esta incrustada en la mente de los consumidores, esto ayudara a determinar factores de la posible competencia tal como se aprecia en el grafico N.-16 Con los datos obtenidos la marca más reconocida entre los consumidores es la de los chocolates Nestlé, con esto se puede identificar a la competencia directa, por lo que se puede analizar sus productos que ofrece y de esta manera mejorarlos mostrando un producto nuevo y mejor al que se encuentra en los mercados, entrando de esa manera al mercado y a la mente de los consumidores.

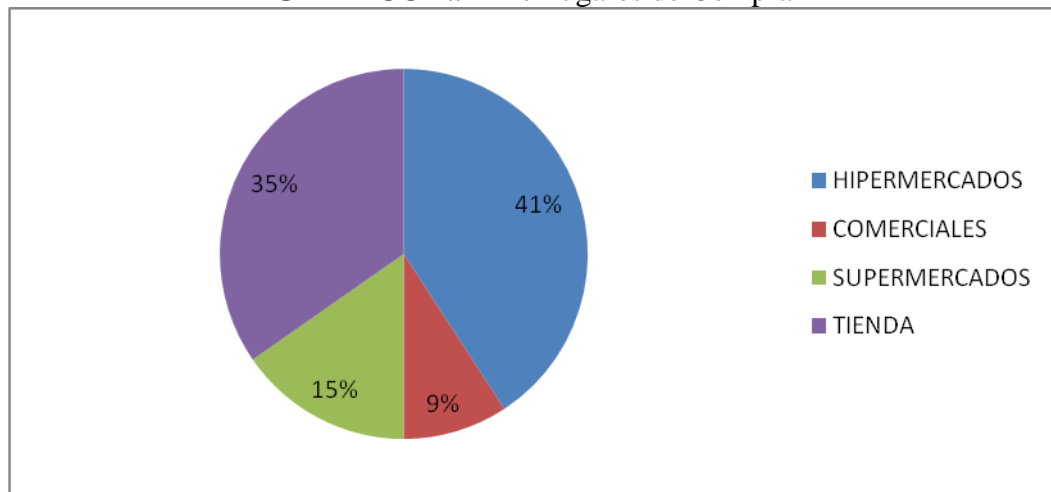
7.- ¿En dónde adquiere principalmente el producto?

CUADRO N.- 13: Lugares de compra

Ítem	Rango	Frecuencia	%
7	Hipermercados	80	41%
	Comerciales	18	9%
	Supermercados	30	15%
	Tienda	68	35%
	Total	196	100%

Fuente: Lugares de compra
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 17: Lugares de Compra



Fuente: Lugares de compra
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

Esta pregunta ayudara a establecer los posibles lugares de donde se puede ubicar diversos puntos de ventas de los productos así como también lugares para la distribución tal como se presenta en el grafico N.-17.

Con estos datos se puede definir que el mejor lugar para la distribución o para ubicar puntos de ventas de este tipo de productos como son bombones de chocolates es en los hipermercados y en las tiendas, son los lugares más seleccionados por encuestados.

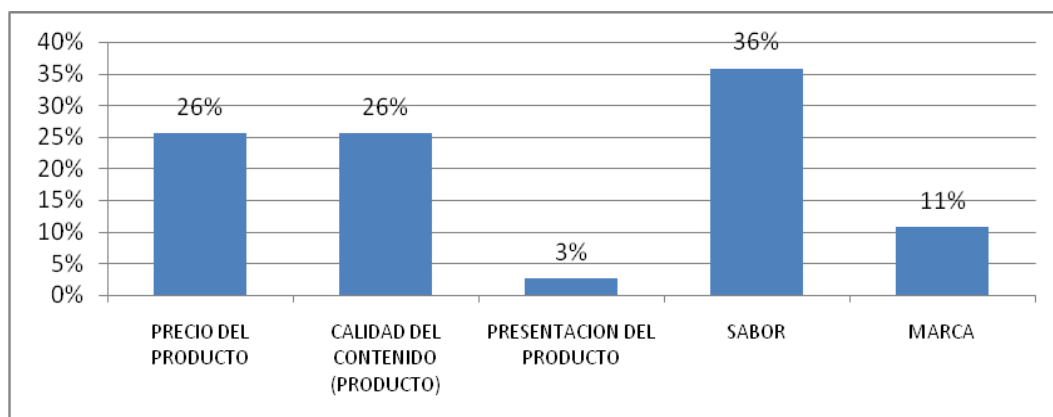
8.- ¿Cuál de las siguientes particularidades de atributos es importante para usted (califique del 1 al 5) ósea de menor a mayor importancia respectivamente?.

CUADRO N.- 14: Particularidades de Atributos

Ítems	Rango	Frecuencia	%
8	Precio del producto	50	26%
	Calidad del contenido (producto)	50	26%
	Presentación del producto	5	3%
	Sabor	70	36%
	Marca	21	11%
	Total		196

Fuente: particularidades y atributos
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 18: Particularidades de atributos



Fuente: particularidades y atributos
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

Como se puede interpretar, la pregunta ayudara a determinar cuál es el factor predominante que exigen o se fijan los consumidores al momento de adquirir productos como son los bombones de chocolates de las marcas que ya están en los mercados así como se demuestra en el grafico N.-18. Con los datos obtenidos se puede definir que las personas consideran importante para adquirir un producto de bombones de chocolates el sabor, el precio y la calidad de dicho producto.

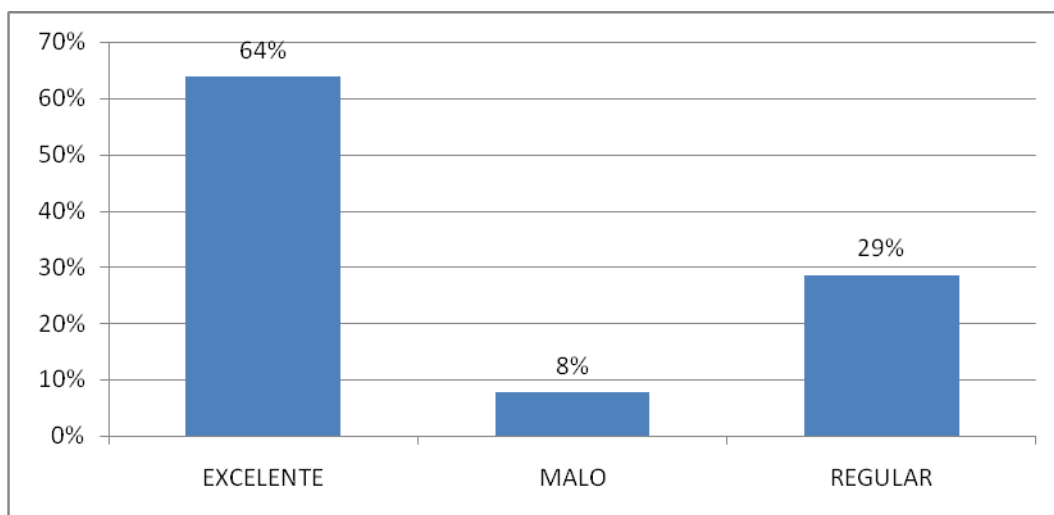
9.- ¿Cómo califica usted el producto?

CUADRO N.- 15: Calificación del producto

Ítems	Rango	Frecuencia	%
9	Excelente	125	64%
	Malo	15	8%
	Regular	56	29%
	TOTAL	196	100%

Fuente: Calificación del producto
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 19: Calificación del producto



Fuente: Calificación del producto
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

La calificación de los productos que las personas encuestadas respondan se podrá obtener información del criterio que dan al producto que consumen (bombones de chocolates) tal como se presenta en el gráfico N.-19. Con estos datos se define de la siguiente manera: que la mayoría de los encuestados les parece excelente los productos que consumen como son los bombones de chocolates de las diversas marcas que se encuentran circulando en el mercado.

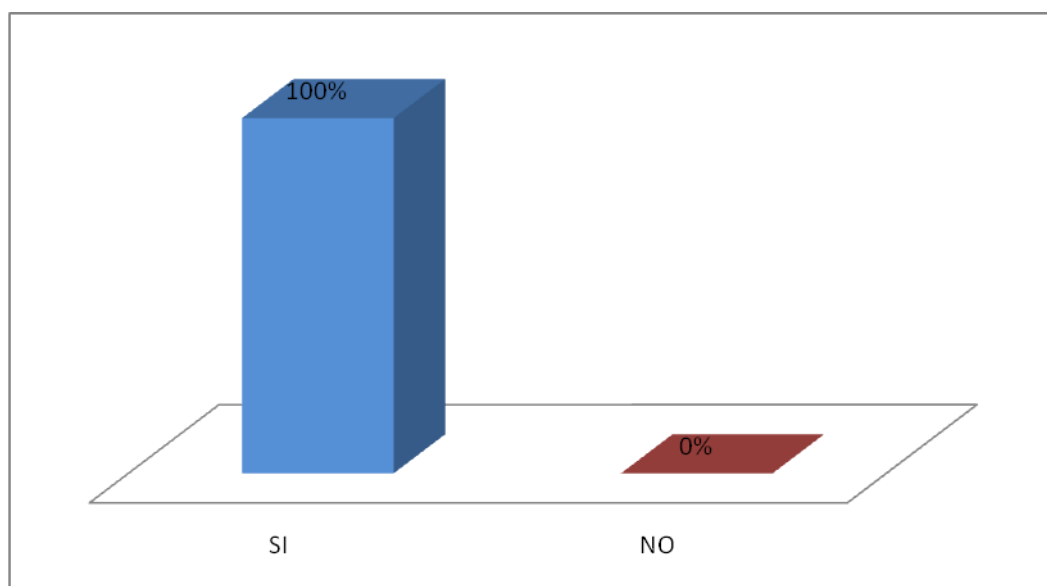
10.- ¿Es fácil adquirir dicho producto?

CUADRO N.- 16: Facilidad de adquirir el producto

Ítems	Rango	Frecuencia	%
10	Si	196	100%
	No	0	0%
	Total	196	100%

Fuente: Facilidad de adquirir el producto
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 20: Facilidad de adquirir el producto



Fuente: Factibilidad de adquirir el producto
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

Esta pregunta pretende adquirir información sobre la facilidad al momento de comprar este tipo de productos como son los bombones de chocolates tal como lo denuesta el grafico N.-20. Estos datos nos dan información de la facilidad que se les hace a las personas encuestadas para realizar la compra de bombones de chocolate.

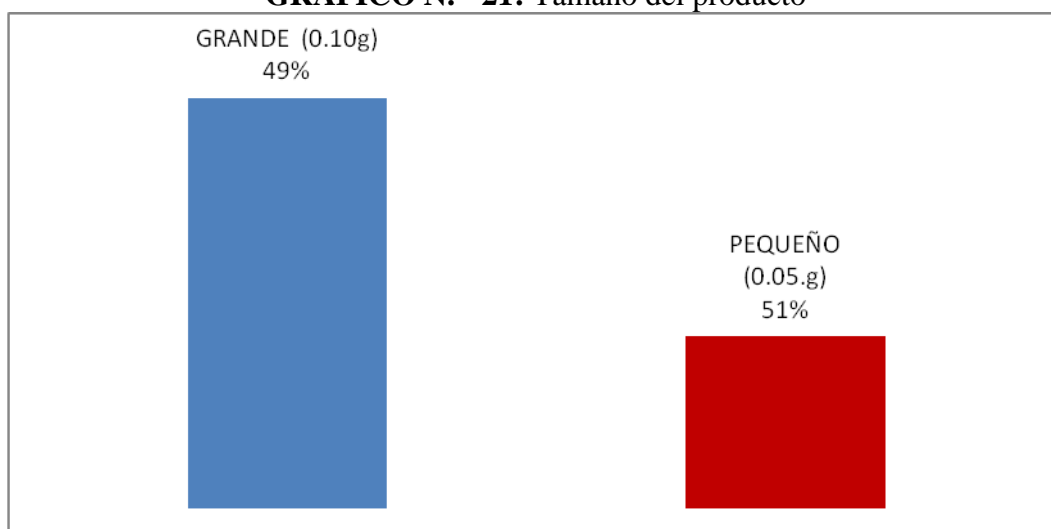
11.- ¿Cómo desearía que fuera el tamaño del producto?

CUADRO N.- 17: Tamaño del producto

Ítem	Rango	Frecuencia	%
11	Pequeño (0.05g)	100	51,0%
	Grande (0.10.G)	96	49,0%
	Total	196	100%

Fuente: Tamaño del producto
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 21: Tamaño del producto



Fuente: Tamaño del producto
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

Esta interrogante se la realiza para determinar cuál es el gusto de los consumidores en cuanto al tamaño del producto que se desea lanzar al mercado así como lo demuestra el gráfico 21. Con estos datos se logra obtener el tamaño del producto de manera individual como lo va a poder disfrutar el consumidor cuando salga al mercado, que por lo cual la mayor producción será en un tamaño de 0.10 gramos, sin dejar a un lado que existe un porcentaje significativo que preferiría los bombones de chocolates en un tamaño más grande de 0.05 gramos.

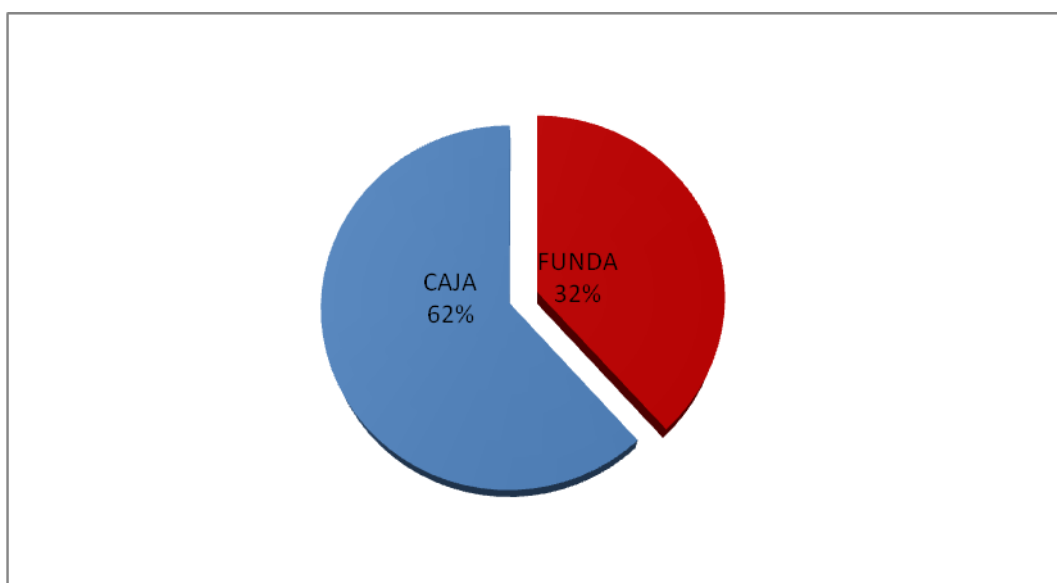
12.- Marque con una X la presentación del producto de su agrado

CUADRO N.- 18: Presentación del producto

Ítems	Rango	Frecuencia	%
12	Caja	121	62%
	Funda	75	38%
	Total	196	100%

Fuente: Presentación del producto
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 22: Presentación del producto



Fuente: Presentación del producto
Elaborado por: Juan Víctor Pozo

Análisis

La presentación del producto es importante, existen personas que se fijan en la presentación del producto, que muchas veces este tipo de productos los adquieren para obsequios o para ocasiones importantes. Los datos manifiestan que la mayoría de las personas en cuestión prefieren que la presentación de los bombones de chocolates sea en prácticas fundas.

