



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del Título de:

INGENIEROS COMERCIALES

TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PROCESADORA DE CACAO EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN CUMANDÁ, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO, PERÍODO 2013”

PRESENTADO POR:

Diego Fernando Espinoza Rodríguez.

Byron Medardo Zurita Asqui.

2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Juan Arnulfo Carrasco Pérez
Director de la Tesis

Ing. Javier Alonso Viñán Carrera
Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de los autores.

Diego Fernando Espinoza Rodríguez.

Byron Medardo Zurita Asqui.

AGRADECIMIENTO

“Dejamos constancia de un sincero y profundo agradecimiento a todas aquellas personas, que han aportado y contribuido a nuestra formación profesional: docentes, compañeros, amigos y de una forma especial al Tutor de nuestra Tesis Ing. Juan Arnulfo Carrasco Pérez y miembro del Tribunal Ing. Javier Alonso Viñán Carrera por habernos impartido sus conocimientos, de tal forma que nos permiten crecer como personas, profesionales y para podernos desenvolvernos en el ámbito laboral con excelencia”.

Muchas gracias de todo corazón a todos ustedes y deseándoles siempre éxitos en sus funciones profesionales.

Diego Fernando Espinoza Rodríguez.

Byron Medardo Zurita Asqui.

DEDICATORIA

“Dedico este trabajo primero a Dios quien ha estado en todo momento junto con mis padres Julia Rodríguez, Alonso Espinoza, mis hermanos Juan Carlos, Ana María y Alexandra Pilar Espinoza Rodríguez que han sido el pilar fundamental de apoyo en mi vida politécnica, a mi novia Gardenia Estefanía Briones, quien en todo momento estuvo junto a mí y a mi hija Hayde Lizet Espinoza R. mi razón de ser, la que se convirtió en la luz del día a día que me ha permitido lograr con éxito la culminación de mi carrera”.

Diego Fernando Espinoza Rodríguez.

“Primero dedico a mi Dios por ser el protagonista del cumplimiento de este sueño”.

“Dedico el presente trabajo a mis padres, Ramón Zurita Zapata y Dolores Estela Asqui Vinuesa, que han sido el pilar fundamental de apoyo en mi vida que me dieron todo su amor, comprensión y que han estado pendientes de mi persona para que siga adelante”.

“A mis hermanos Teresa Zurita, Elena Zurita, Ramón Zurita, Miguel Zurita, Carmen Zurita, que con su amor y comprensión se convirtieron en el motivo de superación y en la luz del día a día que me han permitido lograr con éxito la culminación de mi carrera”.

“A mi novia Marcia Vergara Saltos quien en todo momento estuvo junto a mí brindándome su apoyo incondicional”.

Byron Medardo Zurita Asqui.

Índice

Portada	I
Certificación del tribunal	II
Certificado de autorización.....	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
Índice	VI
Índice de figuras.....	IX
Índice de gráficos.....	IX
Índice de tablas	X
Índice de anexos.....	XI
Introducción	XIII
Capítulo I	1
1. El problema	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema	1
1.3. Delimitación del problema.....	1
1.4. Justificación	2
1.5. Objetivos	2
1.5.1. Objetivo general.....	2
1.5.2. Objetivos específicos	2
Capítulo II.....	4
2. Marco teórico	4
2.1. Fundamentación teórica	4
2.2. Marco conceptual.....	9
2.3. Idea a defender	12
Capítulo III.....	13
3. Marco metodológico	13
3.1 Modalidad de la investigación	13
3.2 Tipos de investigación	13
	VI

3.3.	Población y muestra	13
3.4	Métodos, técnicas e instrumentos	15
3.5	Resultados	17
Capítulo IV		26
4.	Marco propositivo	26
4.1.	Estudio de mercado	26
4.1.1.	Estudio de la demanda	26
4.1.2.	Oferta	28
4.1.2.2.	Demanda insatisfecha	29
4.1.3.	Los precios	30
4.1.4.	Canales de distribución	31
4.2.	Estudio técnico del proyecto	32
4.2.1.	Introducción	32
4.2.2.	Objetivos	33
4.2.2.1	Objetivo general.....	33
4.2.2.2	Objetivos específicos	33
4.2.3.	Tamaño del proyecto.....	33
4.2.4.	Localización	34
4.2.4.1.	Macro localización.....	35
4.2.4.2.	Micro localización.	35
4.2.5.	Ingeniería del proyecto.....	37
4.2.5.1	Diagrama del proceso de la producción.....	40
4.2.6.	Maquinaria y equipo	41
4.2.7.	Cuantificación de las variables para la producción.....	42
4.2.7.1.	Cuantificación de la materia prima.....	42
4.2.7.1.	Cuantificación de la mano de obra	43
4.2.8.	Requerimientos legales	45
4.2.8.1.	Permiso de sanidad	45
4.2.8.2.	Registro de marcas.....	45
4.2.8.3.	Forma societaria.....	47
4.2.8.4.	Licencias	51
4.2.8.5.	Afectación tributaria	52
4.2.8.6.	Registro sanitario	53

4.3.	Lineamientos estratégicos	54
4.3.1.	Diseño de la misión.....	54
4.3.2.	Diseño de la visión.....	55
4.3.3.	Estructura organizacional	56
4.4.	Estudio financiero	57
4.4.1.	Introducción	57
4.4.2.	Objetivos	57
4.4.2.1	Objetivo general.....	57
4.4.2.2	Objetivos específicos	57
4.4.3.	Inversión	58
4.4.4.	Fuentes de financiamiento	60
4.4.4.1.	Amortización bancaria	60
4.4.5.	Cálculo de los ingresos	61
4.4.6.	Costos	62
4.4.6.1.	Costo de producción.....	63
4.4.7.	Estado de resultados.....	64
4.4.8.	Flujo de caja.....	65
4.5.	Evaluación del estudio del proyecto	66
4.5.1.	Objetivos	66
4.5.1.1	Objetivo general.....	66
4.5.1.2	Objetivos específicos	66
4.5.2.	Valor actual neto	66
4.5.3.	Tasa interna de retorno	67
4.5.4.	Relación beneficio-costos	69
4.5.5.	Punto de equilibrio.....	70
4.5.6.	Periodo de recuperación de la inversión.....	71
4.5.7.	Resumen de indicadores	72
	Capítulo V.....	73
5.	Conclusiones y recomendaciones	73
5.1.	Conclusiones	73
5.2.	Recomendaciones.....	74
	Resumen.....	75
	Summary.....	756

Bibliografía	777
Anexos	79

ÍNDICE DE FIGURAS

No. Título	Página
1. Canal de distribución	32
2. Plano tentativo de la planta	34
3. Macro localización.....	35
4. Diagrama del proceso de la producción.....	40
5. Formas utilizadas en el flujograma	41
6. Estructura organizacional	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No. Título	Página
1. ¿Con qué frecuencia consume usted chocolate?.....	17
2. ¿Qué tipo de chocolate prefiere usted?	18
3. ¿Adquiriría chocolate de una nueva empresa procesadora, ubicada en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo?	19
4. ¿Dónde compra habitualmente el chocolate?	20
5. ¿Qué atributos considera más importante a la hora de comprar el chocolate?	21
6. ¿De las siguientes empresas reconocidas, cual relaciona usted más con el chocolate?.....	22
7. ¿Qué tipo de presentación de chocolates compra usted?.....	23
8. ¿Cuánto pagaría usted por una barra de chocolate (mediana) de 30 gr?	24
9. ¿Qué relleno es el que más le gusta a usted?	25
10. Precio de una barra de 30 gr.	31
11. Punto de equilibrio.....	70

Índice de tablas

No. Título	Página
1. Proyección de la población	14
2. ¿Con qué frecuencia consume usted chocolate?	17
3. ¿Qué tipo de chocolate prefiere usted?	18
4. ¿Adquiriría chocolate de una nueva empresa procesadora, ubicada en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo?	19
5. ¿Dónde lo compra habitualmente el chocolate?	20
6. ¿Qué atributos considera más importante a la hora de comprar el chocolate?	21
7. ¿De las siguientes empresas reconocidas, cual relaciona usted más con el chocolate?	22
8. ¿Qué tipo de presentación de chocolates compra usted?	23
9. ¿Cuánto pagaría usted por una barra de chocolate (mediana) de 30 gr?	24
10. ¿Qué relleno es el que más le gusta a usted?	25
11. Demanda actual.....	27
12. Demanda proyectada.....	28
13. Proyección de la oferta	29
14. Demanda insatisfecha	30
15. Porción de la demanda insatisfecha a satisfacer	33
16. Matriz de localización.....	36
17. Maquinaria y equipo	42
18. Cuantificación de la materia prima mensual.....	43
19. Cuantificación de la mano de obra	44
20. Matriz de inversiones.....	58
21. Fuentes de financiamiento	60
22. Tabla de amortización bancaria	61
23. Ingresos proyectados.....	61
24. Matriz de costos y gastos	62
25. Costo de producción	63
26. Estado de resultados.....	64
27. Flujo de caja.....	65
28. Valor actual neto	67

29. Valor actual neto (-).....	68
30. Ingresos actualizados	69
31. Período de recuperación de la inversión	71
32. Resumen de indicadores	72

Índice de Anexos

No. Título	Página
1. Modelo de la encuesta.....	79
2. Depreciación de activos fijos	81
3. Amortización activos intangibles.....	82

INTRODUCCIÓN

El Cantón de Cumandá tiene una gran tradición en lo que se refiere al procesamiento y consumo de cacao, el mismo se lo hace artesanalmente, como es la tradición y no se utilizan las nuevas técnicas para su elaboración y menos aún para su comercialización local y a nivel de la Provincia, por lo que no se aprovecha esta oportunidad, eso conjuntamente a una demanda insatisfecha tanto del cacao como de productos derivados del mismo.

El cacao Ecuatoriano es el fruto con mayor diversidad de sabores y aromas del mundo. Se siembra en la Costa, Sierra y Oriente. Los factores geográficos de cada zona generan sabores finos específicos, que son celebrados a nivel de los conocedores más exigentes de la chocolatería fina.

La presente investigación es de gran relevancia, pues con la misma se podrá aprovechar la oportunidad que tiene el Cantón de Cumandá, en lo que respecta al cultivo y procesamiento de cacao y proyectarlo a la Provincia y al Ecuador, pues es conocido como uno de los mejores cacaos de aroma que se producen en Ecuador.

De ahí la importancia de aprovechar esta idea de negocio, para la creación de una empresa procesadora de cacao, que pueda producir eficientemente el producto requerido y a una escala más amplia, con lo que se beneficiará al desarrollo del Cantón de Cumandá a través de la generación de empleos directos e indirectos, proyectando al Cantón a través de un producto que cumpla con estándares de calidad.

Se consideró también que el cacao como tal, es uno de los productos privilegiados pues su consumo a nivel mundial en forma de chocolate, es alto, el mismo que da empleo a miles de personas, generando altas ganancias, y volviéndose fundamental en algunas economías, por lo que también se aprovechará esta tendencia mundial.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

En el Cantón de Cumandá tiene una gran tradición en lo que se refiere al procesamiento y consumo de cacao, el mismo se lo hace artesanalmente, como es la tradición y no se utilizan las nuevas técnicas para su elaboración y menos aún para su comercialización local y a nivel de la Provincia, por lo que no se aprovecha esta oportunidad, eso conjuntamente a una demanda insatisfecha tanto del cacao como de los productos derivados del mismo.

“El cacao Ecuatoriano es el fruto con mayor diversidad de sabores y aromas del mundo. Se siembra en la Costa, Sierra y Oriente. Los factores geográficos de cada zona generan sabores finos específicos, que son celebrados a nivel de los conocedores más exigentes de la chocolatería fina.”¹

1.2. Formulación del Problema

¿Cuál es la factibilidad de realización de un proyecto de la creación de una empresa procesadora de cacao en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo, Período 2013?

1.3. Delimitación del Problema

La delimitación del problema se la ha realizado en tres aspectos:

Campo de Acción: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa procesadora de cacao.

Espacio: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo.

Tiempo: Período 2013.

¹ <http://www.proecuador.gob.ec/sectores/cacao/>

1.4. Justificación

La presente investigación es de gran relevancia, pues con la misma se podrá aprovechar la oportunidad que tiene el Cantón de Cumandá, en lo que respecta al cultivo y procesamiento de cacao y proyectarlo a la Provincia y al Ecuador, pues es conocido como uno de los mejores cacaos de aroma que se producen en el Ecuador.

De ahí la importancia de aprovechar esta idea de negocio, para la creación de una empresa procesadora de cacao, que pueda producir de mejor manera y a una escala más amplia, con lo que se beneficiará al desarrollo de la Ciudad de Cumandá a través de la generación de empleos directos e indirectos, la creación de una empresa y la proyección de la ciudad a través de un producto que cumpla con estándares de calidad.

Se consideró también que el cacao como tal, es uno de los productos privilegiados pues su consumo a nivel mundial en forma de chocolate, es alto, el mismo que da empleo a miles de personas, generando altas ganancias, y volviéndose fundamental en algunas economías, por lo que también se aprovechará esta tendencia mundial.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Desarrollar un Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Procesadora de Cacao en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo, Período 2013.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que determine la oferta y demanda que existe de cacao.
- Determinar a través de un estudio técnico la forma más adecuada y eficiente para el procesamiento de cacao.
- Investigar sobre los principales requerimientos legales para crear una empresa procesadora y comercializadora de cacao.

- Hacer un estudio financiero que muestre las inversiones que se deben desarrollar, los costos que se generaran, y los flujos de efectivo que la empresa plantea obtener.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

Proyecto de Factibilidad

A un proyecto se lo puede definir como una propuesta a la que se le asigna determinada cantidad de capital, y se le proporciona insumos de varios tipos, con los cuales se podrá producir un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general.

“El Proyecto se compone de tres estudios fundamentales que son: Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero.”²

Estudio de Mercado

“Se lo considera como la parte más importante del proyecto. Un buen estudio de mercado, permitirá desarrollar eficientemente todos los demás estudios y llevar a cabo una real evaluación del proyecto, de allí la importancia que se le debe dar y que de hecho tiene en todo sentido el estudio de mercado dentro de un proyecto”³

Estudio Técnico

“El estudio técnico se encarga de analizar aspectos como: Tamaño, localización, ingeniería, maquinaria y equipo, distribución física, estructura organizacional, entre otros, en este estudio se encuentra la base de la realización del producto.”⁴

Estudio Financiero

“Este estudio pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de la planta que abarca los costos de

²COSS, Raúl. (2008). Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. México: Limusa. Pag: 8-10

³CHIRIBOGA, Luis. (2009). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha. Pag: 56

⁴CHIRIBOGA, Luis. (2009). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha. Pag: 94

producción, gastos de administración y proyección de ventas, así como una serie de indicadores que servirán como base para la siguiente etapa que es la evaluación.”⁵

Evaluación Financiera.

“La evaluación financiera estudia los aspectos monetarios del proyecto y la contribución al inversionista.”⁶

Empresa

“Una empresa es una entidad económica de producción que se dedica a combinar capital, trabajo y recursos naturales con el fin de producir bienes y servicios para vender en el mercado.”⁷

Tipos de Empresa

“Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas, son los siguientes”⁸:

Según el Sector de Actividad:

- **Empresas del Sector Primario:** También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.⁹
- **Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca

⁵CHIRIBOGA, Luis. (2009). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha. Pag: 156

⁶CHIRIBOGA, Luis. (2009). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha. Pag: 186

⁷DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 115

⁸ DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 116

⁹DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 117

actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.¹⁰

- **Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.¹¹

Según el Tamaño: Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en: ¹²

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales¹³.
- **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicatos, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.¹⁴

¹⁰DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 117

¹¹DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 117

¹²DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 118

¹³DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 118

¹⁴DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 118

- **Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.¹⁵
- **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de posesión individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.¹⁶

Según la Propiedad del Capital: Se refiere al capital que está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:¹⁷

- **Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas.
- **Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
- **Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

Según el Ámbito de Actividad: Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:¹⁸

- **Empresas Locales:** Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.

¹⁵DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 118

¹⁶DE ZUANI, Rafael. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones, Segunda Edición. Maktub. Pag: 118

¹⁷ FLEITMAN, Jack. (2009). Negocios Exitosos. California: Mc Graw Hill Interamericana. Pag: 48

¹⁸ ROMERO, Ricardo. (2009). Marketing. Madrid: Palmir E.I.R.L. Pag: 121

- **Empresas Provinciales:** Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.
- **Empresas Regionales:** Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.
- **Empresas Nacionales:** Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un País o Nación.
- **Empresas Multinacionales:** Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

Según el Destino de los Beneficios: Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:¹⁹

- **Empresas con Ánimo de Lucro:** Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.
- **Empresas sin Ánimo de Lucro:** En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

Según la Forma Jurídica: La legislación de cada País regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En ese sentido, las empresas se clasifican en términos generales en:²⁰

- **Unipersonal:** El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.

¹⁹FLEITMAN, Jack. (2009). Negocios Exitosos. California: Mc Graw Hill Interamericana Pag: 51

²⁰ Corporación de Estudios y Publicaciones. Ley de Compañías. Quito, CEP, 2008. Pág. 8

- **Sociedad Colectiva:** En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.
- **Cooperativas:** No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de las cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.
- **Comanditarias:** Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y b) los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- **Sociedad de Responsabilidad Limitada:** Los socios propietarios de éstas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.
- **Sociedad Anónima:** Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

2.2. Marco Conceptual

Competencia

“La competencia es consideradas como aquellas empresas o proyectos que producen bienes y/o servicios (productos) similares a los que quieren poner en el mercado”²¹.

²¹ CHIRIBOGA, Luis. (2009). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha. Pag 42.

Demanda

“Cantidad de un bien que está dispuesto a comprar una persona natural o jurídica (o varias)”²².

Distribución Física

“Indica la distribución de una planta de producción y sus diferentes recursos”²³

Estrategias

“Son todas aquellas cosas que se deben realizar para vencer dificultades de carácter político, social o económico.”²⁴

Inversiones

“La inversión es el capital que se requiere para el funcionamiento del proyecto, la misma puede ser: Inversión fija, diferida o inversión en capital de Trabajo.”²⁵

Mano de Obra

“Es el personal que se usa para transformar la materia prima en productos terminados.”²⁶

Materia Prima.

“Son los materiales que forman parte integral del producto.”²⁷

²²SAMUELSON, Paul & NORDHAUS, William. (2009). Economía. Boston: McGraw Hill. Pag: 115

²³ DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: Ábaco. Pag: 67

²⁴ DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: Ábaco. Pag: 69

²⁵DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: Ábaco. Pag: 101

²⁶DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: Ábaco. Pag: 117

²⁷DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: Ábaco. Pag: 119

Maquinaria y Equipo

“Se refiere a los elementos tecnológicos para la transformación del producto.”²⁸

Mercado.

“Conjunto de compradores (demandantes) y vendedores (ofertantes) en tal forma de proximidad o de vinculación que hace que las transacciones, entre dos de ellos, tenga afección en los precios de compra y venta de los demás.”²⁹

Oferta

“Ofrecimiento de capitales, valores, bienes o servicios que se exteriorizan de manera individual o a través de los respectivos mercados.”³⁰

Planeación

“Selección de misiones, objetivos, estrategias, políticas, programas y procedimientos para lograrlos.”³¹

Presupuesto

“Plan a desarrollar en términos económicos o monetarios, determinando el origen y la asignación de recursos para lograr objetivos, en un periodo determinado.”³²

Proceso

“Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) bajo ciertas circunstancias con un fin determinado.”³³

²⁸CHIRIBOGA, Luis. (2009). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha Pag: 121

²⁹ CHIRIBOGA, Luis. (2009). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha. Pag: 123

³⁰ DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: ÁbacoPag: 125

³¹DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: ÁbacoPag: 127

³²DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: ÁbacoPag: 128

³³CHIRIBOGA, Luis. (2009). Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha. Pag: 156

Tasa Interna de Retorno

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente.”³⁴

Valor Actual Neto o Valor Presente Neto

“Son términos que proceden de la expresión inglesa Net Present Value. El acrónimo es NPV en inglés y VAN en español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros. La obtención del VAN constituye una herramienta fundamental para la evaluación y gerencia de proyectos, así como para la administración financiera.”³⁵

2.3. Idea a Defender

El diseño del proyecto determina la factibilidad para la creación de una empresa procesadora de cacao en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo.