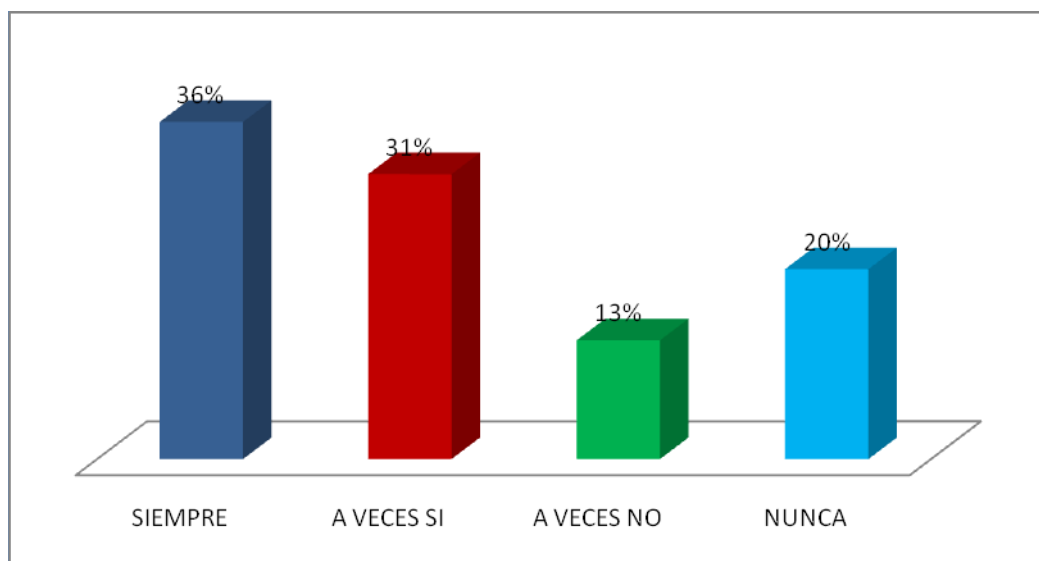
13.- ¿En su familia se consume chocolate?

CUADRO N.- 19: Consumo del chocolate

Ítems	Rango	Frecuencia	%
13	Siempre	71	36%
	A Veces Si	60	31%
	A Veces No	25	13%
	Nunca	40	20%
	Total	196	100%

Fuente: Consumo del chocolate
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 23: Consumo del chocolate



Fuente: Consumo del chocolate
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

Esta pregunta busca obtener información para saber el consumo de chocolate en las familias. Con estos datos está claro que el consumo de chocolate está en cada persona en cada familia, en cada hogar de la provincia de Santa Elena, pero hay que tener en cuenta que existe cierto porcentaje mínimo que manifiesta que nunca consume este tipo de productos.

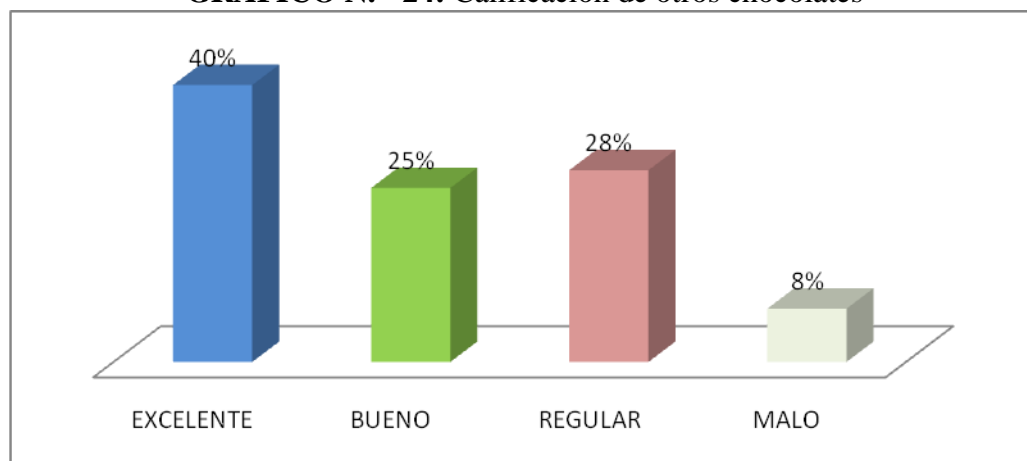
14.- ¿Cómo califica los chocolates producidos fuera de la provincia?

CUADRO N.- 20: Calificación de otros chocolates

Ítem	Rango	Frecuencia	%
14	Excelente	78	40%
	Bueno	49	25%
	Regular	54	28%
	Malo	15	8%
	Total		196

Fuente: Calificación de otros chocolates
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 24: Calificación de otros chocolates



Fuente: Calificación de otros chocolates
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

La opinión de los encuestados sobre los productos que son elaborados fuera de la provincia de Santa Elena, es vital para una empresa que quiere salir al mercado, que de esta manera puede saber cómo el consumidor considera a la competencia.

Los resultados ayudan a definir que las personas en cuestión consideran que los bombones de chocolates que son elaborados fuera de la provincia son excelentes, y otro porcentaje dijo que son regulares, eso quiere decir que el consumidor espera algo más en este tipo de productos.

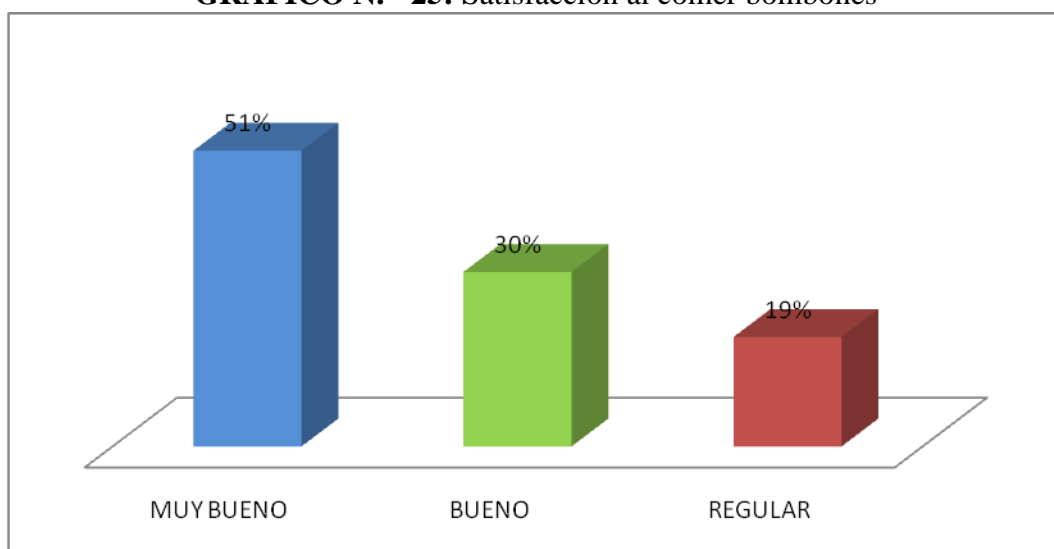
15.- ¿Cuál es la satisfacción cuando consume bombones de chocolate?

CUADRO N.- 21: Satisfacción al comer bombones

Ítems	Rango	Frecuencia	%
15	Muy Bueno	100	51%
	Bueno	59	30%
	Regular	37	19%
	Total	196	100%

Fuente: satisfacción al comer bombones
Elaborado por: Juan Víctor Pozo

GRÁFICO N.- 25: Satisfacción al comer bombones



Fuente: Satisfacción al comer bombones
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

La satisfacción al consumir un bombón de chocolate es muy importante debido a que se sabrá en qué estado se pone el consumidor al probar un producto de este tipo. Con los datos obtenidos se puede definir que la satisfacción de las personas es muy buena, en su gran mayoría las personas eligieron esta opción que al consumir bombones tiene una gran satisfacción así como lo demuestra el gráfico 25.

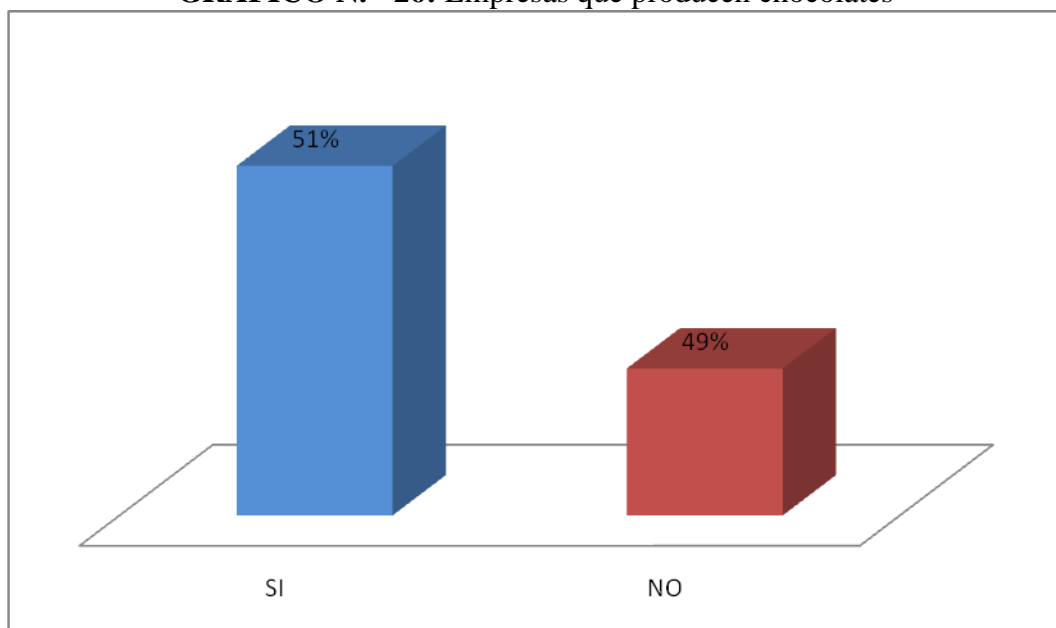
16.- ¿Sabe usted si existen empresas que elaboren bombones de chocolate?

CUADRO N.- 22: Empresas que producen chocolates

Ítems	Rango	Frecuencia	%
16	Si	100	51%
	No	96	49%
	Total	196	100%

Fuente: Empresas que producen chocolates
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 26: Empresas que producen chocolates



Fuente: Empresas que producen chocolates
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

La interrogante se plantea con la intención de saber si las personas conocen sobre la existencia de empresas productoras de bombones de chocolate. Con estos datos se puede determinar que las personas conocen acerca de empresas productoras de bombones de chocolates pero ninguna de ellas se encuentra dentro de la Provincia de Santa Elena.

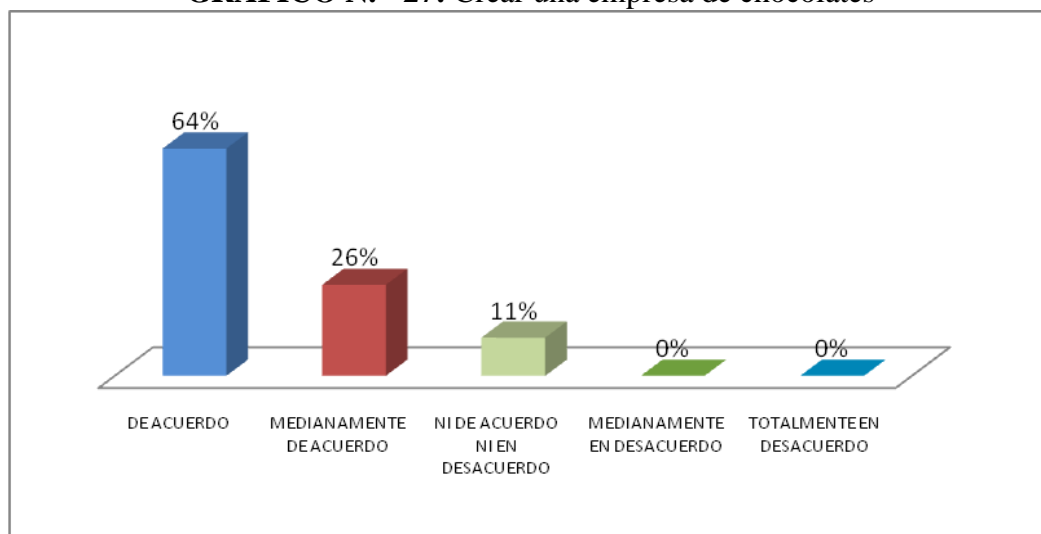
17.- Mediante el enunciado relacionado elija el grado en que las personas están de acuerdo. ¿Las personas encuestadas están de acuerdo con la creación de una Empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate?

CUADRO N.- 23: Crear una empresa de chocolates

Ítems	Rango	Frecuencia	%
17	De acuerdo	125	64%
	Medianamente de acuerdo	50	26%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	11%
	Medianamente en desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	Total		196

Fuente: Crear una empresa de chocolate
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 27: Crear una empresa de chocolates



Fuente: Crear una empresa de chocolate
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

Esta pregunta es una de las claves que dará impulso a la ejecución de un proyecto, es aquí donde se mide la aceptabilidad que puede tener un nuevo producto y la entidad en sí.

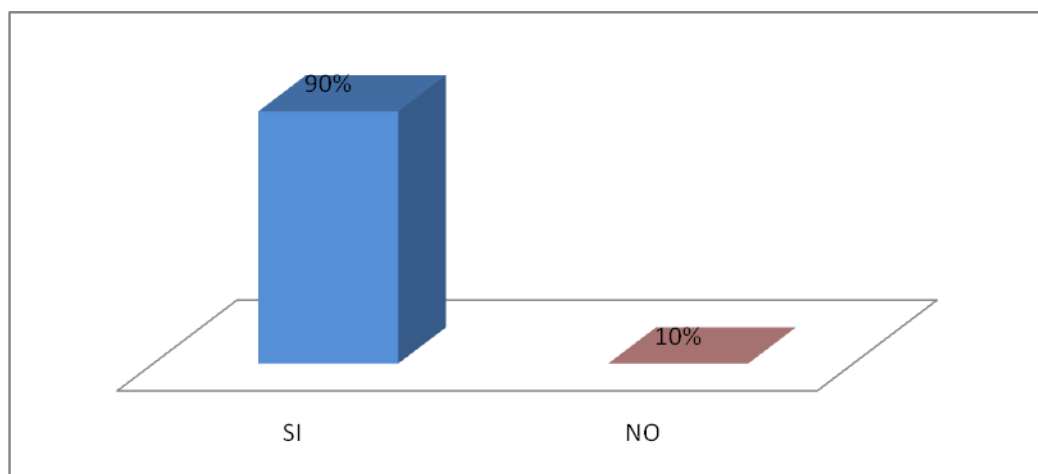
18.- ¿Estaría dispuesto a consumir bombones de chocolate elaborados en la Provincia de Santa Elena?

CUADRO N.- 24: Chocolates elaborados en la provincia

Ítems	Rango	Frecuencia	%
18	Si	196	100%
	No	0	0%
	Total	196	100%

Fuente: Chocolates elaborados en la provincia
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 28: Chocolates elaborados en la provincia



Fuente: Chocolates elaborados en la provincia
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis

La interrogante es de base clave para el estudio, se estaría probando el consumo que tenga el producto final que son los bombones de chocolates elaborados en la Provincia de Santa Elena. Según los datos que se muestran en las tablas y gráficos los productos como son los bombones de chocolates elaborados en la Provincia de Santa Elena tendrán una excelente acogida, el proporcional encuestado está dispuesto a consumirlo.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS DIRIGIDAS A LOS AGRICULTORES DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

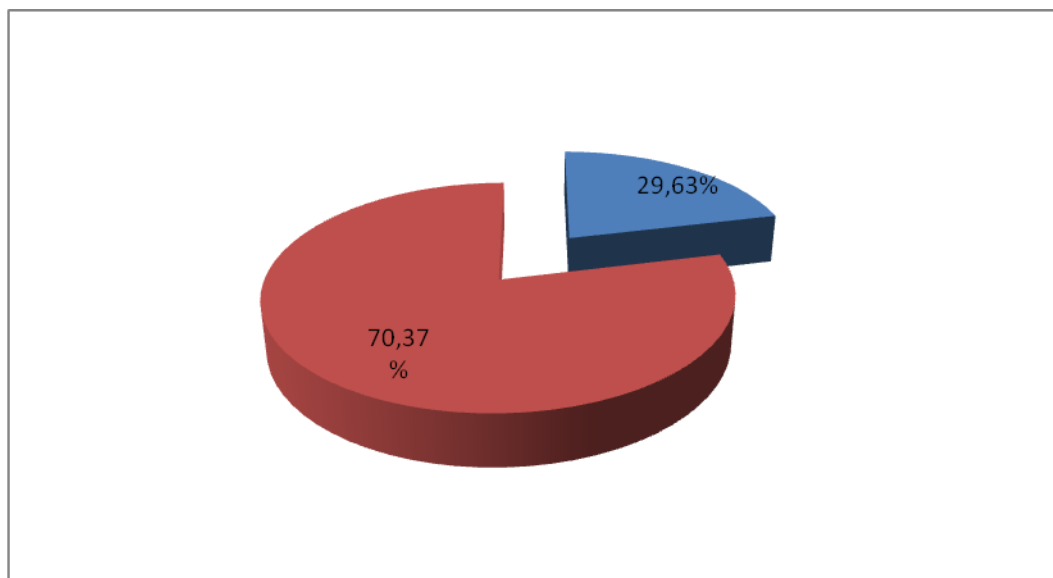
1.- ¿Cómo considera usted la actividad empresarial en la provincia de Santa Elena?