Variables

Variable Independiente

Diseño del Proyecto

Variable Dependiente

Factibilidad de la creación de una empresa procesadora de cacao en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo.

³⁴DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: Ábaco.
Pag: 153

³⁵ DÁVALOS, Nelson. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: Ábaco.
Pag: 155

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modalidad de la Investigación

La modalidad de la investigación será cualitativa porque generará la comprensión del fenómeno social y sus características en cuanto a la creación de la empresa y los diferentes requisitos y aspectos legales que deberán cumplir y cuantitativa porque nos ayudara a la investigación de campo que se utilizará la estadística descriptiva.

3.2 Tipos de Investigación

La investigación será de los siguientes tipos:

- **De campo.-** Pues se aplicarán encuestas en Cumandá para la obtención de la demanda, oferta, preferencias del consumidor.
- **Bibliográfica-Documental.-** Será necesario la recolección de información de diferentes libros, específicamente de Proyectos y de las diferentes leyes que se aplican para la constitución de una empresa.
- **Descriptiva.-** Está dirigida a determinar como es y cómo está la situación de las variables de la investigación.

3.3. Población y Muestra

La población del Cantón Cumandá según el INEC para el año 2010 fue de 12922 habitantes entre hombres y mujeres, la tasa de crecimiento es del 3,54%.³⁶

Por lo tanto se proyectará la población para determinar la del 2013, a través de la tasa de crecimiento.

³⁶http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=Startdow&id=639&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

Tabla No. 1
Proyección de la Población

Año	Total
2010	12922
2011	13379
2012	13853
2013	14343

Elaborado por: Los autores

Fuente: INEC

Fecha: 14 de Octubre del 2013

El mercado objetivo será la población del Cantón Cumandá, perteneciente a la población económicamente activa que representa el 54,91%³⁷

Por lo tanto el mercado objetivo es 7875

Muestra

Se tomará la fórmula para poblaciones finitas es decir menos de 100.000 habitantes

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

En donde:

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

e^2 : Error bajo un determinado nivel de confianza.

En base a la población económicamente activa del Cantón Cumandá, y con un porcentaje de error del 5% (generalmente aceptado) se procede a reemplazar los valores en la fórmula y se obtiene el número óptimo de encuestas a realizar.

³⁷ INEC

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

$$n = \frac{7875}{0,05^2(7875 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{7875}{20,685}$$

$$n = 380,71 \cong 381$$

El número de encuestas a realizar será de 381 encuestas.

3.4 Métodos, Técnicas e Instrumentos

3.4.1. Métodos

Para obtener un criterio general para la elaboración del presente trabajo se utilizarán métodos y técnicas científicas lo que permitirá establecer el entorno económico, político y social que conlleva a elaborar este proyecto, para de este modo alcanzar los objetivos propuestos, así tenemos los siguientes métodos.

- **Método Inductivo**

Como medio para obtener conocimientos, el razonamiento inductivo inicia observando casos particulares (Ej: demanda de proyectos sociales, de desarrollo, estudios sectoriales, etc.). Partiendo del examen de estos hechos llega a una conclusión general (Ej: demanda insatisfecha del proyecto).

- **Método Deductivo**

La deducción se caracteriza porque va de lo universal (Ej: oferta y demanda nacional de estudios sectoriales) a lo particular (demanda insatisfecha local de estudios sectoriales); en la vida privada y profesional se emplea el razonamiento deductivo para resolver problemas como los que se presentan al desarrollar un proyecto (tamaño, localización, ingeniería, evaluación, etc).

- **Método Científico**

Es un método que emplean los proyectistas para resolver diversos tipos de problemas mediante la síntesis de razonamiento y observación de los hechos y fenómenos.

3.4.2. Técnicas de Investigación

Para la realización de este trabajo se utilizarán las siguientes técnicas:

- **Observación**

Este método permitirá conseguir datos relativos a los posibles entes demandantes de cacao del Cantón de Cumandá. Además, facilitará la obtención de información referente a los procesos que se requieren para la estructuración y creación de empresa procesadora. Las visitas realizadas a empresas similares facilitarán elementos de juicio para la toma efectiva de decisiones relativas al proyecto.

- **Encuestas**

Con el apoyo de esta técnica se obtendrá principalmente las preferencias en cuanto a los gustos de los consumidores y todo lo relacionado al mercado potencial.

3.5 Resultados

¿Con qué frecuencia consume usted chocolate? (30 gr. equivalente a una barra)

Tabla No. 2

¿Con qué frecuencia consume usted chocolate?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	84	22,05%
Una vez a la semana	194	50,92%
Una vez al mes	52	13,65%
Una vez cada tres meses	21	5,51%
No consumo chocolate	30	7,87%
Total	381	100,00%

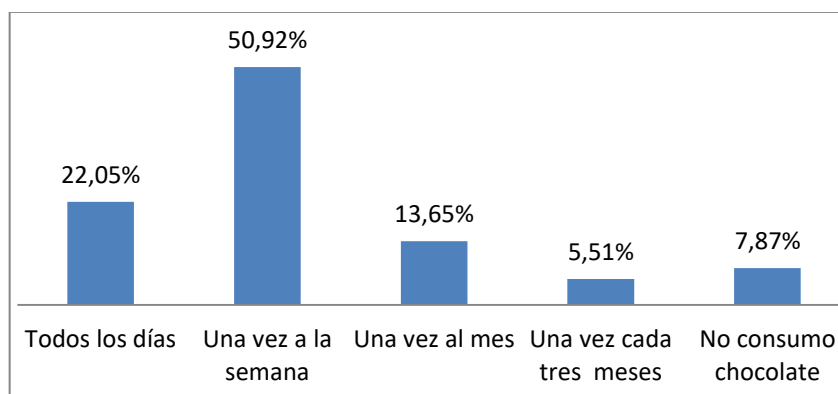
Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Gráfico No. 1

¿Con qué frecuencia consume usted chocolate?



Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Interpretación

Como se puede observar la mayoría de las personas (50,92%) de las personas encuestadas consumen chocolate una vez a la semana, seguida por un 22,05% que lo hace todos los días.

¿Qué tipo de chocolate prefiere usted?

Tabla No. 3

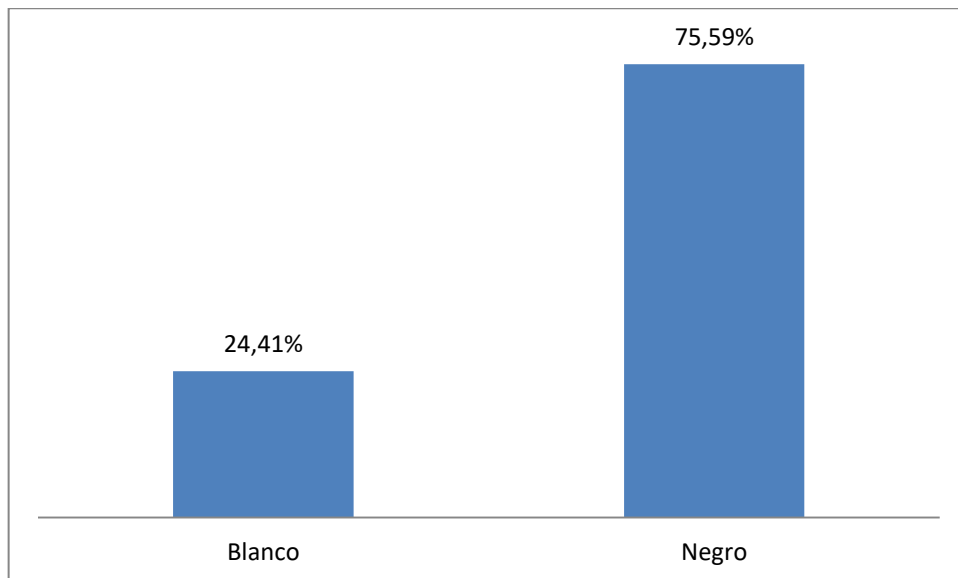
¿Qué tipo de chocolate prefiere usted?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Blanco	93	24,41%
Negro	288	75,59%
Total	381	100,00%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Encuesta Aplicada
Fecha: 14 de Octubre del 2013

Gráfico No. 2

¿Qué tipo de chocolate prefiere usted?



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Encuesta Aplicada
Fecha: 14 de Octubre del 2013

Interpretación

Como se puede observar la mayoría de las personas (75,59%) de las personas encuestadas consumen chocolate negro, frente a un 24.41% que prefieren chocolate blanco.

¿Adquiriría chocolate de una nueva empresa procesadora, ubicada en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo?

Tabla No. 4

¿Adquiriría chocolate de una nueva empresa procesadora, ubicada en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	336	88,19%
No	45	11,81%
Total	381	100,00%

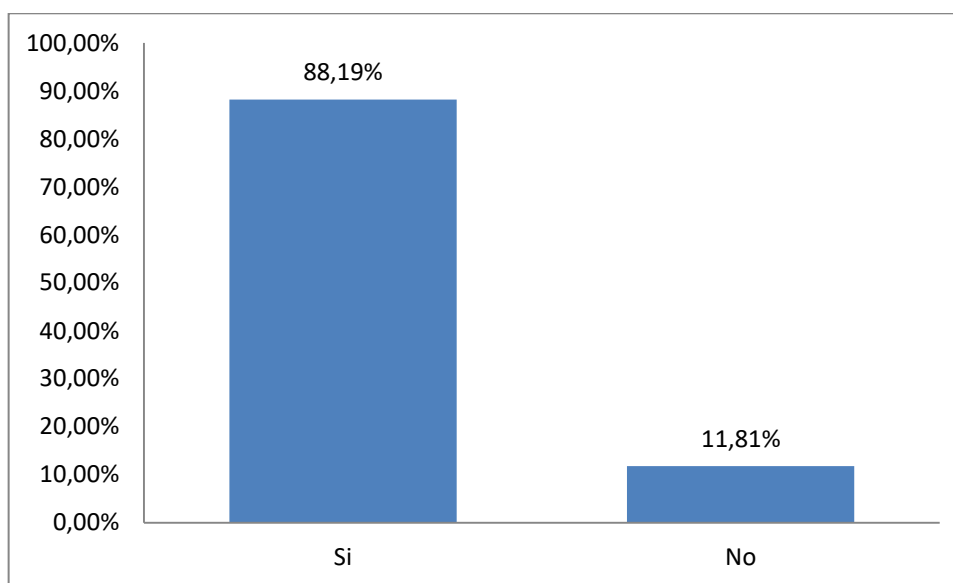
Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Gráfico No. 3

¿Adquiriría chocolate de una nueva empresa procesadora, ubicada en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo?



Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Interpretación

En relación a la aceptación que tendría un chocolate de una nueva procesadora el 88,19% de las personas lo aceptarían frente a un 11,81% que no lo haría.

¿Dónde compra habitualmente el chocolate?

Tabla No. 5

¿Dónde compra habitualmente el chocolate?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	113	29,66%
Del productor	33	8,66%
Tienda del barrio	233	61,15%
Otro (especifique)	2	0,52%
Total	381	100,00%

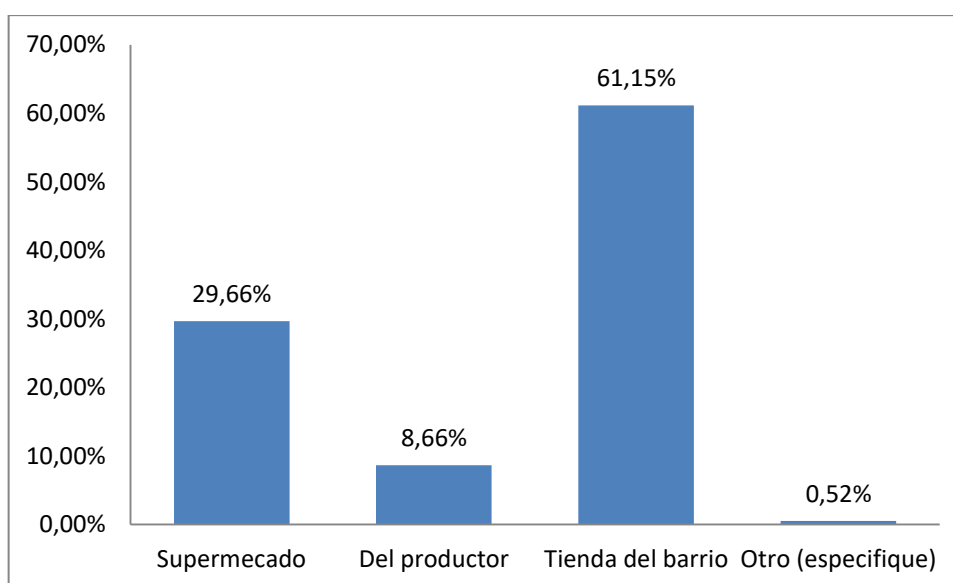
Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Gráfico No. 4

¿Dónde lo compra habitualmente el chocolate?



Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Interpretación

La mayoría de las personas compra el chocolate en las tiendas de barrio (61,15%), seguida por los que compran en los supermercados (29.66%).

¿Qué atributo considera más importante a la hora de comprar chocolate?

Tabla No. 6

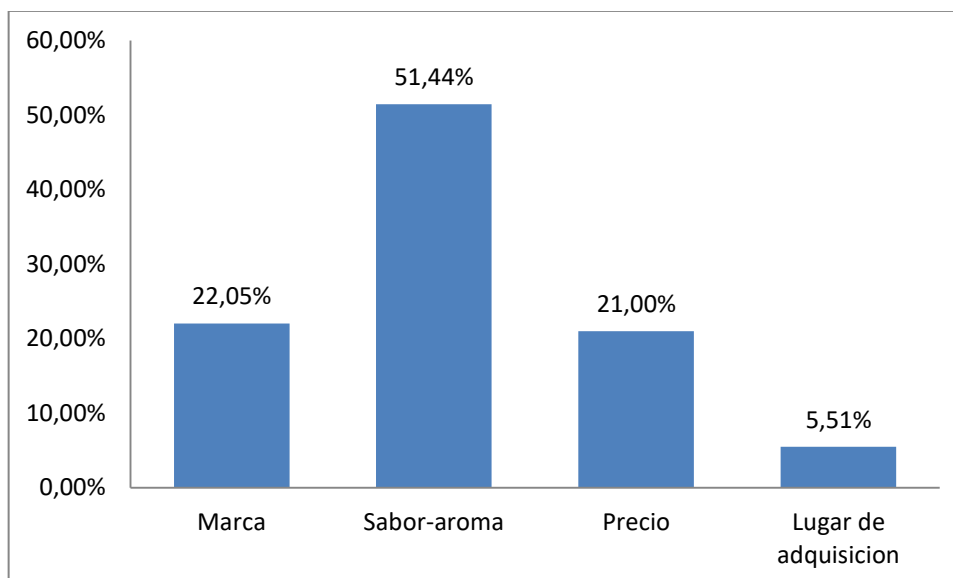
¿Qué atributo considera más importante a la hora de comprar chocolate?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Marca	84	22,05%
Sabor-aroma	196	51,44%
Precio	80	21,00%
Lugar de adquisición	21	5,51%
Total	381	100,00%

Elaborado por: Los Autores
Fuente: Encuesta Aplicada
Fecha: 14 de Octubre del 2013

Gráfico No. 5

¿Qué atributo considera más importante a la hora de comprar chocolate?



Elaborado por: Los Autores
Fuente: Encuesta Aplicada
Fecha: 14 de Octubre del 2013

Interpretación

El atributo más importante al comprar chocolates es su sabor y aroma (51,44%), seguido por la marca y el precio con porcentajes similares y por último el lugar de adquisición.

¿De las siguientes empresas reconocidas, cual relaciona usted más con el chocolate?

Tabla No. 7

¿De las siguientes empresas reconocidas, cual relaciona usted más con el chocolate?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Ferrero	54	14,17%
Confiteca	33	8,66%
La universal	117	30,71%
Ecuacoffee	3	0,79%
Ecuacocoa	6	1,57%
Nestlé	168	44,09%
Total	381	100,00%

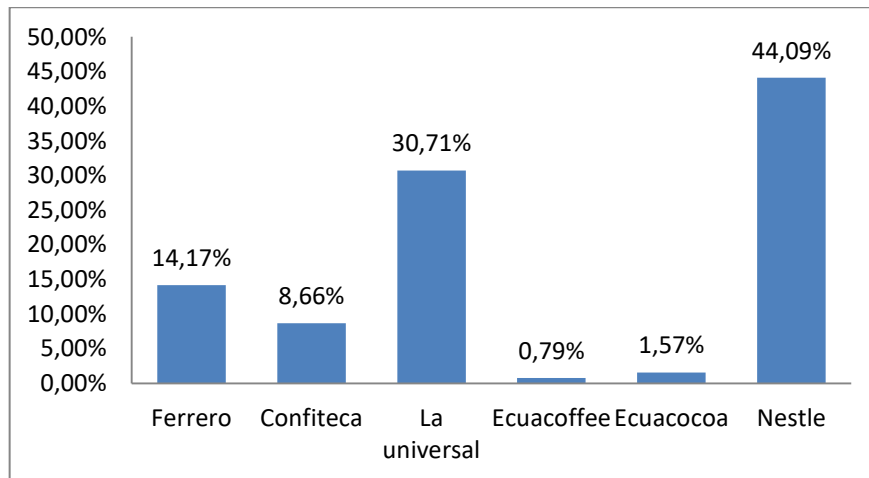
Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Gráfico No. 6

¿De las siguientes empresas reconocidas, cual relaciona usted más con el chocolate?



Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Interpretación

En relación a la marca más reconocida por los consumidores, se encuentra liderando Nestlé con el 43,09%, seguida por la universal con el 30.71%, en tercer puesto se encuentra Ferrero con el 14,17%, seguida por confiteca con el 8,66% principalmente.

¿Qué tipo de presentación de chocolates compra usted?

Tabla No. 8

¿Qué tipo de presentación de chocolates compra usted?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bombones	100	26,25%
Chocolate en barra	195	51,18%
Chocolate de formas	30	7,87%
Chocolate en polvo	56	14,70%
Total	381	100,00%

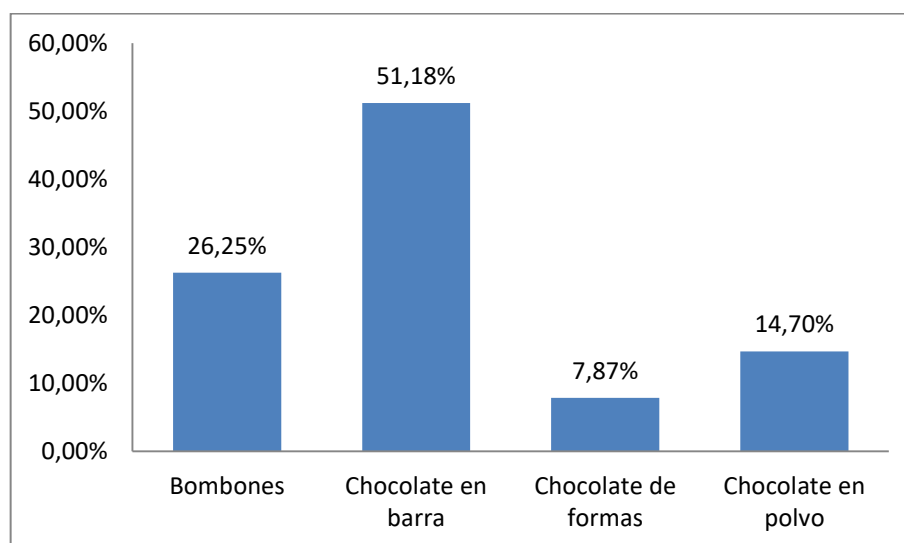
Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Gráfico No. 7

¿Qué tipo de presentación de chocolates compra usted?



Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Interpretación

La presentación preferida para los chocolates, es el chocolate en barra principalmente con el 51,18%, seguido por los bombones con el 26,25%, el chocolate en polvo 14,70% y apenas el 7,87% prefiere el chocolate en barra.

¿Cuánto pagaría usted por una barra de chocolate (mediana) de 30 gr?

Tabla No. 9

¿Cuánto pagaría usted por una barra de chocolate (mediana) de 30 gr?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 0,36 a 0,40 dólares	249	65,35%
De 0,41 a 0,45 dólares	62	16,27%
De 0,46 a 0,50 dólares	43	11,29%
De 0,51 a 0,56 dólares	27	7,09%
Total	381	100,00%

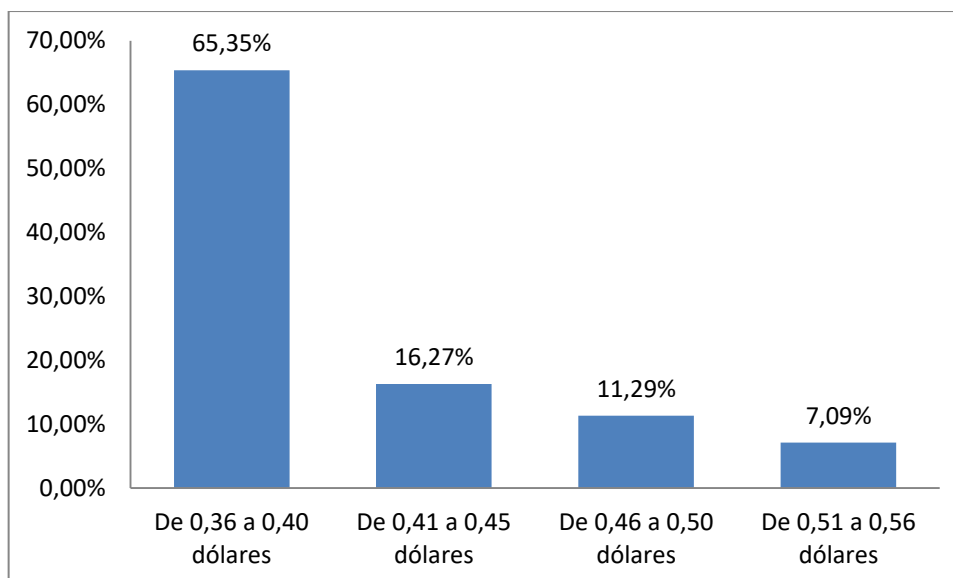
Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Gráfico No. 8

¿Cuánto pagaría usted por una barra de chocolate (mediana) de 30 gr?



Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Interpretación

En relación al precio pagado por una barra de 30 gramos las personas pagan en su mayoría (65,35%) entre 0,36 y 0,40 dólares, seguido por un 16,27% que pagan entre

0,41 y 0,45 dólares, un 11.29% entre 0,46 y 0,50 dólares y un 7,09% entre 0,51 y 0,56 dólares.

¿Qué relleno es el que más le gusta a usted?

Tabla No. 10

¿Qué relleno es el que más le gusta a usted?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Frutas	107	28,08%
Maní	228	59,84%
Licor	34	8,92%
Otro	12	3,15%
Total	381	100,00%

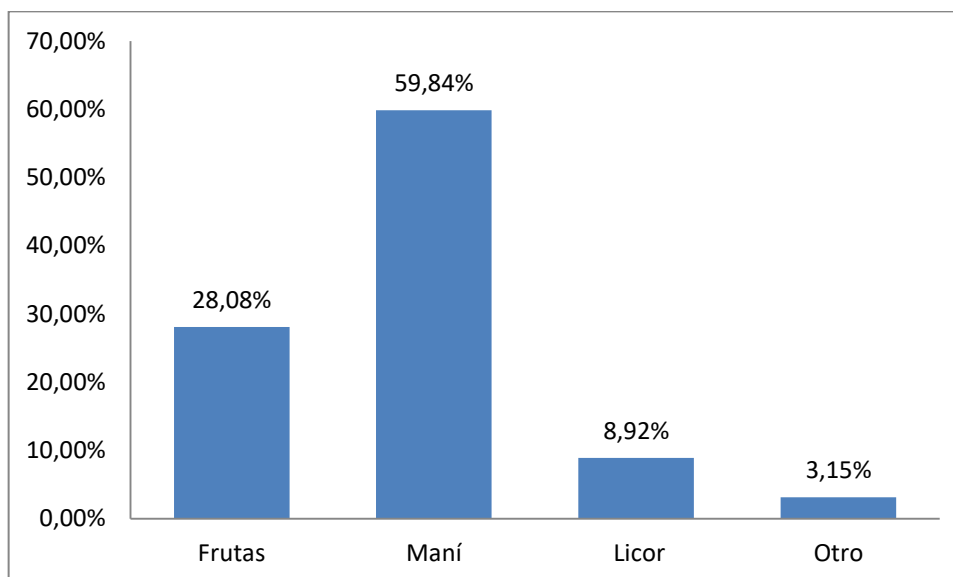
Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Gráfico No. 9

¿Qué relleno es el que más le gusta a usted?



Elaborado por: Los Autores

Fuente: Encuesta Aplicada

Fecha: 14 de Octubre del 2013

Interpretación

El relleno preferido por las personas que compran chocolates es el maní con el 59,84%, seguido por el relleno de frutas con el 28,08%, el 8,92% prefiere rellenos de licor y apenas un 3,15% prefiere otros rellenos.

CAPÍTULO IV

4. MARCO PROPOSITIVO

El marco propositivo correspondiente al proyecto de factibilidad para la creación de una empresa procesadora de cacao en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo, Período 2013, se harán todos los estudios directamente relacionados a mostrar la factibilidad del mismo, como son el estudio de mercado, técnico, legal administrativo, financiero y la evaluación financiera.

4.1. Estudio de Mercado

El Estudio de Mercado es un factor categórico en el alcance de las metas de una empresa el producto o servicio se lo debe saber colocar en el mercado en el cual se lo va a vender.³⁸

Dentro del presente estudio se analizará principalmente la demanda, que es la cantidad de producto que los consumidores están dispuestos a adquirir, también se estudiará la oferta, que es la cantidad del producto que está disponible en el mercado, los precios y los canales de distribución más óptimos para comercializar el producto.

4.1.1. Estudio de la Demanda

La población del Cantón Cumandá para el año 2013 es de 14343,³⁹ en la encuesta que se realizó (anexo 1), a través de los resultados tabulados en la pregunta 3, se determinó que el 82,19% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir el producto, es decir 11789 personas.

³⁸ FERRÉ, J. M., & FERRÉ, J. (2009). Los estudios de mercado. Madrid: Díaz de Santos S.A. Pag: 115

³⁹ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2013)

Para determinar la cantidad demandada, se tomará de la pregunta 1 de la encuesta que se refiere a la frecuencia de consumo de chocolate (30 gramos), y se calculará en número de personas y en cantidad en kilogramos.

Tabla No. 11
Demanda Actual
Kilogramos

Frecuencia de consumo de la población	Porcentaje	En personas	Factor*	Gramos de chocolate al año	Kilogramos al año
Todos los días	22,05%	2599,47	360	28074324,6	28074,3246
Una vez a la semana	50,92%	6002,96	52	9364615,728	9364,615728
Una vez al mes	13,65%	1609,20	12	579311,46	579,31146
Una vez cada tres meses	5,51%	649,57	4	77948,868	77,948868
No consumo chocolate	7,87%	927,79	0	0	0
Total	100%	11789		38096200,66	38.096,20

Fuente: Encuesta Aplicada
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 16 de Octubre del 2013

*Se refiere al factor para transformar el número de personas que consumen chocolate en un año.

La demanda futura se basa en la proyección del crecimiento de la población de Cumandá, que es del 3,54% anual y los porcentajes de aceptación definidos anteriormente del producto, considerando para el año 2013 una demanda de 38.096,20 kilogramos.

Tabla No.12
Demanda Proyectada
Kilógramos

AÑO	DEMANDA
2013	38.096kg
2014	39.445kg
2015	40.841kg
2016	42.287kg
2017	43.784kg
2018	45.334kg

Fuente: Tabla No. 11
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 16 de Octubre del 2013

Para la proyección se utilizó el método del monto, a continuación se encuentra la fórmula:

$$Pn = Po(1 + r)^n$$

Dónde:

Pn = Valor futuro

Po = Valor actual

r = Tasa de proyección (crecimiento poblacional)

n = Tiempo

4.1.2. Oferta

La oferta es la cantidad ofrecida por los fabricantes o productores de un determinado bien en este caso del producto elegido, la misma depende de varios factores que provocan incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por el oferente, a la oferta se la ha determinado a través de investigación de campo en las principales empresas y negocios que venden los productos y se la ha proyectado teniendo en cuenta

una tasa 5% de crecimiento del sector según el boletín de previsión es macroeconómicas del Banco Central del Ecuador 2013.⁴⁰

Tabla No. 13
Proyección de la Oferta
Kilógramos

Año	Oferta
2013	14.252 kg
2014	14.965 kg
2015	15.713 kg
2016	16.498 kg
2017	17.323 kg
2018	18.190 kg

Fuente: Previsiones macroeconómicas del Banco Central del Ecuador 2013
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 16 de Octubre del 2013

4.1.2.2. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es aquella parte de la demanda planeada (en términos reales) en que éste excede a la oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse compra efectiva de bienes y servicios.

La misma resulta de la demanda menos la oferta existente.