CUADRO N.- 25: Actividad Empresarial

Ítems	Sugerencias y afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
1	Poco desarrollada	8	29,63
	En auge	19	70,37
	Total	27	100,00

Fuente: Actividad Empresarial
Elaborador por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 29: Actividad Empresarial



Fuente: Actividad Empresarial
Elaborador por: Juan Víctor Pozo rivera

Análisis: Los resultados de esta pregunta indican que la mayorparte de los entrevistados afirma que la actividad empresarial de la provincia está en auge, mientras que una parte minoritaria afirma que hay un débil desarrollado.

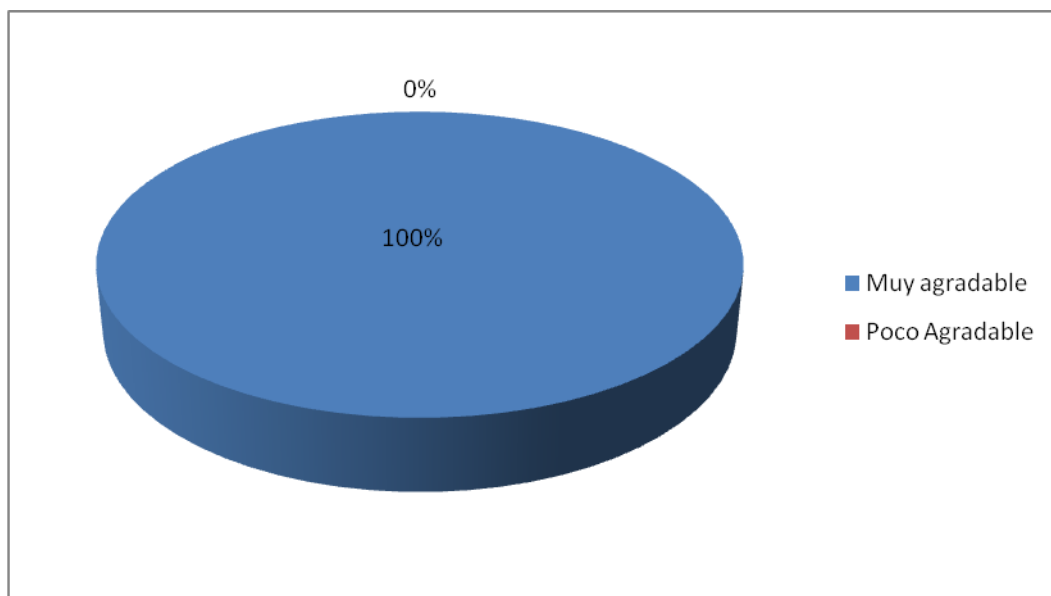
2.- ¿Les agrada la idea de que en la península exista una empresa que elabore y distribuya un producto a base de cacao?

CUADRO N.- 26: Aceptación del modelo de emprendimiento

Ítems	Sugerencias y afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
2	Muy agradable	35	100
	Poco Agradable	0	0
	Total	27	100,00

Fuente: Aceptación del modelo de emprendimiento
Elaborador por: Juan Pozo Rivera

GRÁFICO N.-30Aceptación del modelo de emprendimiento



Fuente: Aceptación del modelo de emprendimiento
Elaborador por: Juan Pozo Rivera

Análisis: Los resultados de esta pregunta indican que la mayoría de los entrevistados les agrada mucho la idea de que en la península exista una empresa dedicada a la elaboración y distribución de productos hechos con cacao.

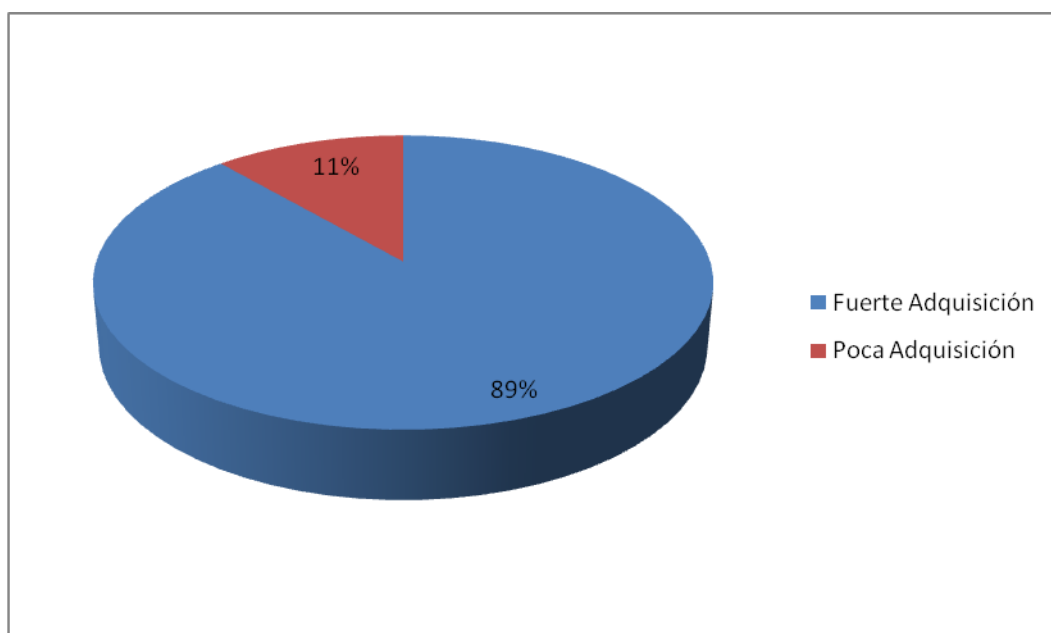
3.- ¿Cómo agricultor cree que ha habido un incremento de empresas relacionadas a la transformación del cacao?

CUADRO N.- 27 Incremento de empresas

Ítems	Sugerencias Y afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
3	Desconocimiento del Tema	10	28,57
	Ningún tipo de Incremento	25	71,43
	Total	35	100,00

Fuente: Incremento de empresas
Elaborador por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 31: Incremento de empresas



Fuente: Incremento de empresas
Elaborador por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis: Los resultados indican que los entrevistados desconocen del tema en mención, mientras que la parte mayoritaria afirma que no ha existido ningún tipo de incremento empresarial tal como demuestra el gráfico N.-31

4.- ¿En la actualidad cree usted que al desarrollarse empresas de transformación del cacao generaría sostenibilidad de este sector agrícola?

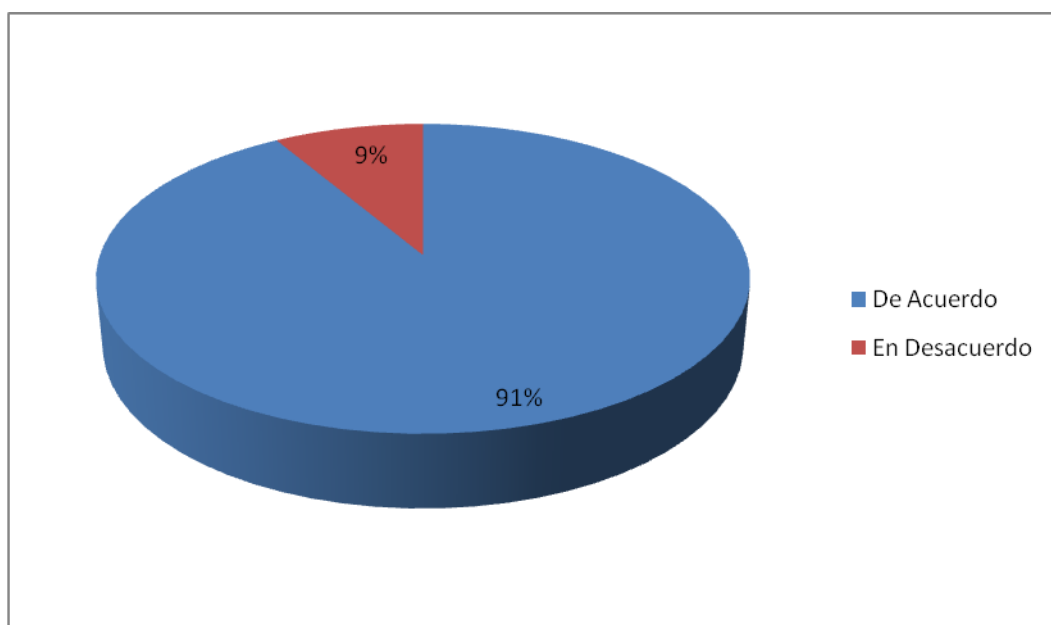
CUADRO N.- 28: Sostenibilidad del Sector Agrícola

Ítems	Sugerencias y afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
4	De Acuerdo	32	91,43
	En Desacuerdo	3	8,57
	Total	35	100,00

Fuente: Sostenibilidad del sector agrícola

Elaborador por: Juan Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 32:Sostenibilidad del Sector Agrícola



Fuente: Sostenibilidad del sector agrícola

Elaborador por: Juan Pozo Rivera

Análisis: Los resultados indican que los entrevistados están de acuerdo en la sostenibilidad del sector agrícola que tal manera que se aprecia los cambios generados por acciones gubernamentales tal como lo demuestra el gráfico N.-32.

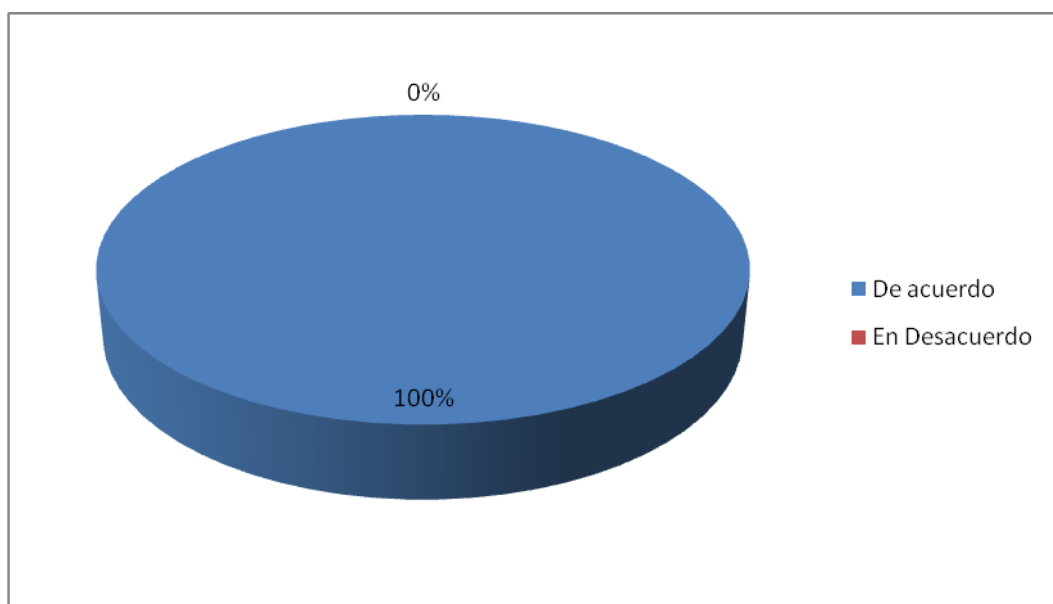
5.- ¿Cree usted que los productos elaborados a base del cacao contienen propiedades nutricionales para el ser humano?

CUADRO N.- 29: Propiedades Nutricionales

Ítems	Sugerencias Y Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
5	De Acuerdo	35	100
	En Desacuerdo	0	0
	total	35	100,00

Fuente: Propiedades nutricionales
Elaborador por: Juan Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 33: Propiedades Nutricionales



Fuente: Propiedades nutricionales
Elaborador por: Juan Pozo Rivera

Análisis: En esta pregunta los resultados indican que la parte mayoritaria de los entrevistados están de acuerdo en cuanto a que el producto en mención sea fuente nutricional.

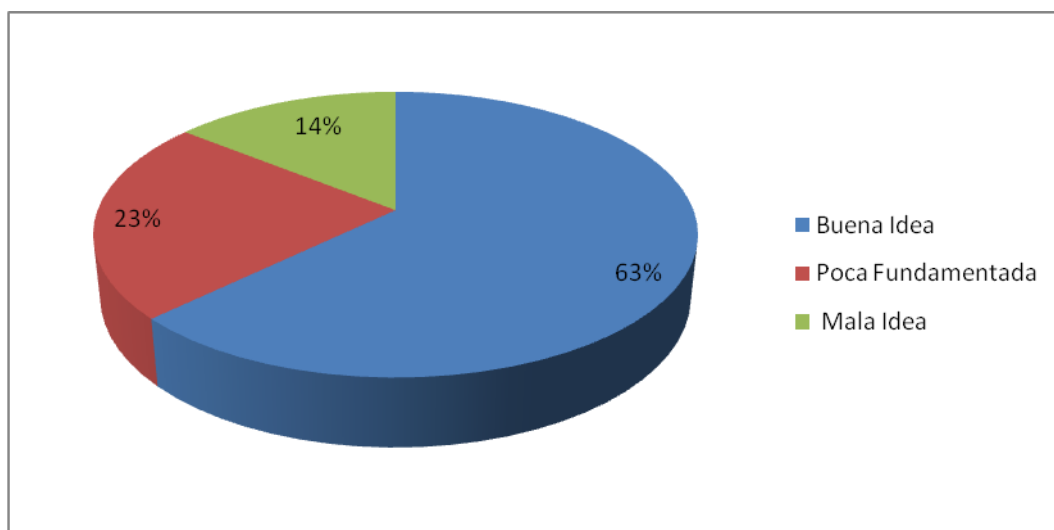
6.- ¿Cómo considera usted la idea de crear una empresa que elabore y distribuya bombón de chocolate en la Provincia de Santa Elena?

CUADRO N.- 30: Creación de empresas

Ítems	Sugerencias Y Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
6	Buena Idea	22	62,86
	Poca Fundamentada	8	22,86
	Mala Idea	5	14,29
	Total	35	100

Fuente: Creación de empresas
Elaborador por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 34: Creación de empresas



Fuentes: Creación de empresas
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis: De acuerdo a las entrevistas realizada a los agricultores afirman que es buena idea la creación de una empresa que elabore bombón de chocolate, existe un porcentaje mínimo que opina que es poco fundamentada, mientras que un rango más superior indica que es mala idea tal como lo demuestra el grafico N.- 34.

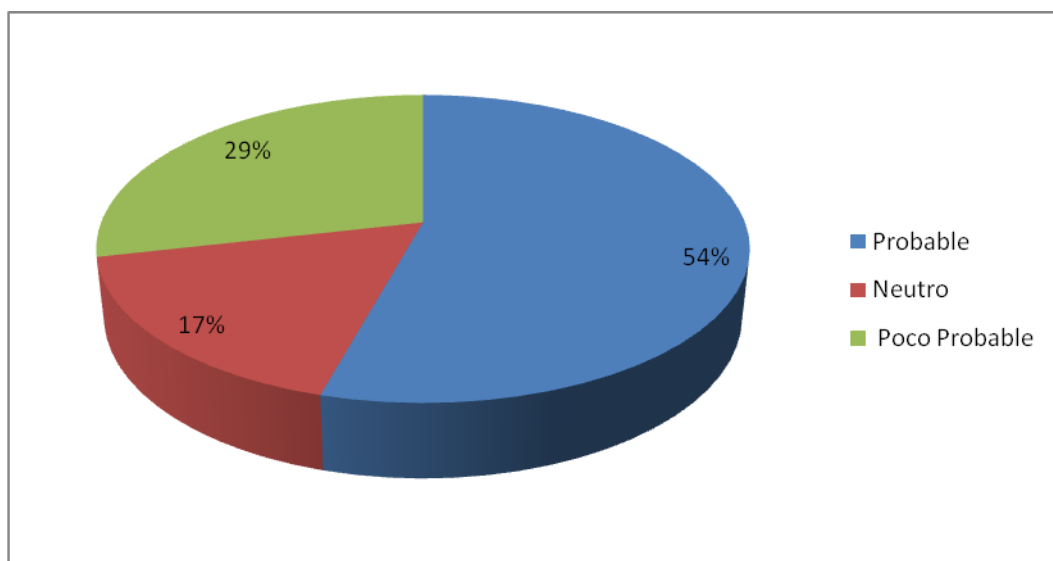
7.- ¿Cree usted que al crear una empresa de Elaboración y Distribución de Bombón de Chocolate mejoraría la Economía de la Provincia de Santa Elena?

CUADRO N.- 31: Mejoramiento de la economía peninsular

Ítems	Sugerencias y Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
7	Probable	19	54,29
	Neutro	6	17,14
	Poco Probable	10	28,57
	total	35	100

Fuente: Mejoramiento de la economía peninsular
Elaborador por: Juan Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 35: Mejoramiento de la Economía Peninsular



Fuente: Mejoramiento de la economía peninsular
Elaborador por: Juan Pozo Rivera

Análisis: Los resultados de esta pregunta indican que los entrevistados afirman que es probable que mejore la economía peninsular, pese a que existe otro grupo que no opina ni a favor ni en contra, mientras que en el último dice que es poco probable que suceda este acontecimiento tal como lo establece el gráfico N.-35.

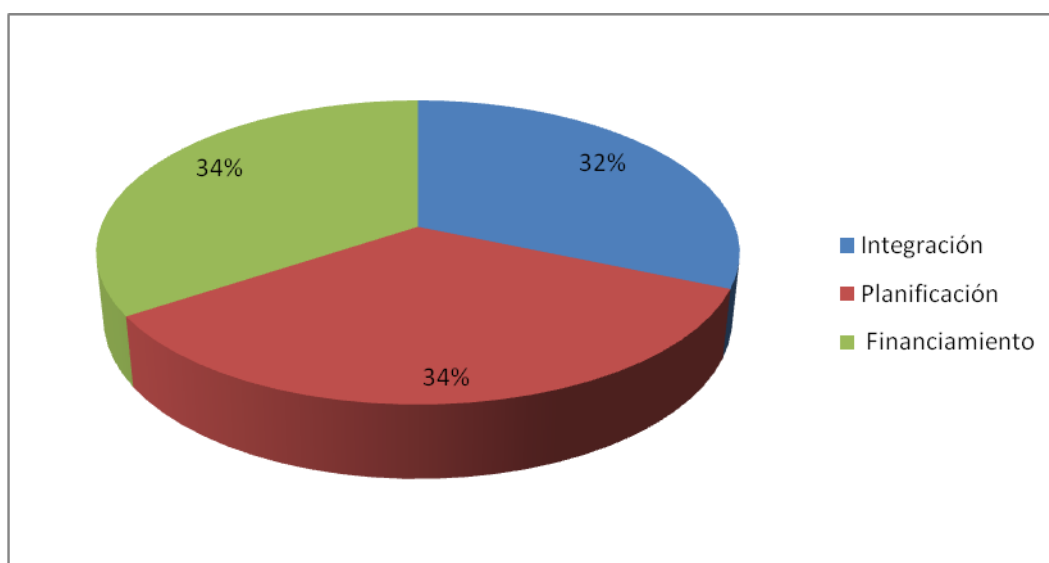
8.- ¿Qué características considera usted que se debería tomar en cuenta en la ejecución de la idea antes planteada?

CUADRO N.- 32: Características de la idea

Ítems	Sugerencias y Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
8	Integración	11	31,43
	Planificación	12	34,29
	Financiamiento	12	34,29
	Total	35	100

Fuente: Características de la idea
Elaborador por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 36: Características de la idea



Fuente: Característica de la idea
Elaborador por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis:

Los resultados de los entrevistados afirman que la integración es fundamental en la ejecución de la idea, restante afirma que el financiamiento es fundamental.

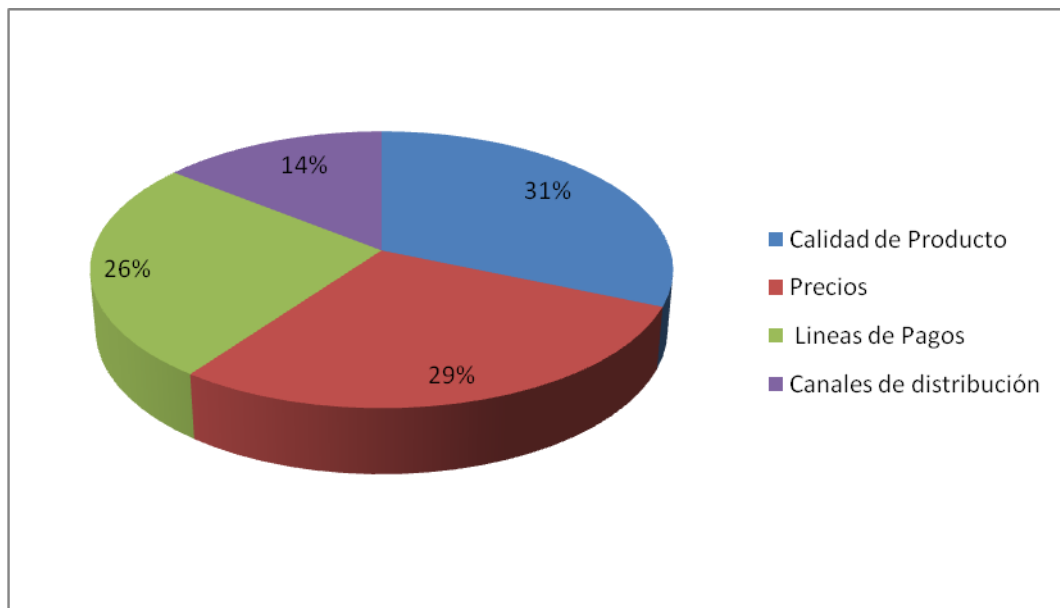
9.- ¿Como proveedores de la empresa a desarrollarse que aspectos considera importante en la negociación de ambos sectores?

CUADRO N.- 33: Aspectos de Negociación

Ítems	Sugerencias Y Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
9	Calidad de Producto	11	31,43
	Precios	10	28,57
	Líneas de Pagos	9	25,71
	Canales de distribución	5	14,29
	Total	35	100

Fuente: Aspectos de negociación
Elaborador por: Juan Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 37: Aspectos de Negociación



Fuente: Aspectos de Negociación
Elaborador por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis:

Los entrevistados afirman que en los aspectos de negociación se refieren a la calidad del producto tal como lo demuestra el grafico N.-37.

10.- ¿cómo considera los niveles de requerimiento de esta materia prima hacia las industrias?

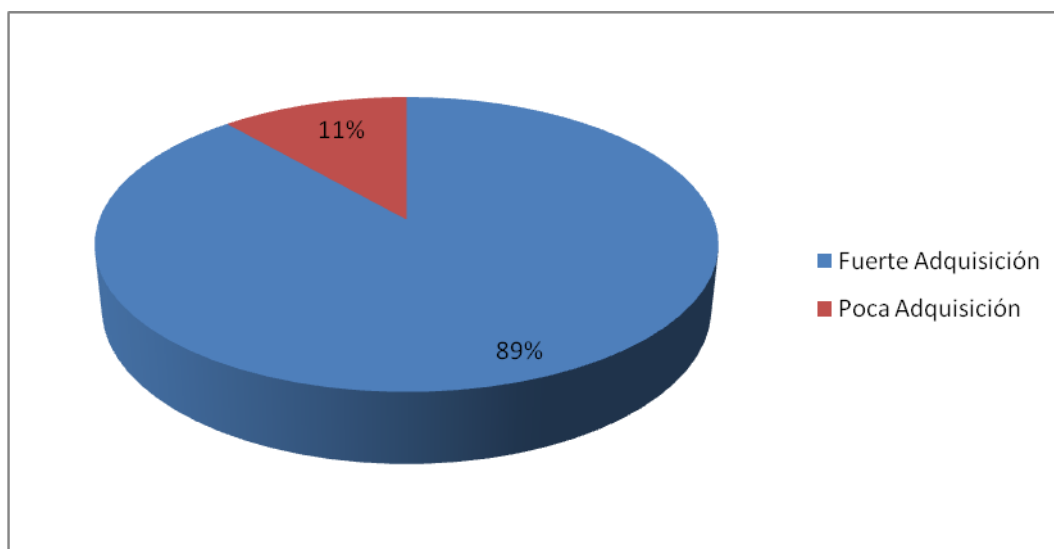
CUADRO N.- 34: Requerimiento de materia prima

Ítems	Sugerencias Y Afirmaciones	Frecuencia	Porcentaje
10	Fuerte Adquisición	31	88,57
	Poca Adquisición	4	11,43
	Total	35	100,00

Fuente: Requerimiento de materia prima

Elaborador por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 38: Requerimiento de materia prima



Fuente: Requerimiento de materia prima

Elaborador por: Juan Pozo Rivera

Análisis:

Los entrevistados afirman que existirá fuerte adquisición de materia prima para la elaboración de los productos, por otra parte opina que existirá poca adquisición.

3.3. CONCLUSIONES

Una vez concluidas las respectivas encuestas y entrevistas a los involucrados en el objeto de estudio, las conclusiones determinadas son las siguientes.

- ✓ La mayoría de personas encuestadas y entrevistadas afirman que es necesaria la creación de este tipo de empresa con un modelo de negocio bien estructurado y no empíricamente.
- ✓ Las actividades del sector empresarial dedicadas a la transformación de la materia prima para consumo, es un factor importante tanto en la economía empresarial como agrícola. De tal manera que es de agrado de los que promueven la materia prima que exista una empresa dedicada a la elaboración de bombones de chocolate.
- ✓ Se está demostrando incrementos de la actividad agrícola pero muy por debajo de los estándares las empresas relacionadas a aquella y que el fortalecimiento empresa-agricultura es uno de los temas primordiales para el incremento de la matriz productiva.

RECOMENDACIONES

- ✓ Se debe generar mayor énfasis en actividades empresariales-agropecuarias con el propósito de incrementar la matriz productiva para nuevos productos o empresas que se dediquen a la transformación del cacao con factores de iniciativa y creatividad.

- ✓ Se debe enfocar los sectores primordiales que son base principal de la matriz productiva de esta manera se promueve la economía.

- ✓ Se debería minimizar los requisitos de solicitudes de créditos así se impulsaría el fortalecimiento de los sectores empresa- agrícola.

CAPÍTULO IV

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE BOMBONES DE CHOCOLATE EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA”.

4.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.1.1. Descripción de la Empresa

La Empresa ``BOMBINA S.A`` se Dedicará a la actividad de elaboración y distribución bombones de chocolate de la provincia de Santa Elena dirigida a los consumidores en general. Otorgando la salvedad de la pérdida de la materia prima en la zona comunal el azúcar de la provincia de Santa Elena de tal manera que para ser énfasis al proyecto a realizar, se ha tomado en consideración preferencias y hábitos. Además se tomará en consideración la factibilidad de producción y distribución.

4.1.2. Responsable / Promotores

La empresa plantea desarrollar esta actividad mediante el registro legal como personería jurídica bajo el régimen de gran contribuyente ``BOMBINA S.A``, y representación legal con el nombre Juan Víctor Pozo Rivera con C.I. 092691468-0 como mayor accionista de la empresa y socios particulares interesados en la inversión del proyecto, la empresa será dirigida por un gerente cuyas acciones son mayoritarias que serán invertidas en la viabilidad de la misma bajo asamblea ordinaria con la intervención de socios particulares cuyas acciones son minoritarias mediante bases legales que comprueben la notoriedad de la inversión.

4.1.3. Actividad Económica

La Empresa se dedicará a la actividad de fabricación y comercio de productos de consumo como la elaboración del bombón de chocolate y entregarlos mediante sus canales de distribución.

4.1.4. Ubicación de la Empresa

La Empresa ``BOMBINA S.A.`` se Establecerá en la ciudadela Cordillera del Cóndor av. 27 entre calles 40 y 41 del cantón La Libertad Provincia de Santa Elena, una zona apartada de la cabecera cantonal y disponible para aquella actividad, la venta se realizará en los comisariatos y tiendas que son los más cercanos a los consumidores generando un mercado más dinámico y competitivo por medio de nuestros respectivos canales de distribución.

GRÁFICO N.- 39: Mapa de La Libertad



Fuente: (viajandox.com, 2014)
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.1.5. Misión

BOMBINA S.A Es una empresa dedicada a la elaboración y distribución de bombones de chocolate, con personal capacitado generando su posicionamiento

en el mercado de tal manera interesada en generar utilidades así como en el enfoque de la economía social convirtiéndose en una empresa modelo para el desarrollo del cantón y la provincia y el país.

4.1.6. Visión

BOMBINA S.A. plantea ser una empresa competitiva en la elaboración, y distribución de Bombones de chocolate satisfaciendo las necesidades del mercado de la provincia de Santa Elena.

4.1.7. Objetivo general

Otorgar bombones de calidad brindar, mediante la utilización de la materia prima (Cacao) y otros insumos que intervienen en la elaboración, personal o mano de obra y maquinaria disponible para la productividad, así como también el manejo indispensables de los del área administrativa.

4.1.7.1 Objetivos específicos

- ✓ Ejecutar eficientemente los procesos de producción, para la elaboración del producto final de calidad.
- ✓ Generar la optimización de los recursos necesarios disponibles minimizando los costos de ventas.
- ✓ Identificar los posibles clientes

4.1.8. Valores institucionales

La Empresa ``BOMBINA S.A`` a través de sus valores busca diferenciar su actividad productiva y comercial. Mediante las respectivas competencias a sus empleados.

- Responsabilidad
- Ética
- Eficacia
- Eficiencia
- Puntualidad

4.1.9. Logo de la empresa

BOMBINA S.A.

4.1.10. Herramienta F.O.D.A.

4.1.10.1. Fortalezas.

- La disponibilidad del terreno para la construcción de la empresa.
- Contar con personal calificado
- Los proveedores de la materia prima
- Producir con las normas de calidad
- Poseer empleados capacitados y con conocimientos de la misión, visión, objetivos y estrategias de la empresa Bombina ``S.A``

4.1.10.2. Oportunidades

- Crecimiento de la demanda del chocolate
- Alianza estratégica con los supermercados, comisariatos y tiendas
- Existencia del cacao fino y aroma catalogado como producto de calidad
- Preferencia por los productos a base de chocolate

4.1.10.3. Debilidades

- Ser reconocida inmediatamente
- Limitados conocimientos en programas publicitarios
- Experiencia de la competencia.