⁴⁰Banco Central del Ecuador. <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000955>

Tabla No. 14

**Demanda Insatisfecha
Kilogramos de Chocolate**

AÑO	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2013	38.096	14.252	23.844
2014	39.445	14.965	24.480
2015	40.841	15.713	25.128
2016	42.287	16.498	25.789
2017	43.784	17.323	26.461

Fuente: Tabla No. 12, 13

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 17 de Octubre del 2013

4.1.3. Los Precios

El precio es la representación cuantitativa del valor del producto, el mismo que está vigente en el mercado, en otros términos, es la cantidad de dinero que incita a los productores a comercializar sus bienes y a los clientes a consumirlos.

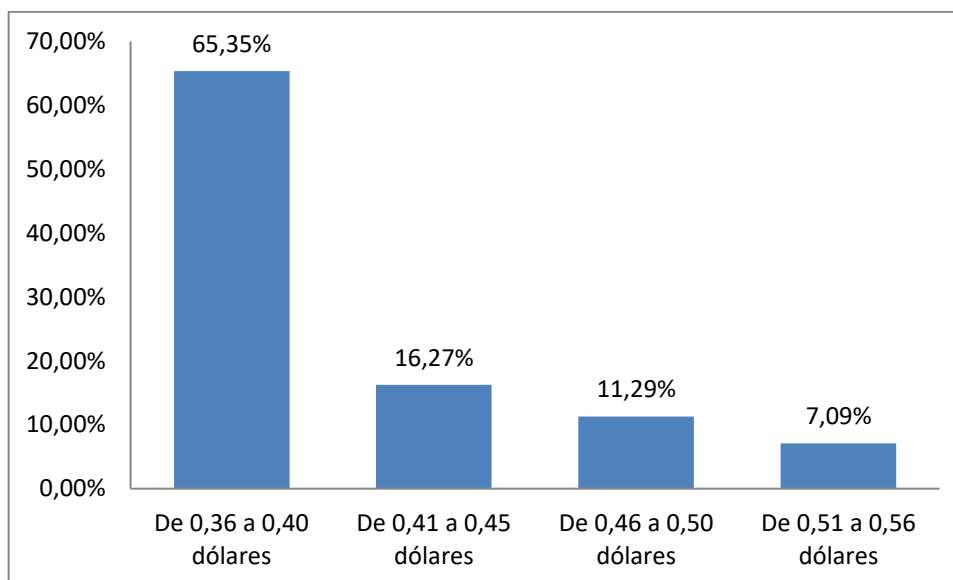
El análisis de los precios en el presente estudio de mercado, debe efectuarse en términos firmes, siendo más importante su tendencia actual. Aunque puede utilizarse un método de proyección para determinar el precio, generalmente no hay un comportamiento predecible, considerando que el precio depende de las fuerzas de oferta y demanda.

Un factor importante a considerar en lo referente a los precios, es la existencia de precios estacionales, es decir los que tienen variaciones dentro de un mismo período de tiempo. Cuando existan precios estacionales, consecuencia de factores como demanda, clima, no debe aplicarse para proyectar el precio promedio del período, así como los precios máximos y mínimos, sino el valor que se espera poner el producto al mercado.

El precio al que la demanda está dispuesta a adquirir el producto se puede referenciar como el tope máximo para la colocación del producto en el mercado. Así mismo, el costo de producción del bien o servicio puede constituir el piso para la fijación del precio y finalmente, la competencia puede ser un referente para la determinación final del precio.

En este caso se analiza al precio del chocolate existente en el mercado, donde se ha investigado el precio, considerando una barra de 30 gramos.

Gráfico N° 10
Precio de una Barra de 30 gr.



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 18 de Octubre del 2013

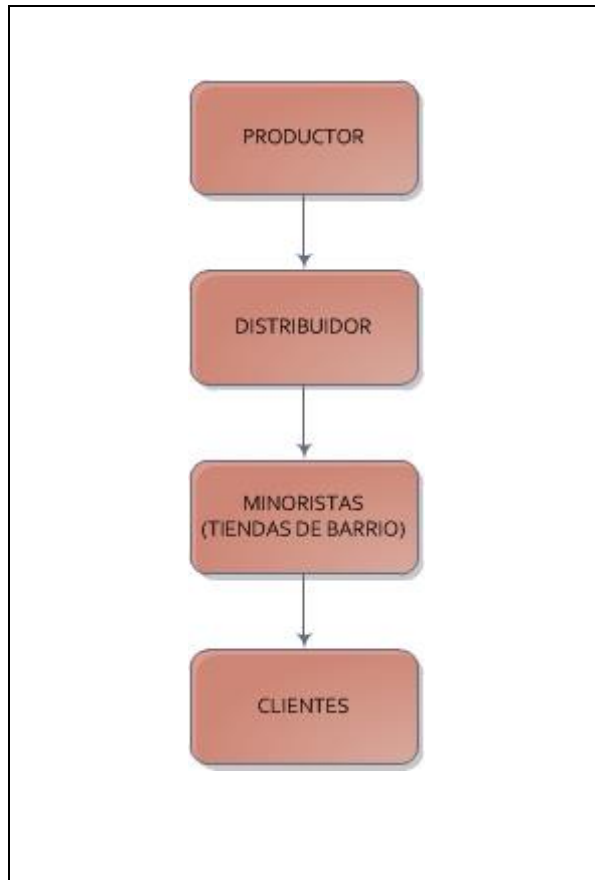
Interpretación

Como se puede percibir los precios se encuentran en un rango de entre \$ 0,36 y \$ 0,40 dólares principalmente para una barra de 30 gramos, por lo tanto se espera que el precio que se fije para el producto, debería encontrarse en este rango y así competir en el mercado.

4.1.4. Canales de Distribución

Para manejar una cadena de distribución adecuada y evitar el exceso de intermediarios se ha escogido inicial y temporalmente la siguiente cadena de comercialización, basados en los resultados obtenidos en las encuestas (ANEXO 1), las cuales demuestran que el mercado preferiría adquirir el producto principalmente en las tiendas de barrio y de forma alternativa en los supermercados, por lo tanto el canal de distribución se lo representará de la siguiente manera:

Figura N° 1
Canal de Distribución



Fuente: Encuesta realizada
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 18 de Octubre del 2013

4.2. Estudio Técnico del Proyecto

4.2.1. Introducción

En el estudio técnico se determinan todos los aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto, el proceso de producción, la localización, tamaño de la empresa, maquinaria y equipo a utilizar. Para realizar dichos puntos se requiere la información obtenida en el estudio de mercado.

4.2.2. Objetivos

4.2.2.1 Objetivo General

Determinar en base a los datos obtenidos previamente en el estudio de mercado, los recursos y requisitos técnicos y legales necesarios para montar la empresa procesadora de cacao en el Cantón Cumandá.

4.2.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar el tamaño óptimo de la empresa en base a la demanda insatisfecha.
- Delimitar la ubicación de la empresa.
- Determinar cuáles serán las características del proceso de producción.
- Definir la maquinaria y el equipo más adecuado para producir el producto.
- Crear una estructura organizacional que permita el máximo rendimiento del recurso humano.

4.2.3. Tamaño del Proyecto

Para el tamaño de la planta se ha determinado inicialmente en base a una proporción de la demanda insatisfecha obtenida anteriormente en el estudio de mercado:

Tabla N° 15

Porción de la demanda insatisfecha a satisfacer

Detalle	Producción mes	Producción anual	% de la demanda insatisfecha
Unidades de producto 30 gr.	29999	359992	44,72%
Cantidad en gramos	899980	10799760	
Cantidad en kilogramos	899,98	10799,76	

Fuente: Tabla No. 14

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 18 de Octubre del 2013

Como se observa en la tabla anterior se planea abarcar apenas el 44,72% de la demanda insatisfecha existente, lo que se considera una producción adecuada para el inicio de operaciones de la planta, esperando que con el tiempo se pueda lograr alcanzar un porcentaje más alto, de igual manera en lo que se refiere a la tecnología, aunque la misma será de punta, considerando la inversión y comparándolas con las del sector que son amplias, el proyecto se lo clasifica de tamaño pequeño.

En cuanto a la distribución de la planta, la misma tendrá las siguientes dimensiones:

Figura N° 2
Plano Tentativo de la Planta



Fuente: Autores
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 20 de Octubre del 2013

4.2.4. Localización

Una adecuada localización permitirá potenciar los posibles resultados positivos del proyecto, por el contrario, un error en la localización no tiene el carácter de reversible o su costo es extremadamente alto.

La definición del lugar adecuado para la planta tiene dos etapas denominadas macro y micro localización. En la primera se establece el ámbito regional y en la segunda la ubicación exacta del predio donde se instalará el proyecto.

4.2.4.1. Macro localización

En cuanto a la macro localización el proyecto se encontrará ubicado en Sudamérica, en el País de Ecuador, en la Provincia de Chimborazo, en el Cantón Cumandá, dado las ventajas del mismo en relación a los cultivos de cacao.

Figura No. 3
Macro localización



Fuente: <http://www.aecid.ec/espana/oce/html/Provincias/Chimborazo/Chimborazo.html>
Fecha: 18 de Octubre del 2013

4.2.4.2. Micro localización.

La localización de la planta tiene relación con aspectos tecnológicos, ambientales, legales, ubicación de proveedores, competidores entre otros que tienen un gran peso al momento de definir la localización de la planta.

Los aspectos más importantes a considerar para definir una ubicación óptima de la planta pueden ser los siguientes:

- Disponibilidad de materias primas, sus costos y transporte al lugar de la planta.

- El mercado.
- Disponibilidad de mano de obra, su costo, calificación, cantidad, etc.
- Existencia de accesos a la planta como son carreteras.
- Existencia de infraestructura básica como agua, luz, teléfono, etc.
- Disposiciones legales o prohibiciones municipales.
- Clima, condiciones ambientales.
- Seguridad.
- Costo.

Cuadro N° 16

Matriz de Localización

Factor	Peso	Calificación "A"	Ponderación "A"	Calificación "B"	Ponderación "B"
Disponibilidad de materias primas, sus costos y transporte al lugar de la planta.	0,2	9	1,8	7	1,4
El mercado.	0,08	8	0,64	9	0,72
Disponibilidad de mano de obra, su costo, calificación, cantidad, etc.	0,07	7	0,49	7	0,49
Existencia de accesos a la planta como son carreteras.	0,09	9	0,81	9	0,81
Existencia de infraestructura básica como agua, luz, teléfono, etc.	0,15	8	1,2	6	0,9

Disposiciones legales o prohibiciones municipales.	0,15	10	1,5	10	1,5
Clima, condiciones ambientales.	0,05	8	0,4	8	0,4
Seguridad	0,09	8	0,72	8	0,72
Costo	0,12	9	1,08	10	1,2
Total	1		8,64		8,14

Fuente: Autores

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 23 de Octubre del 2013

Ubicaciones de la Planta

“A” Km 2 vía Cumandá y Buenos Aires

“B” Av. Panamericana 496 y Chimborazo

Se ha determinado que la mejor alternativa para la ubicación de la empresa es en Km 2 vía Cumandá y Buenos Aires, de acuerdo a los resultados ponderados, fijados por la matriz de localización, en comparación con la localización “B”.

4.2.5. Ingeniería del Proyecto

En esta fase se analizan los métodos y procesos de transformación a efectuarse, en base a criterios científicos y profesionales que permitan la optimización de los recursos disponibles y así producir un producto de calidad y de bajo costo tanto para el consumidor como para la empresa, se debe considerar que los granos de cacao que se usan para fabricar chocolate sólido se procesan de modo diferente que los granos utilizados para hacer cacao en polvo.

Proceso de Fabricación de Chocolate

Recepción de la Materia Prima

Dentro del proceso de recepción de la materia se cuida que los granos de cacao estén fermentados, secos y no contengan grados de humedad, además de que deben estar sin impurezas como piedras o tierra.

Pesado

Se procede a pesar la cantidad de granos de cacao receptados.

Proceso de Tostado

Se procede a tostarlos con el fin de que la separación de la cascara sea más fácil y quitar ligeramente el sabor amargo.

Descascadora

Saca la cáscara del grano entero, dejando 85% de nibs (grano pelado) y 15% de cáscara, la máquina demora para 100 kilogramos 8 horas.

Extrusora

La máquina extrusora o de extrusión es alimentada por medio de una tolva (manualmente o por un dosificador), hace pasar el grano por un husillo (un tornillo sin fin) calentado y lo expulsa en forma de licor de cacao o pasta de cacao.

Mezclado

Con el fin de librar a la pasta del sabor amargo se la mezcla con azúcar pulverizada y manteca de cacao, misma que puede o no se extraída de la misma partida de granos, en este caso se procederá a utilizar lectina, la cual es una manteca vegetal que reemplaza la manteca de cacao.

Moldeado

El chocolate será moldeado en las diferentes presentaciones, para el proyecto se ha planeado empezar por la relación de chocolates en barra.

Refrigeración

Se coloca en una cámara de refrigeración por un periodo de 20 minutos, para que tome firmeza y sea fácil desmoldarlos.

Desmoldado

Los chocolates se los desmoldará en una mesa de acero inoxidable.

Empaque

Se procede a empacarlos en fundas de polipropileno mono-orientado de 16 cm de largo, por 3,5 cm de ancho y 0,7 cm de profundidad.

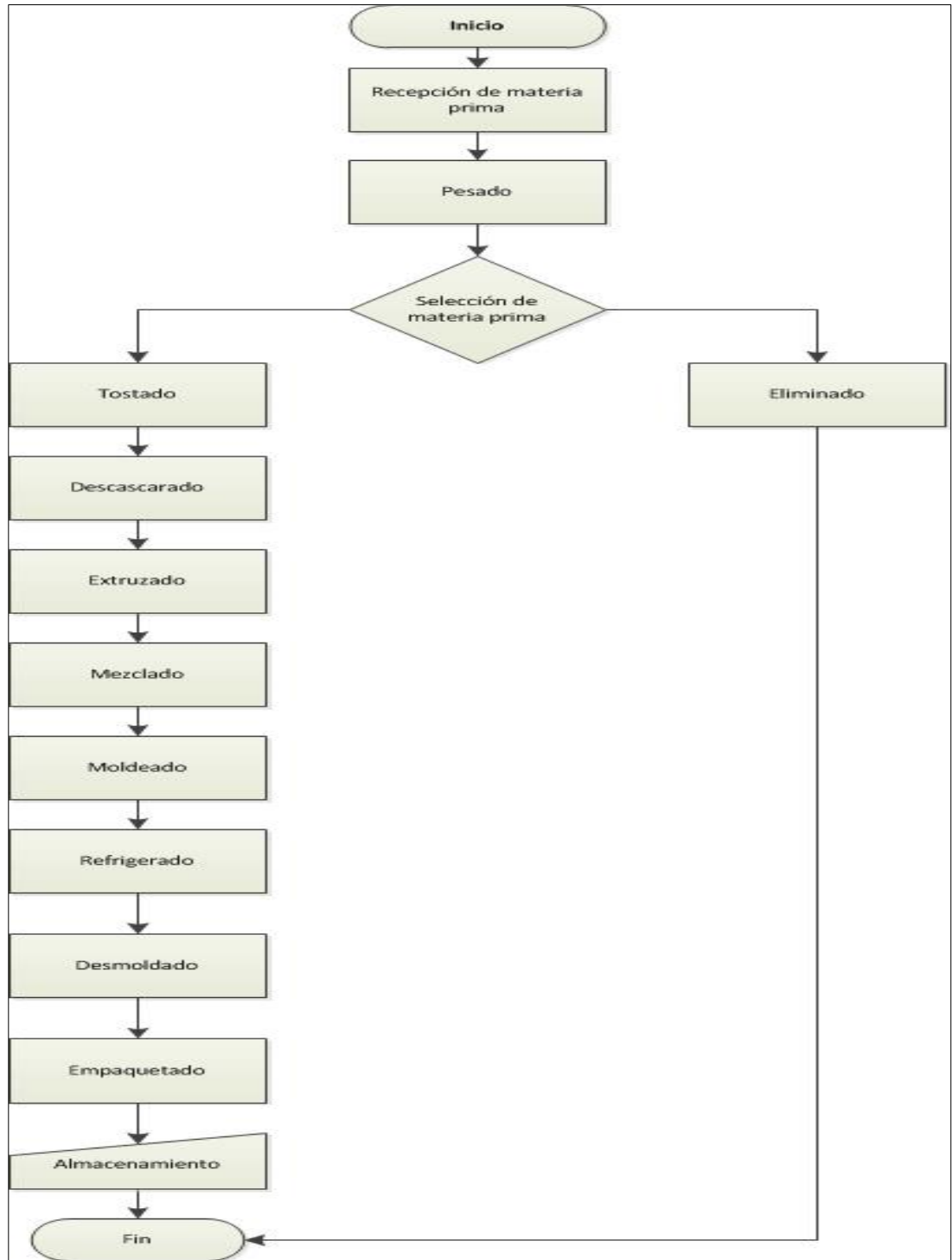
Almacenamiento

Se procede a almacenarlos hasta su distribución.

4.2.5.1 Diagrama del Proceso de la Producción

Figura N° 4

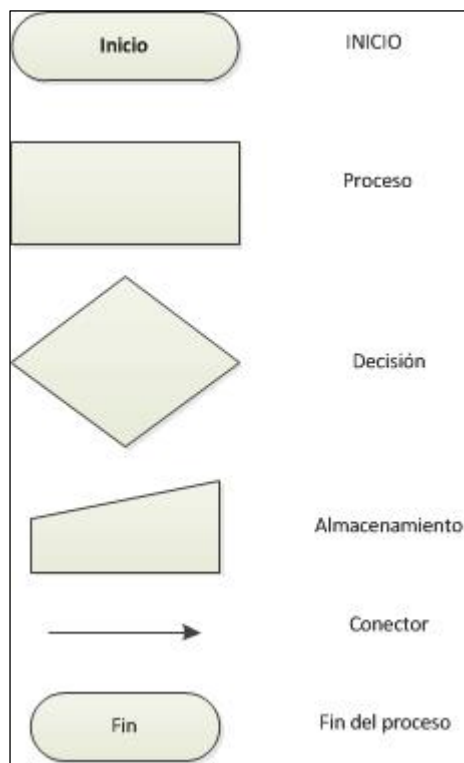
Diagrama del Proceso de la Producción



Fuente: Investigación
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 24 de Octubre del 2013

Figura N° 5

Formas Utilizadas en el Flujograma



Fuente: Investigación
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 25 de Octubre del 2013

4.2.6. Maquinaria y Equipo

Teniendo en cuenta la producción esperada y las diferentes necesidades que se podrían presentar durante el proceso productivo y así como los diferentes costos de la maquinaria y equipo necesario, se ha optado por adquirir la siguiente maquinaria y equipo:

Tabla No. 17
Maquinaria y Equipo

	Cantidad	Unitario	Subtotal	Total
Maquinaria				\$ 39.470,00
Tostador Industrial	1	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00	
Descascadora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Extrusora	1	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00	
Balanza industrial	2	\$ 200,00	\$ 400,00	
Mezcladora	1	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00	
Moldes	100	\$ 4,70	\$ 470,00	
Cámara de refrigeración	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	
Máquina Selladora	2	\$ 3.800,00	\$ 7.600,00	
Mesa de acero inoxidable	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 26 de Octubre del 2013

4.2.7. Cuantificación de las Variables para la Producción

4.2.7.1. Cuantificación de la Materia Prima

Considerando la producción de 899,98 kilogramos mensuales y teniendo en cuenta una merma en materia prima de 4,52kilogramos se producirán 29999 unidades de 30 gramos, a continuación la cuantificación de materia prima y materiales directos.

Tabla No. 18

Cuantificación de la Materia Prima Mensual

Materia Prima	Unidad	Valor Unitario	Valor Total	Total
Cacao	450,00 kg	\$ 1,58	\$ 711,00	\$ 2.583,82
Lecitina de soya	90,00 kg	\$ 1,80	\$ 162,00	
Azúcar pulverizada	360,00 kg	\$ 2,65	\$ 954,00	
Maní	4,50 kg	\$ 1,52	\$ 6,84	
Fundas impresas	29999	\$ 0,025	\$ 749,98	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 26 de Octubre del 2013

4.2.7.1. Cuantificación de la Mano de Obra

En relación a la mano de obra se consideraran los siguientes puestos de trabajo.