4.1.10.4. Amenazas

- Competencia posesionada
- Saturación del mercado con opción de productos sustitutos
- Inflación

4.1.11. Estrategias competitivas

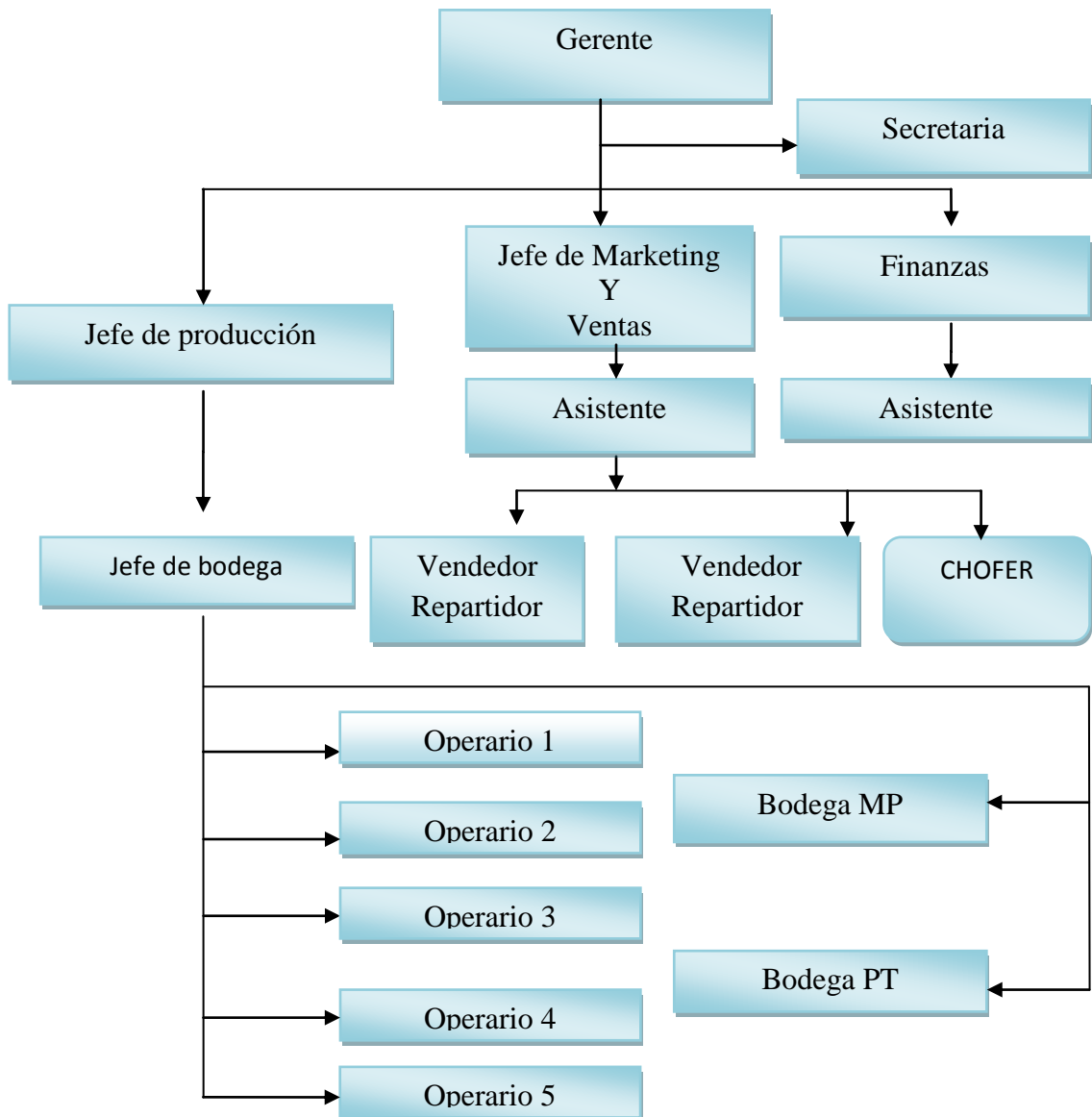
Las principales estrategias será que la empresa brinde los bombones de chocolate garantizando la calidad del producto así mismo dando a conocer los factores alternativos que encaminan hacia la satisfacción de los clientes como calidad, precio y presentación.

- ✓ Se ofertará un producto rico en vitaminas y minerales
- ✓ Se realizará producción de acuerdo a las cantidades externas requeridas por los clientes.

4.1.12. Estructura Organizativa Y Jurídica

La ilustración 1 muestra la estructura organizativa que tendrá la Empresa Bombina S.A cuyas funciones contara con el área de producción, área de financiera, el área de comercialización y distribución, se contara con operarios para manejar el área del proceso productivo, secretarias y vendedores.

ILUSTRACIÓN N.- 1 Organigrama Estructural de la Empresa Bombina S.A.



Fuente: Organigrama Estructural de la Empresa Bombina S.A.
 Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.1.12.1 Competencias y responsabilidades de las áreas

Se contara con el recurso humano netamente peninsular se requerirá a personas que conozcan del procesamiento

Área: GERENTE

Administración

Se encarga de supervisar a ventas, marketing, finanzas y jefe de producción

Funciones

- ✓ Representante de la empresa
- ✓ Administra supervisa y coordina y tomar decisiones
- ✓ Responsable de los aspectos legales
- ✓ Manejo del cumplimiento de las áreas
- ✓ Elaboración de los costos de producción
- ✓ Pagos y salarios

Requisitos mínimos

- ✓ Estudios superiores en Ing. en desarrollo empresarial o carreras a fines
- ✓ Experiencia 2 años en administración o en áreas a fines
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Capaz de generar comunicación y trabajo en equipo
- ✓ Liderazgo
- ✓ Edad 25 a 30 años

Secretaria

Área Administrativa

Recibe y reporta procedimientos diarios en la empresa

Responsable de oficios y requerimientos de la empresa

Requisitos mínimos:

- ✓ Cursando estudios superiores en carrera a fines
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Competencias de trabajo y comunicación
- ✓ Conocimientos en paquetes utilitarios office
- ✓ Edad 20 a 25 años

Asistente de marketing y ventas**Área: Administrativa**

Recibe y reporta procedimientos diarios en la empresa
Responsable de oficios y requerimientos de la empresa

Requisitos mínimos:

- ✓ Cursando Estudios Superiores en carrera a fines
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Competencias de trabajo y comunicación
- ✓ Conocimientos en paquetes utilitarios office
- ✓ Edad 20 a 25 años

Asistente Contable**Área: Administrativa**

Recibe y reporta procedimientos contables de la empresa
Responsable de oficios y requerimientos de la empresa

Requisitos mínimos:

- ✓ Cursando estudios superiores en carrera a fines

- ✓ Tiempo completo
- ✓ Competencias de trabajo y comunicación
- ✓ Conocimientos en paquetes utilitarios office
- ✓ Edad 20 a 25 años

Jefe de producción

Área administrativa

Funciones:

- Conocer las funciones técnicas
- Actualización de archivos de los operarios
- Responsable de la compra de la materia prima
- Reportar la compra de la materia prima a los productores
- Realizar proyecciones de demanda
- Realizar pronósticos de necesidades de producción
- Almacenamiento de bodega

Requisitos mínimos

- ✓ Ingeniero en alimentos, ingeniero industrial
- ✓ Experiencia de 1 ó 2 años
- ✓ Con capacidad de trabajo en equipo
- ✓ Tiempo completo

Jefe de Bodega

Área bodega (materia prima y producto terminado)

Funciones

- ✓ Listado de requerimientos de producción

- ✓ Empaquetado del producto
- ✓ Requisitos mínimos
- ✓ Cursando estudios superiores en ingeniería industrial
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Conocimientos en paquetes utilitarios office
- ✓ Edad 20 a 30años

Operario 1

Funciones:

- ✓ Producto terminado
- ✓ Responsable
- ✓ Controles de calidad de calidad
- ✓ Conocimientos en paquetes utilitarios office
- ✓ Edad: 20 a 30años
- ✓ Responsable de llevar al área de ventas
- ✓ Control del stock producto terminado

Requisitos mínimos

- ✓ Bachillerato experiencias 2 años
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Competencias de trabajo en equipo

Operario 2

Funciones:

- ✓ Despacho al área de comercialización y ventas
- ✓ Responsable

- ✓ Controles de entrega
- ✓ Conocimientos en paquetes utilitarios office
- ✓ Edad 20 a 30años
- ✓ Responsable de llevar al área de ventas

Requisitos mínimos

- ✓ Bachillerato experiencias 2 años
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Competencias de trabajo en equipo

Operario 3

Funciones: Stock de productos

- ✓ Responsable
- ✓ Controles de Stock
- ✓ Conocimientos en paquetes utilitarios office
- ✓ **Edad:** 20 a 30años
- ✓ Responsable y control de productos

Requisitos mínimos

- ✓ Bachillerato experiencias 2 años
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Competencias de trabajo en equipo

Operario 4

Funciones: maquinarias

- ✓ Manejo de maquinaria
- ✓ Responsable
- ✓ Controles de la maquinaria
- ✓ Conocimientos de producción

- ✓ **Edad:** 25 a 30años

Requisitos mínimos

- ✓ Bachillerato experiencias 2 años
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Competencias de trabajo en equipo
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Capacidad de manejo de maquinarias
- ✓ Conocimiento de procesos

Operario 5

Funciones: Manejo de maquinaria

- ✓ Responsable
- ✓ Controles de la maquina
- ✓ Conocimientos en paquetes utilitarios office
- ✓ **Edad** 20 a 30años

Requisitos mínimos

- ✓ Bachillerato experiencias 2 años
- ✓ Tiempo completo
- ✓ Competencias de trabajo en equipo
- ✓ Conocimientos de maquinarias
- ✓ Conocimientos de procesos

Marketing y ventas

Funciones:

- ✓ vendedor chofer y repartidos

- ✓ Responsables del marketing de la empresa
- ✓ Ofrecer a los clientes el producto terminado
- ✓ Realizar el plan de comercialización
- ✓ Realización del Informe de ventas
- ✓ Cumplimiento de las funciones que el gerente asigne

Requisitos mínimos

- ✓ Estudios superiores en ingeniería comercial o desarrollo empresarial
- ✓ Experiencia 1 año
- ✓ Trabajo en equipo y habilidades en distribuciones y ventas
- ✓ Edad 25 a 30 años

Finanzas

Funciones área administrativa

- ✓ Supervisar al personal
- ✓ Responsables de las disposiciones tributarias, municipios patentes.
- ✓ Ejercer las obligaciones de las empresas en IVA y retenciones
- ✓ Realizar estados financieros
- ✓ Control de ingresos y gastos

Requisitos mínimos

- ✓ Contador público autorizado, economista ingeniero o comercial o carreras a fines
- ✓ **Edad** 25 a 30 años

Vendedor

Área de ventas

Funciones

- ✓ Control de ventas y requerimientos de los clientes

- ✓ Captación de prospectos
- ✓ Cobranzas

Requisitos mínimos

- ✓ Bachiller
- ✓ Experiencia 1 año
- ✓ Adaptación del mercado
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Conocimientos de Word Excel e internet
- ✓ Edad de 25 a 35 años

4.2. ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1. Descripción del producto: bombones de chocolate ``bombón mundial``

Este bombón, elaborado a base de Cacao, leche en polvo, azúcar, tendrá las siguientes características: contenido de la caja de bombón de 20 unidades de 15x10 cm ósea 15 cm de largo x 10 de ancho por 6 cm de alto, contenido de la caja de cartón: porciones de 10 gramos cada uno (total 200 gramos)., el cual permitirá el mantenimiento del producto, de los cuales se identificará con una etiqueta detallando: el logotipo, el nombre, slogan, beneficios y descripción, y de la misma.

Los bombones son apetecidos por su contenido nutritivo y exquisito. Prácticamente los bombones contienen fuentes importantes como vitaminas y minerales. Ejerciendo los nuevos requerimientos por la calidad del producto

GRÁFICO N.- 40: Marca del producto final



Fuente: Marca del producto final
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Mediante el estudio de mercado se ha podido determinar la oferta y demanda y se ha establecido el precio del producto con el que se va a destinar al mercado. Mediante aquello se ha estipulado los costos de operación, inversiones, capital, que se mencionan en el desarrollo de este proyecto.

4.2.2. Análisis de la demanda

Para la determinación de la demanda se sustenta mediante las encuestas generadas a los habitantes de la provincia de Santa Elena tomando en consideración la aceptación que se analizó dando como resultado el 64% de aceptación del producto esto quiere decir que 96.000 personas serán nuestros futuros consumidores.

4.2.3. Proyecciones de la demanda

De acuerdo a datos obtenidos de los resultados de las encuestas a los habitantes de la provincia de Santa Elena, en donde se pudo concluir que el 64% está dispuesto a consumir este nuevo producto; según datos y estadísticas del INEC, la tasa de

incremento anual de la población es del 2,53%, dato que se utilizará para las proyecciones de la demanda.

CUADRO N.- 35: Proyección de la demanda.

Incremento anual 2,53
Población 64%

Años	demanda
2015	96.000
2016	9840
2017	103.834
2018	107.987
2019	102.306
2020	116.799

Fuente: proyección de la demanda
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.2.4. Segmentación del mercado

La población económicamente activa comprende alrededor de 37,5% para este segmento de la industria o sea 23.973 que pertenecen a habitantes dedicados a estas actividades. De tal manera que industria está en crecimiento.

El producto estará dirigido a grandes y pequeños por ser un producto apetecido por cualquiera.

4.2.5. Análisis de la Oferta

El propósito que se pretende conseguir es la cantidad ofertada mediante las proyecciones de la demanda es decir 96.000 cajas ofertadas igual a la cantidad de demanda y cubrir las condiciones que el mercado exige como demanda insatisfecha.

4.2.6. Análisis de la competencia actual y potencial

Tiene como finalidad determinar a los competidores de manera directa e indirecta porque aunque el producto sea aceptado los competidores ya están en el mercado de tal manera se analizará las características, la distribución y el posicionamiento de la competencia.

La mayor parte de los competidores están totalmente posicionados, sin embargo para la realización de este proyecto existe grandes oportunidades para la empresa ``BOMBINA S.A que es netamente peninsular.

Participación de la competencia en el mercado.

CUADRO N.- 36: Competencia

Nombre del Producto	Principal ventaja	Competidor Indirecto.
Bombones Surtidos	A nivel mundial la marca es reconocida	Nestlé.
Huevitos	A nivel mundial la marca es reconocida	La Universal
Ferrero Rocher	Sus productos son de calidad así como la presentación	Ferrero

Fuente: Competencia

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera.

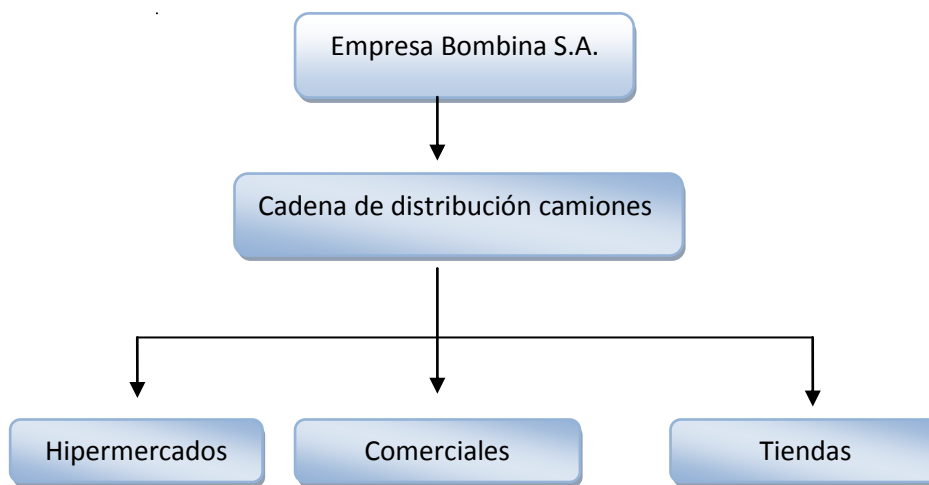
4.2.7. Análisis de precios

La empresa ``BOMBINA S.A`` tomará en cuenta los costos fijos así como también las variables, para poder producir el bombón de chocolate y se determinó el precio de la caja de bombón a \$5,43

4.2.7.1. Estrategia de mercadeo

La Empresa distribuirá su producto a comisariatos, supermercados y tiendas quienes son los que relacionan directamente con los consumidores. Para la distribución del producto se utilizarán canales directos como se detalla a continuación:

GRÁFICO N.- 41: Canales de comercialización



Fuente: Canales de comercialización

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera.

4.2.7.2. Promoción

Mediante las estrategias de promoción, la empresa BOMBINA S.A pretende tener una diferenciación con respecto al competidor, considerando los medios de comunicación radial con la finalidad de que el cliente se sienta atraído por el producto. La misma que entregará hojas volantes y cuñas radiales en toda la Provincia de esta manera muestra la existencia tanto de la empresa como del producto.

Además se dará a conocer por medio de degustaciones totalmente gratuitas a nuestros futuros clientes.

4.2.7.3. Estrategias publicitarias:

- Se realizará promociones dentro de los productos para los consumidores.
- Se otorgará promociones a los comisariatos, hipermercados y tiendas con más del 15% de descuento.
- También se contará vendedores para el lanzamiento del producto.

4.2.8. Determinación de la población objetivo

Considerando que la industria es una de las actividades de la provincia, los Bombones están dirigidos a todos los consumidores en general estableciendo una estimación de 96.000 habitantes aproximadamente como población objetivo.

4.2.9. Proyección de la demanda

La tasa de crecimiento de la demanda del proyecto puesto es del 5% de las proyecciones demandadas.

4.3. ESTUDIO TÉCNICO

4.3.1. Infraestructura de la empresa

Como objeto de estudio el lugar donde se procederá la elaboración de bombones será en la ciudadela cordillera del cóndor del cantón la Libertad provincia de Santa Elena.

- ❖ Área de Administración
- ❖ Área Productiva
- ❖ Área de Bodega
- ❖ Área de ventas

4.3.2. Capacidad instalada

CUADRO N.- 37: Caja De Bombones de Chocolate

	Hora	Mes	Anual
Producción	40	3840	96.000

Fuente: Caja De Bombones de Chocolate
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

CUADRO N.- 38: Pesos en gramos

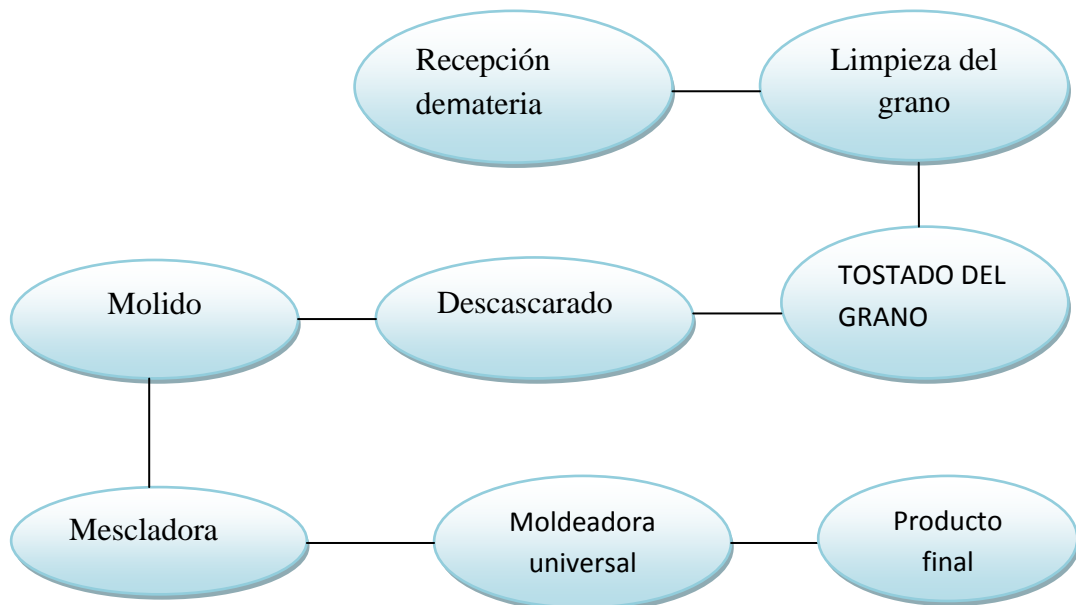
Componentes	Gramos
Cacao (Manteca de Cacao, licor de Cacao)	140 gr
Azúcar	40gr
Leche	20gr
Total	200gr

Fuente: Pesos en gramos
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

La capacidad instalada de la planta es de 40 cajas por cada hora, que la empresa producirá durante 8 hora laborables y una capacidad máxima de producción anual es de 96.000 cajas de bombón de chocolate.

4.3.3. Diagrama de flujo de los procesos

GRÁFICO N.- 42: Diagrama de flujo de procesos



Fuente: Diagrama de flujo de procesos
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

GRÁFICO N.- 43: Materia prima



Fuente: (Materia prima)
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

El proceso del bombón contiene los siguientes pasos:

El primer paso para la elaboración del chocolate es la adquisición o la compra de la materia prima que es el cacao en grano de aroma fino desde la comuna el

azúcar de los cuales se establecen 2250 quintales mensuales que se serán receptadas en la bodega de la materia prima.

4.3.4. Limpieza del grano del cacao

GRÁFICO N.- 44: Máquina limpiadora de granos de cacao



Fuente:(Biomatec, 2012)
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Los granos de cacao se los limpia mediante una maquina limpiadora de cacao y así eliminar las impurezas y materiales muy extraños con una maya que las deja escapar dejando el grano limpio, aproximadamente unas 1000 kg por hora por 15 horas diarias.

4.3.5. Proceso Térmico

GRÁFICO N.- 45: Horno tostador



Fuente: Horno tostador
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Las habas una vez limpias se ubican en un horno tostador de lo cual son sometidos a un tratamiento de temperatura que oscila entre 100 a 140 C a un tiempo máximo de 60 minutos de para poder lograr la consistencia del aroma requerido de 500 kg/hora. Mediante el tostado las habas se parten logrando escapar la manteca existente, luego de la cocción la técnica del molido, de esta manera el siguiente paso es el enfriamiento y la mezcladora que esto se basa en el chocolate puro y la manteca para darle mayor consistencia en la elaboración del bombón de chocolate.

GRÁFICO N.- 46: Descascarado del grano



Fuente: Descascarado del grano
Elaborado: Juan Víctor Pozo Rivera

Después que el grano de cacao ha sido tostado, pasará a una máquina que extrae las cascarillas una vez que este caliente dejando el grano libre para ser molido 1000 kg

4.3.6. Molienda

Grafico N.- 47 Molienda



Fuente: Molienda
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

La pasta de cacao se obtiene después del molido que también a la sustancia se lo conoce como manteca de cacao.

GRÁFICO N.- 48: Leche en polvo



Fuente: Leche en polvo
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Para darle mayor consistencia al chocolate se le agrega pequeños porcentajes de leche comprendidos para la producción de cada bombón en 20gr de azúcar del ingrediente.

GRÁFICO N.- 49: Azúcar



Fuente: Azúcar
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Otro de los ingredientes influyentes es el azúcar que con un 40 gr está destinado para elaborar un bombón de chocolate

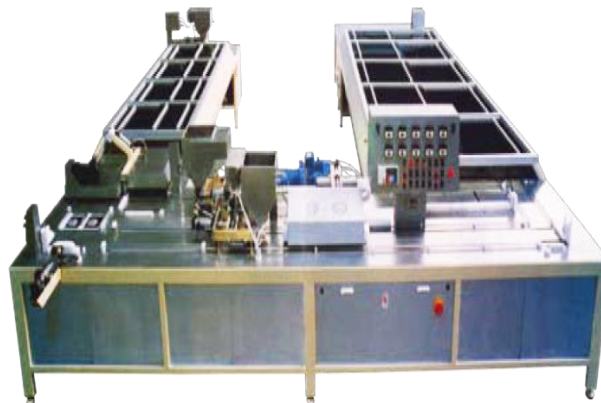
GRÁFICO N.- 50: Maquina mezcladora



Fuente: Maquina mezcladora
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Producto final mezcladora de todos los ingredientes como el licor de cacao, manteca de cacao, azúcar y leche para ser transportados a los moldes respectivos para el producto terminado.

GRÁFICO N.- 51: MOLDEADORA UNIVERSAL



Fuente: Moldeadora universal
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

La capacidad de este equipo está diseñada para una cantidad de 500 kg/hora de bombones sólidos de los cuales se fabrican 40 cajas de bombones por hora y 96.000 anuales.

4.3.7. Recursos de maquinaria, equipos y herramientas.

Los principales recursos que tendrá la empresa serán maquinarias, equipos, herramientas para el buen funcionamiento de la misma.

CUADRO N.- 39: Maquinarias y equipo

Maquinarias	Cantidad	valor unitario	valor total
Máquina limpiadora de grano	1	\$ 5.000	\$5.000
Máquina tostadora	1	\$15.000	\$8.000
Descascarado y turbina	1	\$10.000	\$17.000
Máquina de moliendas	1	\$20.000	\$20.000
Mezcladora	1	\$8.000	\$8.000
Moldeadora universal	1	\$ 30.000	\$45.000
Totales			103.000

Fuente: Maquinarias y equipo
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.3.8. Marco Legal

La Empresa dispondrá más del 65% requerido para inversión y el 35% restante de un financiamiento.

- ✓ Estimaciones de créditos hasta \$300.000 para planes de negocio.

- ✓ Créditos superiores a 300.000 completando los pasos de CFN.

RUC.

Genera una confianza de funcionamiento normal de operaciones con los debidos cumplimientos de impuestos, tal como lo establece el código de tributación.

Requisitos del Registro Único de Contribuyente

- 1.- Estar debidamente inscrito en el registro de la sociedad (documento original)
- 2.- Documento de Escritura de Constitución y Nombramiento del Representante de la Empresa
- 3.- Planilla de Servicio Básico
- 4.- Cedula de Identidad y certificado de votación
- 5.- Carta autorización de la persona a tramitar
- 6.- Documento de Registro (obtención sin costo)

Cuerpo de Bomberos

Documento proporcionado luego de las respectivas inspecciones para prevención de cualquier incendio.

Visita de inspección: técnico asignado

Estar en condiciones

Puerta de escape de la empresa

Permisos Municipales

Permiso otorgado por el municipio del cantón La Libertad

Documentación presentada

RUC

- Cédula del Representante
- Certificado de sufragio del Responsable (original y copia)
- Patente Formulario de Declaración de Solicitud
- Catastro y Rentas (tramites respectivos)
- Servicio Telefónico (Requisitos)
- Cédula de Identidad (original y copia).
- Cédula de Sufragio (original y copia).
- Predio urbano del domicilio (copia).
- Planilla de Servicio Básico.

En caso de ser empresa, RUC del representante legal.

Certificados de Salud

Consulta médica del Representante Legal

Separar Carpeta para consulta

Exámenes legibles médicos.

Certificado odontológico.

Seguridad e higiene en la empresa

La Empresa acondicionará el lugar para evitar cualquier siniestro que se presente: Interesada por la higiene de sus maquinarias y la salud de sus empleados permitirá los medios que sean pertinentes para la respectiva producción y así ofertar un producto de calidad.

Acta Constitutiva

Para su respectiva constitución la empresa elabora el acta determinando la fecha constitución de la empresa, socios partícipes de la empresa, capital acordado,

políticas, normas y reglamentos con su respectivo nombramiento del representante.

4.4. PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO

El estudio económico del proyecto empresarial corresponde a la evolución de indicadores financieros cuya finalidad es determinar la viabilidad del mismo. Los indicadores se visualizarán en los estados financieros así conocer el periodo de tiempo recuperado.

4.4.1. Inversión inicial

Los activos de la empresa simbolizan el capital requerido para la producción de bombones de chocolate. La empresa Bombina S.A estima una inversión de 89.500 para estar en marcha, distribuido en maquinarias, infraestructura Gastos de Ventas, Muebles de Oficina, Vehículo, Gastos de Constitución, Equipos de Oficina, para la Producción de Bombones de Chocolate.

4.4.2. Activos fijos

La empresa contará con un terreno y cuya infraestructura será distribuida para las diferentes áreas como administración, producción y ventas y cada uno de los activos, identificando cada uno de los activos.

Infraestructura

Comprende el tamaño

El terreno y la construcción y adecuación de la planta que tendrá un valor de \$ 336.000 ver cuadro#40.

CUADRO N.- 40: Infraestructura (en miles de dólares)

Inversión en Infraestructura	Cantidad	Cantidad De metros cuadrados	PVP x M2	Valor
Construcción y adecuación de la planta	12	80	\$350.00	\$336,000.00

Fuente: Infraestructura
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Maquinaria.- El monto total de invertir en mano de obra es 96.800tal como lo detalla el cuadro # 41

CUADRO N.- 41Maquinarias (en miles de dólares)

Maquinarias, Equipos y Herramientas	Cantidad	PVP	Valor
Máquina limpiadora de grano	1	\$5.000.00	\$5.000.00
Máquina tostadora	1	\$15.000.00	\$15.000.00
Descascarado y turbina	1	\$10.000.00	\$10.000.00
Máquina de moliendas	1	\$20.000.00	\$20.000.00
Mezcladora	1	\$8.000.00	\$8.000.00
Moldeadora Universal	1	\$30.000.00	\$30.000.00
SUBTOTAL			\$ 88.000.00
Imprevistos 10%			\$8.800
Total Maquinarias, Equipos y Herramientas	6	\$88.000.00	\$96.800.00

Fuente: Maquinarias
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Equipos de computación y seguridad.- A continuación se detalla los valores tanto para comunicación así como los equipos de seguridad.

CUADRO N.- 42: Equipos de computación

Equipos de Comunicación y Seguridad	Cantidad	PVP	Valor
Central de Telefónica Panasonic KXTDA-100	1	\$800.00	\$800.00
Cámaras de Seguridad	1	\$820.00	\$820.00
Radios Portátil Motorola Troncalizada Pro 5350	3	\$120.00	\$360.00
Chalecos protectores para guardias	4	\$150.00	\$600.00
SUBTOTAL			\$2.580.00
Imprevistos 10%	1	\$258,00	\$258.00
Total de Equipos de Comunicación y Seguridad	9	\$1.890.00	\$2.838.00

Fuente: Equipos de computación
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Equipos de Oficina

Los Equipos De Oficina son parte de la inversión de la empresa así como lo detalla el cuadro N.- 43.

CUADRO N.- 43: Equipos de Oficina (en miles de dólares)

Equipos de Oficina	Cantidad	PVP	Valor
Sillón de Gerencia	1	\$245.00	\$245.00
Silla de escritorio	7	\$150.00	\$1.050.00
Archivadores	8	\$240.00	\$1.920.00
archivadores verticales	8	\$450.00	\$3.600.00
Mesas de trabajo	2	\$120.00	\$240.00
Subtotal			\$7.055.00
Imprevistos 10%			\$705.50
Total Muebles y Enseres	26	\$1.205.00	\$7.760.50

Fuente: Equipos de oficina
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Muebles de Oficina

El monto en Muebles de Oficina asciende a \$7.760.50tal como lo demuestra el cuadro N.- 44

CUADRO N.- 44: Muebles de Oficina (en miles de dólares)

Muebles y Enseres	Cantidad	PVP	Valor
Sillón de Gerencia	1	\$245.00	\$245.00
Silla de escritorio	7	\$150.00	\$1.050.00
Archivadores	8	\$240.00	\$1.920.00
archivadores verticales	8	\$450.00	\$3.600.00
Mesas de trabajo	2	\$120.00	\$240.00
SUBTOTAL			\$7.055.00
Imprevistos 10%			\$705.50
Total Muebles y Enseres	26	\$1.205.00	\$7.760.50

Fuente: Muebles de oficina

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.4.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es lo que necesita la empresa de elaboración y distribución de bombones de chocolate para su puesta en marcha de tal manera esta actividad servirá para la reinversión del capital.

El detalle del cálculo se muestra a continuación:

CUADRO N.- 45:Capital de trabajo (en miles dólares)

Elemento	Volumen de las operaciones	Pmm	Valor medio
			masa patrimonial
Proveedores (p)	211.200	30	\$17.600.00
Pasivo circulante (Pc)			\$17.600.00
Materiales (m)	211.200	15	\$8.800.00
Productos en fabricación (f)	347.405	1	\$965.01
Productos terminados (v)	347.405	4	\$3.860.05
Clientes (c)	521.107	15	\$21.712.79
Activo circulante (Ac)			\$35.337.85

Fuente: Capital de trabajo
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Se utilizó el método analítico para el cálculo del capital de trabajo, considerando el tiempo fabricación ventas y aprovisionamiento y de cobro, lo cual permitió establecer el valor real de activos y pasivos. Finalmente se estableció un porcentaje de tesorería del que servirá para cubrir cualquier imprevisto.

4.4.4. Resumen de inversión inicial

La inversión inicial estará conformada por el costo total de activos fijos tanto para el área administrativa como aquellos que forman parte del área de producción.

Mínimo los gastos e incrementos por la generación de empleo nuevo o mejoras salariales; la adquisición de nuevos activos para mejorar la productividad y la tecnología o el desarrollo de producción más limpia”.

CUADRO N.- 46: Resumen e inversión inicial (en miles de dólares)

Sistemas y Equipos de computación	\$28.226
Maquinarias, Equipos y Herramientas	\$96.800
Muebles de Oficina	\$7.761
Equipos de Comunicación	\$2.838
Inversión Infraestructura	\$336.000
Total	\$471.625

Fuente: Resumen e inversión inicial
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Cabe destacar que el gobierno ecuatoriano está política gubernamental es fundamental para ejecutar el proyecto, con los que se cumplirían con los objetivos del plan del buen vivir.

Adicionando cada vez existen programas de financiamiento que demuestran alternativas de inversión.

4.4.5. Financiamiento

La Empresa Bombina S.A. contará con una inversión total de más del 60% autofinanciada y el resto del capital, la aportación de socios y un préstamo bancario

4.4.6. Amortización de la deuda

La deuda será amortizable a 15 años de vida del proyecto, considerando una tasa de interés del 12% anual. El amortizado anual será de USD \$303.975.00, el mismo que en el primer año generará un interés de \$36.742.00 en el segundo año éste disminuirá a \$ 34.045.00y así progresivamente.

El detalle del pago del préstamo bancario se muestra a continuación:

CUADRO N.- 47: Amortización de la Deuda

Préstamo hipotecario				
Periodo	Dividendos	Interés	Amortización de Capital	Saldo Final
				\$303.975
2014	\$56.742	36,477	20.265	\$283.710
2015	\$54.310	34,045	20.265	\$263.445
2016	\$51.878	31,613	20.265	\$243.180
2017	\$49.447	29,182	20.265	\$222.915
2018	\$47.015	26,750	20.265	\$202.650
2019	\$44.583	24,318	20.265	\$182.385
2020	\$42.151	21,886	20.265	\$162.120
2021	\$39.719	19,454	20.265	\$141.855
2022	\$37.288	17,023	20.265	\$121.590
2023	\$34.856	14,591	20.265	\$101.325
2024	\$32.424	12,159	20.265	\$81.060
2025	\$29.992	9,727	20.265	\$60.795
2026	\$27.560	7,295	20.265	\$40.530
2027	\$25.129	4,864	20.265	\$20.265
2028	\$22.697	2,432	20.265	0

Fuente: Amortización de la deuda
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.4.7. Proyección de venta

La empresa bombina S.A. estima entregar sus ventas de acuerdo a una tasa de crecimiento del 5% anual.

CUADRO N.- 48: Proyección de ventas

Ventas cajas de bombones	\$521.107	\$569.049	\$621.401	\$678.570	\$740.999	\$809.170	\$883.614	\$964.907	\$1.053.678
--------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------------

Fuente: Proyección de ventas

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.4.8. Costos Operativos

CUADRO N.- 49: Costos Operativos(en miles de dólares)

COSTO VARIABLES	Año1	año2	año3	año4	año5	año6	año7	año8	año9	año10	año11	año12	año13	año14	año15
MATERIA PRIMA	211,200	230,630	251,848	275,018	300,320	327,950	358,121	391,068	427,046	466,335	509,237	556,087	607,247	663,114	724,121
MANO DE OBRA	88,205	92,615	97,246	102,108	107,213	112,574	118,203	124,113	130,318	136,834	143,676	150,860	158,403	166,323	174,639
CIF	48000	52416	57238.272	62504.193	68254.57878	74534.00003	81391.12803	88879.11181	97055.9901	105985.1412	115735.7742	126383.4654	138010.7442	150707.7327	164572.8441
Gastos Administrativos	35,199	36,959	38,807	40,748	42,785	44,924	47,171	49,529	52,006	54,606	57,336	60,203	63,213	66,374	69,692
Gastos de Ventas	51,609	54,189	56,899	59,744	62,731	65,867	69,161	72,619	76,250	80,062	84,065	88,268	92,682	97,316	102,182
Gastos de Intereses	36,477	34,045	31,613	29,182	26,750	24,318	21,886	19,454	17,023	14,591	12,159	9,727	7,295	4,864	2,432
Depreciación Equipos de computación	8,468	8,468	8,468	16,936	16,936	16,936	25,403	25,403	25,403	33,871	33,871	33,871	42,339	42,339	42,339
Depreciación Equipos de oficina	511	511	511	511	511	1,022	1,022	1,022	1,022	1,022	1,533	1,533	1,533	1,533	1,533
Depreciación Muebles y Enseres	17,424	17,424	17,424	17,424	17,424	34,848	34,848	34,848	34,848	34,848	52,272	52,272	52,272	52,272	52,272
Depreciación Muebles de Oficina	1,397	1,397	1,397	1,397	1,397	2,794	2,794	2,794	2,794	2,794	4,191	4,191	4,191	4,191	4,191
Depreciación Infraestructura	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120	15,120
TOTAL COSTO OPERATIVOS	513,609	543,774	576,571	620,691	659,441	720,886	775,119	824,849	878,885	946,067	1,029,196	1,098,515	1,182,305	1,264,152	1,353,093

Fuente: Costos Operativos

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.4.9. Depreciación

Las (NIC) indican que la determinación de la vida útil de los activos fijos dependerá de la decisión de la empresa, por tal motivo se ha considerado los siguientes porcentajes para el total de activo fijo, mostrando a la vez la depreciación total anual.

CUADRO N.- 50: Depreciaciones (en miles de dólares)

Presupuesto de Depreciación		Total Anual
ACTIVOS FIJOS	2015	35.208.37
	2016	35.208.37
	2017	35.208.37
	2018	25.799.70
	2019	25.799.70
	2020	23.680.00
	2021	23.680.00
	2022	23.680.00
	2023	23.680.00
	2024	23.680.00

Fuente: Depreciaciones
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.4.10. Estado de Resultados Projectados (P y G)

El estado de resultado proyecta los valores futuros de 46.430 en el primer año de inversiones esto quiere la utilidad varía de acuerdo al crecimiento de los precios.

CUADRO N.- 51: Estado de Pérdidas y Ganancia(en miles de dólares)

ESTADO DE RESULTADOS	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	año 11	año 12	año 13	año 14	año 15
VENTAS CAJAS DE BOMBONES	521.107	569.049	621.401	678.570	740.999	809.170	883.614	964.907	1.053.678	1.150.616	1.256.473	1.372.069	1.498.299	1.636.142	1.786.668
IVA	62.533	68.286	74.568	81.428	88.920	97.100	106.034	115.789	126.441	138.074	150.777	164.648	179.796	196.337	214.400
TOTAL INGRESOS	583.640	637.335	695.969	759.999	829.918	906.271	989.648	1.080.695	1.180.119	1.288.690	1.407.250	1.536.717	1.678.095	1.832.480	2.001.068
COSTO VARIABLES															
MATERIA PRIMA	211.200	230.630	251.848	275.018	300.320	327.950	358.121	391.068	427.046	466.335	509.237	556.087	607.247	663.114	724.121
MANO DE OBRA	88.205	92.615	97.246	102.108	107.213	112.574	118.203	124.113	130.318	136.834	143.676	150.860	158.403	166.323	174.639
CIF	48.000	52.416	57.238.272	62.504.193	68254.578.78	74534.00003	81391.12803	88879.11181	97055.9901	105985.1412	115735.7742	126383.4654	138010.7442	150707.7327	164572.8441
Gastos Administrativos	35.199	36.959	38.807	40.748	42.785	44.924	47.171	49.529	52.006	54.606	57.336	60.203	63.213	66.374	69.692
Gastos de Ventas	51.609	54.189	56.899	59.744	62.731	65.867	69.161	72.619	76.250	80.062	84.065	88.268	92.682	97.316	102.182
Gastos de Intereses	36.477	34.045	31.613	29.182	26.750	24.318	21.886	19.454	17.023	14.591	12.159	9.727	7.295	4.864	2.432
Depreciación Equipos de computación	8.468	8.468	8.468	16.936	16.936	16.936	25.403	25.403	25.403	33.871	33.871	33.871	42.339	42.339	42.339
Depreciación Equipos de oficina	511	511	511	511	511	1.022	1.022	1.022	1.022	1.022	1,533	1.533	1.533	1.533	1.533
Depreciación Muebles y Enseres	17.424	17.424	17.424	17.424	17.424	34.848	34.848	34.848	34.848	34.848	52,272	52.272	52.272	52.272	52.272
Depreciación Muebles de Oficina	1.397	1.397	1.397	1.397	1.397	2.794	2.794	2.794	2.794	2.794	4,191	4,191	4.191	4.191	4.191
Depreciación Infraestructura	15.120	15.120	15.120	15.120	15.120	15.120	15.120	15.120	15.120	15.120	15,120	15,120	15.120	15,120	15,120
TOTAL COSTO OPERATIVOS	513.609	543.774	576.571	620.691	659.441	720.886	775.119	824.849	878.885	946.067	1.029.196	1.098.515	1.182.305	1,264,152	1,353,093
UTILIDAD OPERATIVA	70.031	93.560	119.398	139.308	170.478	185.385	214.529	255.847	301.234	342.623	378,054	438,202	495,790	568,327	647,975
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	10.505	14.034	17.910	20.896	25.572	27.808	32.179	38.377	45.185	51.393	56,708	65,730	74,368	85,249	97,196
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	59.526	79.526	101.489	118.412	144.906	157.577	182.350	217.470	256.049	291.230	321,346	372,471	421,421	483,078	550,779
22% IMPUESTO RENTA	13.096	17.496	22.327	26.051	31.879	34.667	40.117	47.843	56.331	64.071	70,696	81,944	92,713	106,277	121,171
UTILIDAD NETA	46.430	62.030	79.161	92.361	113.027	122.910	142.233	169.626	199.718	227.159	250,650	290,528	328,708	376.801	429.608

Fuente: Estado de pérdidas y ganancia
Elaborado por: Juan Víctor Pozo

4.4.11. Flujo del Efectivo

CUADRO N.- 52: Flujo del Efectivo(en miles de dólares)

FLUJO DE EFECTIVO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	año 15
INGRESOS NETOS		583,640	637,335	695,969	759,999	829,918	906,271	989,648	1,080,695	1,180,119	1,288,690	1,407,250	1,536,717	1,678,095	1,832,480	2,001,068
COSTOS OPERATIVO		470,690	500,855	533,652	569,303	608,054	650,167	695,932	745,662	799,698	858,413	922,209	991,529	1,066,851	1,148,698	1,237,638
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		10,505	14,034	17,910	20,896	25,572	27,808	32,179	38,377	45,185	51,393	56,708	65,730	74,368	85,249	97,196
PAGO DE PRESTAMO		20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265	20,265
PAGO DE IMPUESTO		13,096	17,496	22,327	26,051	31,879	34,667	40,117	47,843	56,331	64,071	70,696	81,944	92,713	106,277	121,171
CASH FLOW		69,085	84,685	101,816	123,484	144,149	173,364	201,155	228,548	258,640	294,549	337,371	377,249	423,898	471,990	524,797
CASH FREE																
Inversión Equipos de computación	-28,226	0	0	-28,226	0	0	-28,226	0	0	-28,226	0	0	-28,226	0	0	0
Inversión Equipos de Comunicación	-2,838	0	0	0	0	-2,838	0	0	0	0	-2,838	0	0	0	0	0
Inversión Maquinarias, Equipos y Herramientas	-96,800	0	0	0	0	-96,800	0	0	0	0	-96,800	0	0	0	0	0
Inversión Muebles y Enseres	-7,761	0	0	0	0	-7,761	0	0	0	0	-7,761	0	0	0	0	0
Inversión Terrenos	-15,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Infraestructura	-336,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Capital de Trabajo	-20,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperación Equipos de computación		0	0	2,823	0	0	2,823	0	0	2,823	0	0	2,823	0	0	2,823
Recuperación Equipos de oficina		0	0	0	0	284	0	0	0	0	284	0	0	0	0	284
Recuperación Maquinarias y herramientas		0	0	0	0	9,680	0	0	0	0	9,680	0	0	0	0	9,680
Recuperación Muebles de Oficina		0	0	0	0	776	0	0	0	0	776	0	0	0	0	776
Recuperación Capital de Trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20,000
FLUJO DE INVERSIÓN	506,625	69,085	84,685	76,412	123,484	47,490	147,961	201,155	228,548	233,237	197,890	337,371	351,846	423,898	471,990	558,359

Fuente: flujo del efectivo

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

Análisis de Flujo

Según las Normas de Contabilidad (NIC), los Estados de Resultado de una empresa demostrarán las partidas presupuestarias.

Determinando lo expuesto y tomando en consideración los gastos administrativos, costos de la materia prima, gastos de ventas, también se calcula el 15% de participación a los trabajadores y el impuesto a renta que es el 22%.

El estado de flujo de efectivo nos permite evaluar y conocer si es necesario realizar cambios significativos en los activos que es parte de la estructura financiera. Además la información obtenida en estos flujos es útil para la evaluación y la toma de decisiones de la capacidad de la empresa.

4.4.12. Balance General Proyectado

CUADRO N.- 53: Balance General(en miles de dólares)

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ACTIVOS		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
EFFECTIVO	20,000	89,085	173,770	275,585	399,069	543,218	716,582	917,737	1,146,285	1,404,925	1,699,474	2,036,845	2,414,094	2,837,992	3,309,982	3,834,779
ACTIVOS FIJOS																
Equipos de computación	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226	28,226
DEP.EQUIPO COMPUTO		8,468	16,936	25,403	42,339	59,275	76,210	101,614	127,017	152,420	186,292	220,163	254,034	296,373	338,712	381,051
Inversión Terreno	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
Equipos de oficina	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838	2,838
DEP.EQUIPO OFICINA		511	1,022	1,533	2,043	2,554	3,576	4,598	5,619	6,641	7,663	9,195	10,728	12,260	13,793	15,325
Muebles y Enseres	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800	96,800
DEP.MUEBLES Y ENSERES		17,424	34,848	52,272	69,696	87,120	121,968	156,816	191,664	226,512	261,360	313,632	365,904	418,176	470,448	522,720
Muebles de Oficina	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761	7,761
DEP.MUEBLES DE OFICINA		1,397	2,794	4,191	5,588	6,984	9,778	12,572	15,366	18,160	20,953	25,144	29,335	33,525	37,716	41,907
Infraestructura	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000	336,000
DEP. INFRAESTRUCTURA		15,120	30,240	45,360	60,480	75,600	90,720	105,840	120,960	136,080	151,200	166,320	181,440	196,560	211,680	226,800
TOTAL ACTIVOS	506,625	532,790	574,555	633,451	705,547	798,309	900,954	1,022,922	1,172,283	1,351,736	1,558,631	1,789,015	2,059,278	2,367,722	2,724,258	3,133,600
PASIVOS																
PRÉSTAMO BANCARIO	303,975	283,710	263,445	243,180	222,915	202,650	182,385	162,120	141,855	121,590	101,325	81,060	60,795	40,530	20,265	0
PATRIMONIO																
CAPITAL SOCIAL	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650	202,650
UTILIDAD DEL EJERCICIO		46,430	108,461	187,622	279,983	393,009	515,920	658,152	827,779	1,027,497	1,254,656	1,505,306	1,795,833	2,124,542	2,501,343	2,930,950
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	506,625	532,790	574,555	633,451	705,547	798,309	900,954	1,022,922	1,172,283	1,351,736	1,558,631	1,789,015	2,059,278	2,367,722	2,724,258	3,133,600
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Balance General
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

El Balance General nos sirve porque nos demostró las inversiones y cuantas adquisiciones de activos vamos a necesitar, el préstamo está dirigido a 15 años plazo amortizando el interés generado por el financiamiento.

Los resultados proporcionados nos determinarán los indicadores financieros que tienen relación con la expectativa de los inversionistas. De tal manera que nos demuestra un valor de 201,155.00 en el año que recuperamos la inversión.

4.4.13. Valor Actual Neto (VAN)

VAN	\$ 671.495.20
TIR	25%

El valor actual neto (VAN), es una manera de medir los beneficios o las pérdidas generadas en los flujos. Por ende el valor presente cambia con el pasar del tiempo bombina de acuerdo a los resultados obtenidos en los estados de pérdidas y ganancias, flujos de efectivo y flujos de caja libre.

4.4.14. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno - TIR que también es conocida por los valores actuales llegando valor a o como tasa de rentabilidad. Pues permite conocer la parte porcentual de la empresa en el caso de la empresa Bombina S.A. es de 25%

4.4.15. Periodo de Recuperación de la Inversión del Proyecto

Como se ha tomado en consideración los flujos se pretende recuperar la inversión en 6 años, considerando los flujos de caja anuales, y la recuperación de la inversión decir, que dicho valor queda después de recuperada la totalidad de la inversión inicial en ese año.

CUADRO N.- 54: Recuperación de la inversión

año	flujo de caja anual	Recuperación De La Inversión
0		\$ -506.625
1	\$69.085	\$69.085
2	\$84.685	\$84.685
3	\$101.816	\$76.412
4	\$123.484	\$123.484
5	\$144.149	\$47.490
6	\$173.364	\$147.961
7	\$201.155	\$201.155
8	\$228.548	\$228.548
9	\$258.640	\$233.237
10	\$294.549	\$197.890
11	\$337.371	\$337.371
12	\$377.249	\$351.846
13	\$423.898	\$423.898
14	\$471.990	\$471.990
15	\$524.797	\$558.359

Fuente: Recuperación de la inversión
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

El periodo de recuperación es de 6 años o sea 147.961 con un costo de producción de \$3,62 por cada caja se estima que está proyectado a 15 años.

4.4.16. Punto de Equilibrio

Para el punto del equilibrio se consideró los costos fijos anuales y la contribución marginal es decir USD \$498.613.78 en total de ventas programadas o productos a ofertar, por lo cual se detalla lo siguiente: a un precio de \$5.43 en la producción de una caja de bombones de chocolate a un costo de producción de \$3.62 y una contribución marginal de \$1.81.

El correspondiente proceso de método empleado se muestra a continuación:

CUADRO N.- 55: PUNTO DE EQUILIBRIO

	BOMBOM DE CHOCOLATE CAJA DE 20 UNIDADES
Precio de venta	5.43
Costo de producción	3.62
Materia prima caja 20 unid.	2.20
Mod	0.92
Cif	0.50
Contribución marginal	1.81
Costos fijos	166,204.594
Punto de equilibrio	91,856
Ventas \$	498,613.78

Fuente: punto de equilibrio

Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.4.17. Escenario Optimista, Probable y Pesimista

Se Muestra los escenarios considerando como factores que inciden en la evaluación del proyecto la tasa de crecimiento de la demanda, el costo de capital, la inflación y el precio del producto estrella.

Escenarios optimistas

En los escenarios planteados de manera optimista podemos apreciar que mientras nuestra demanda sea de 97.000 personas el precio del producto estará a 6 dólares y valor actual neto de \$583.705.21 con una tasa de retorno del 53% en 6 años de tal manera que está dentro de los parámetros requeridos para la viabilidad del proyecto.

Escenario pesimista

En el escenario pesimista podemos encontrar un precio de bombón en \$4,50 con una demanda de 95000 personas, y valor actual de 104.114.49 y una tasa de retorno del 22% en 2 años.

Escenario probable

Mediante los resultados obtenidos se ha comprobado que en este escenario demuestra a lo que se asemeja el precio del bombón es 5,43. A una población de 96.000 personas con una tasa de retorno del 25% a 2 años en recuperar la inversión con un valor actual neto de \$ 671.495.20.

CUADRO N.- 56: Escenario optimista, pesimista y probable

ESCENARIOS DE SENSIBILIDAD			
Indicadores	Escenarios		
	OPTIMISTA	PESIMISTA	PROBABLE
Precio	6	4.5	5.43
Demanda	\$97000	\$95000	\$96000
Resultado			
Precio			
Van	\$583705.21	\$104114.49	\$671495.2
Tir	53%	22%	25%
Pri	2 AÑOS	2 AÑOS	6 AÑOS
Demanda			
Van	\$583705.21	\$104114.49	\$96.000
Tir	0.53	0.22	25%
Pri	2 AÑOS	2 AÑOS	6 AÑOS

Fuente: Escenarios de sensibilidad
Elaborado por: Juan Víctor Pozo Rivera

4.4.18. Indicadores Financieros

Margen de Utilidad Bruta

La empresa BOMBINA S.A. en sus estados financieros demuestra que aumentará sus ventas considerando una tasa de crecimiento anual del 5%, por lo cual en el sexto año se obtendrá una utilidad bruta de 515.920, por tanto representa el beneficio de la actividad empresarial.

Nivel de Endeudamiento

La empresa tendrá un nivel de endeudamiento muy bajo correspondiente a \$303.970,00 que serán cancelados en un plazo de 15 años a una tasa de interés del 12% anual.

Recuperación de la Inversión

Permite recuperar la inversión a partir de los 6 años de lo que se ha invertido

Valor Actual Neto

Se establece que no existe riesgo al invertir porque el valor actual es de \$ 671.495,20 generando un estado de confianza a lo propuesto.

4.5 CONCLUSIONES

- ✓ El desarrollo Empresarial cada vez muestra más fuerza en el mercado competitivo, las tendencias y oportunidades actuales permiten que los pequeños agricultores participen en el cambio de la matriz productiva del país. La presente propuesta busca demostrar su aceptación y aporte en el mercado local, tal y como se lo indica en las siguientes conclusiones.
- ✓ La Evaluación Financiera indica que el proyecto tendrá un Valor Actual Neto de \$671.495,20 o sea 25%, recuperando la inversión en el quinto año de actividad.
- ✓ Se determina que el (Van) es de \$671.495,20 en los escenarios más probables en relación a un precio de \$5,43.
- ✓ La evaluación financiera demuestra que la tasa interna de retorno es del 25% y con un promedio de 6 años en recuperar la inversión con una demanda de 96.000 personas.

4.6 RECOMENDACIONES

En la presente propuesta cabe recalcar que existen alternativas de inversión, para generar oportunidades de desarrollar la empresa direccionando hacia el desarrollo económico y empresarial que se espera a corto plazo y a largo plazo para poder aprovechar los nichos de mercado.

- Realizar un selección del personal para que manejen las maquinas.
- Capacitación e inducción al personal con la misión y los objetivos planteados en la empresa.
- Aprovechar los incentivos estatales
- Identificar las debilidades de la competencia
- Aprovecharlas las habilidades del competidor
- Ejecutar la propuesta considerando los niveles de apalancamiento.
- Mejorar el nivel socio económico del país

4.7. BIBLIOGRAFÍA

- Agroideas. (2013). Catálogo de Maquinaria_Para_Cacao.*
- Anecacao. (2013). Anecacao-En-Ecuador/*
- Asamblea nacional. (2008), constitución de la República Del Ecuador-2008*
- Biomatec. (2012). Maquinarias Para La Industria.Com.*
- Censos, I. N. (2010). Pea. Santa Elena.*
- Desarrollo, P. N. (2014).plan nacional del buen vivir*
- Ecuavisa. (S.F.). Gobierno Provincial De Santa Elena.*
- Estudiodefactibilidadyproyectos.Blogspot.Com (2010) Factibilidad-Y-Viabilidad.Html*
- Fayol, H. (2014). Administración De Recursos Humanos.*
- Hernández, F. Y. (2010). Metodología De La Investigación. Metodología-De-La-Investigación-Hernández-Fernández*
- Icco. (S.F.). (2014), organización Internacional Del Cacao*
- Inec, C. D. (2010). Población Ocupada. La Libertad.*
- Inec. (16 De Mayo De 2013). Inec.Gob*
- Inec. (2010). Recuperado www.Inec.Gob.Ec*
- Iniap. (2013). Iniap.Gob.*
- Iniap. (Agosto De 2014). Inap.Gob.Ec*
- Iso, Q.-N. (S.F.). 2014, Conocimiento/Normas-Iso-9000*
- Iturrioz Del Campo, J. (S.F.). Definición De Valor Actualizado Neto (Van). Diccionario. De 2014, Expansion.Com/Diccionario-Economico/Valor-Actualizado-Neto-Van*

Jaime, O. A. (2014). Probabilidad. Jaimeprobabilidadyestadistica.

José, J. (2009). Investigación De Mercado. Bogota- Colombia.

Luis, A. (2010). Iniciación A La Práctica De La Investigación. 7ma. Edición. Guatemala.

Magap. (2010). Obtenido de Magap.Gob.Ec

Magon, F. (2011). Modalidades De Investigación - Metodología. Metodologiafloresmagon.

Méndez, C. E. (2010). Metodología De La Investigación. México: Mc Granw Hill.

Méndez, C. E. (2011). Proyecciones. México: Don Bosco.

Ministerio De La Coordinación De La Producción, E. Y. (Febrero De 2013).

Molina, M. (2010). El Método Científico Global.

Municipio De La Libertad. (2014)..Municipio de La Libertad.Gob.Ec:

Normas Iso. (S.F.). 2014, Guest/Centro-Conocimiento/Normas-Iso-9000

Nutrición, R. D. (2010). El Diccionario De Nutrición Y Tecnología De Alimentos. República Dominicana.

Nutrición, R. D. (2010). El Diccionario De Nutrición Y Tecnología De Alimentos. República Dominicana.

Plan Nacional Del Buen Vivir. (2009 - 2013). Plan Nacional Del Buen Vivir

Proyectos, E. D. (9 De Septiembre De 2010). Estudio De Factibilidad. (Artes Plásticas)

Rong, D. C. (6 De Abril De 2010). Definición De Mercado Según Varios Autores, sanchezmercado-Verito.Blogspot.Com/.../Definicion-De-Mercado

Senplades. (2013). Secretaria Nacional De Desarrollo. Recuperado El 10 De Planificacion.Gob.Ec/


Tostador de Cacao. (2014). Chocolate.

Ubicación-Geográfica-Del-Ecuador. (2008). 2008

Zuazo, A. (2010). Iniciacion A La Práctica De La Investigación. Guatemala.

ANEXOS

ANEXO # 1: FICHA DE OBSERVACIÓN

	UNIVERSIDAD ESTATAL “PENÍNSULA DE SANTA ELENA” FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL
FICHA DE CAMPO OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE	
ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	
CIUDAD:	FECHA:
ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS:	
DIRECCIÓN:	
DESDEHORAS	HASTA.....HORAS
OBSERVADOR:	INFORMANTE:
DETALLE DE LO OBSERVADO (ACTIVIDAD EMPRENDEDORA):	
VENTAJAS:	
DESVENTAJAS:	
OTRAS OBSERVACIONES:	
CONTACTO:	

ANEXO # 2: ENCUESTA A CLIENTES

Encuesta

Buenos días/tardes/; soy Juan Víctor Pozo, estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial y estoy dialogando con personas como usted sobre el lanzamiento de un nuevo producto a base de chocolate, toda la información que me pueda proveer será de mucha utilidad. Desde ya agradezco su colaboración.

1 ¿Qué edad tiene?	
De 10 a 20 años	
De 21 a 30 años	
De 30 a 40 años	
Más de 40 años	

2 ¿Cuál es su género?	
Masculino	
Femenino	

3 ¿Cuál es el nivel de instrucción formal?	
Estudios primarios	
Estudios secundarios	
Bachiller	
Título universitario	

4 ¿A usted le gusta consumir chocolate?	
Si	
No	

5 ¿Con que frecuencia adquiere estos productos	
Diariamente	
Semanalmente	
Mensualmente	

6 ¿indique cuáles de estos productos frecuenta consumir más?	
La Universal	
Nestlé	
Ferrero	

7.-En donde adquiere principalmente el producto	
Hipermercados	
Comerciales	
Supermercado	

8.- ¿Cuáles de las siguientes particularidades de atributos es importante para usted (califique del 1 al 5) osea de menor a mayor importancia respectivamente?	
Precio del producto	
Calidad del contenido (producto)	
Presentación del producto	
Sabor	
Marca	

9.- ¿Cómo califica usted el producto?	
Excelente	
Mala	
Regular	

10- ¿Es fácil adquirir dicho producto?	
SI	
NO	

11.-¿Cómo desearía que fuera el tamaño del producto?	
Pequeño (0.05g)	
Grande (0.10g)	

12 ¿Marque con una x la presentación del producto de su agrado?	
Caja	
Funda	

13.- ¿En su familia se consume chocolate?	
Siempre	
A veces si	
A veces no	
Nunca	

14.- ¿Cómo califica los chocolates producidos fuera de la provincia?	
Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	

15.- ¿Cuál es la satisfacción cuando consume bombones de chocolate?	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	

16.- ¿Sabe usted si existe empresas que elaboren bombones de chocolate	
Si	
No	

17.- ¿Mediante el enunciado relacionado elija el grado en que las personas están de acuerdo. ¿Las personas encuestadas están de acuerdo con que se cree una Empresa de Elaboración y distribución de bombones de chocolate?	
Si	
No	

18.-¿Estaría dispuesto a consumir un nuevo producto elaborado en la provincia de santa Elena?	
Si	
No	

ANEXO # 3: ENTREVISTAS A LOS AGRICULTORES

ENTREVISTAS A LOS AGRICULTORES

- 1.- ¿Cómo considera usted la actividad empresarial en la provincia de Santa Elena?
- 2.- ¿Les agrada la idea de que en la península exista una empresa que elabore y distribuya un producto a base de cacao?
- 3.- ¿Cómo agricultor cree que ha habido un incremento de empresas relacionadas a la transformación del cacao?
- 4.- ¿En la actualidad cree usted que al desarrollarse empresas de transformación del cacao generaría sostenibilidad de este sector agrícola?
- 5.- ¿Cree usted que los productos elaborados a base del cacao contienen propiedades nutricionales para el ser humano?
- 6.- ¿Cómo considera usted la idea de crear una empresa que elabore y distribuya bombón de chocolate en la provincia de Santa Elena?
- 7.- ¿Cree usted que al crear una empresa de elaboración y distribución de bombón de chocolate mejoraría la economía de la provincia de Santa Elena?
- 8.- ¿Qué características considera usted que se debería tomar en cuenta en la ejecución de la idea antes planteada?
- 9.- ¿Como proveedores de la empresa a desarrollarse que aspectos considera importante en la negociación de ambas empresas?

10.- ¿cómo considera los niveles de requerimiento de esta materia prima hacia las industrias?

Realizando las encuestas a la población de la provincia de Santa Elena