Tabla No. 19**Cuantificación de la Mano de Obra**

Cargo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (11,15%)	Aporte Personal (9,35%)	Sueldo	Anual
Gerente	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 318,00	\$ 72,48	\$ 60,78	\$ 661,70	\$ 8.908,40
Secretaria - Contadora	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 318,00	\$ 55,75	\$ 46,75	\$ 509,00	\$ 6.926,00
Obrero 1	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 35,46	\$ 29,73	\$ 323,72	\$ 4.520,69
Obrero 2	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 35,46	\$ 29,73	\$ 323,72	\$ 4.520,69
Chofer vendedor	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 318,00	\$ 55,75	\$ 46,75	\$ 509,00	\$ 6.926,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 26 de Octubre del 2013

4.2.8. Requerimientos Legales

Dentro del estudio técnico es necesario analizar los requerimientos legales existentes, ya que estos constituyen un pilar fundamental en la realización de un determinado proyecto debido a que en estos requerimientos trascienden los alcances legales de cómo constituir y formalizar una empresa, pues se refiere al estudio de las normas y regulaciones que existen en la localidad relacionadas con el tipo de proyecto y de la actividad económica que desarrollará el mismo, las mismas que podrían limitar el desarrollo del proyecto parcial o completamente.

Hay que tener en cuenta que los rubros que se determinen en este punto también afectarán a los costos económicos y operativos del proyecto, por lo que también deben ser cuantificados de una manera objetiva.

Los requerimientos legales básicamente son:

4.2.8.1. Permiso de Sanidad

Para obtener el permiso de sanidad se deberá presentar:

- Exámenes de sangre y heces.
- Certificado de salud y una foto.
- Compra solicitud en tesorería.
- Copia de la cédula.
- Permiso bomberos.
- Acta de inspección.
- Certificado de capacitación.⁴¹

4.2.8.2. Registro de Marcas

Marca es todo signo, nombre comercial, lema comercial (slogan), que pueda tener una capacidad distintiva en el mercado y que permita al consumidor identificar los diversos productos y servicios ofertados por los distintos competidores.⁴²

⁴¹Dirección Provincial de Salud de Cumandá. (servicio al cliente)

⁴²Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

A modo de ejemplo puede constituir marca, las palabras o combinación de palabras, las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos. De igual manera se podrán solicitar los sonidos y olores, las letras y los números, también se podrá solicitar como marca un color delimitado por una forma, o una combinación de colores, la forma de los productos, sus envases, envolturas y cualquier combinación de signos.

Protección de la Marca

Un signo distintivo adquiere protección exclusiva y excluyente únicamente a través del registro de la misma ante el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) para proteger productos o servicios encasillados en una determinada clase internacional.⁴³

Proceso para el Registro de la Marca

Se presenta una solicitud de registro ante la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), en la cual se indique la marca que se pretende registrar así como los productos o servicios que se vayan a comercializar con dicha marca en el mercado.⁴⁴

Dicha solicitud de registro deberá ser presentada de ser el caso, junto con el poder correspondiente que legitime la intervención del abogado que lleva el trámite.

Una vez presentada la solicitud de registro, la autoridad correspondiente le asignará un número de trámite y hará constar la fecha de su presentación.

Requisitos de Forma y Fondo

Requisitos de Fondo:

Distintividad, susceptibilidad de representación gráfica.

Requisitos de Forma:

- Identificación del peticionario (nombre, domicilio, nacionalidad)

⁴³Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

⁴⁴Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

- Descripción clara y completa de la marca a registrarse
- Indicación expresa de los productos o servicios y la clase internacional
- Reproducción de la marca cuando esta contenga elementos gráficos
- Comprobante de pago de tasa oficial

Trámite Una Vez Presentada la Solicitud de Registro⁴⁵

Dentro de quince días aproximadamente, contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud de registro la oficina nacional competente realizará un examen de forma de la solicitud de la marca, con el fin de verificar que ésta cumpla con los requisitos necesarios.

Si del examen de forma se verifica que la solicitud no cumple con los requisitos, se notificará al solicitante para que éste la complete durante el plazo de sesenta días.

En el caso de que la solicitud cumpla con todos los requisitos legales, se ordenará su publicación en la Gaceta de Propiedad Industrial para que durante el plazo de 30 días posteriores a su publicación, prorrogables una sola vez por un período igual, cualquier persona que se vea afectada o que tenga legítimo interés presente oposición.

4.2.8.3. Forma Societaria

La empresa se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada.

De la Constitución⁴⁶

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

⁴⁵Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

⁴⁶Corporación de Estudios y Publicaciones. Ley de Compañías. Quito, CEP, 2008. Pág. 18

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguro, capitalización y ahorro.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

Del Capital⁴⁷

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura

⁴⁷Corporación de Estudios y Publicaciones. Ley de Compañías. Quito, CEP, 2008. Pág. 19

correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social. En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y elaboradas, un cinco por ciento para este objeto.

La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social. La cesión se hará por escritura pública. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

De la Administración⁴⁸

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

⁴⁸Corporación de Estudios y Publicaciones. Ley de Compañías. Quito, CEP, 2008. Pág. 20

Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente. Las ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, las extraordinarias, en cualquier época en que fueren convocadas. En las juntas generales sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. Las juntas generales serán convocadas por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, al fijado para la reunión, o por los medios previstos en el contrato.

Los administradores o gerentes se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y, en caso de no señalárseles, a las resoluciones de los socios tomadas en junta general. A falta de estipulación contractual o de resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social, de aquellos que pudieren impedir que posteriormente la compañía cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social.

Si hubiere más de dos gerentes o administradores, las resoluciones de éstos se tomarán por mayoría de votos, a no ser que en el contrato social se establezca obligatoriedad de obrar conjuntamente, en cuyo caso se requerirá unanimidad para las resoluciones.

De la Forma del Contrato⁴⁹

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

En la escritura se expresará:

⁴⁹Corporación de Estudios y Publicaciones. Ley de Compañías. Quito, CEP, 2008. Pág. 21

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio.
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía.
3. El objeto social, debidamente concretado.
4. La duración de la compañía.
5. El domicilio de la compañía.
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la.
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en la Ley.

4.2.8.4. Licencias

Según el lugar de funcionamiento o de ejecución del proyecto, se tienen que realizar los trámites para obtener la licencia de funcionamiento. Este se efectuará ante la municipalidad de la ciudad o ante autoridad competente, presentando normalmente los siguientes documentos:⁵⁰

⁵⁰ Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Cumandá (atención al cliente)

- Título de propiedad o contrato de alquiler.
- Copia de escritura de constitución de la empresa inscrita en registros públicos.
- Copia de documentos que acrediten el pago de tributos como predial, arbitrios.
- Copia de comprobante de inscripción del Registro Único de Contribuyente (RUC).

4.2.8.5. Afectación Tributaria

La empresa debe poseer la respectiva identificación tributaria (RUC) para poder funcionar normalmente y de esta forma poder pagar sus obligaciones tributarias. Para obtener el RUC se tendrá que presentar los siguientes documentos ante el Servicio de Rentas Internas (SRI):⁵¹

- Formulario 01-A con los datos completos y firmado por el representante legal. (sin borrones, ni enmendaduras).
- Formulario 01-B datos de la ubicación de la sociedad. (sin borrones, ni enmendaduras).
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación actualizada del representante legal o el pasaporte y tipo de visa en caso de ser extranjero.
- Original y copia del nombramiento legalizado ya sea:
 1. Inscrito en el registro mercantil para las sociedades bajo la Superintendencia de Compañías.
 2. Reconocimiento de firmas para las sociedades de hecho.
 3. Abalizado por el organismo regulador para las sociedades sin fines de lucro.

⁵¹Servicio de Rentas Internas (atención al cliente)

- Copia del último pago de agua, luz o teléfono del lugar donde funciona la sociedad a nombre del representante legal, accionistas o socios.
- Si el inmueble donde funciona la sociedad es arrendada también tiene que traer una copia del último pago de agua, luz o teléfono y el contrato de arrendamiento legalizado. (Notariado o en el inquilinato).
- En el caso de que el inmueble donde funciona la sociedad no le cobran arriendo debe presentar la carta de cesión gratuita.
- Carta suscrita por el contador indicando su relación laboral o contractual con el contribuyente, copia de la cédula de identidad, papeleta de votación del contador.

4.2.8.6. Registro Sanitario

- Nombre completo del producto, marca comercial.
- Nombre, razón social del fabricante y dirección, ciudad, sector, calle, número de casa.
- “Lista de ingredientes (formula cuali-cuantitativa referida a 100 gr. incluye aditivos).”⁵²
- Número de lote.
- Fechas elaboración del producto.
- Fecha de vencimiento del producto.
- Formas de presentación.
- Condiciones de conservación.
- Firma del propietario o representante legal y representante técnico.
- Certificado del control de calidad del producto, otorgado por cualquier laboratorio.
- Informe técnico del proceso de elaboración con la firma del representante.
- Ficha de estabilidad del producto que acredite el tiempo máximo, firma del técnico responsable y representante legal del laboratorio en donde fue elaborado.

⁵²Dirección Provincial de Salud de Chimborazo (noviembre 2013)

- Permiso sanitario de funcionamiento.
- Proyecto de rotulo, o etiqueta del producto con datos INEN.
- El fabricante presentara una copia del certificado de su existencia y nombramiento del representante legal de la misma.
- Factura a nombre del Instituto Nacional de Higiene por derecho.
- Certificado del material de empaque.
- Interpretación del número de lote.

4.3. Lineamientos Estratégicos

4.3.1. Diseño de la Misión

“La misión es el objetivo supremo de la empresa, y expresa de manera muy general lo que quiere alcanzar la organización en función de sus aspiraciones y en cuanto a su papel en la sociedad.”⁵³

La misión se ha diseñado tomando en consideración las siguientes preguntas.

¿Qué hace la organización?

Procesar y comercializar chocolate

¿Para qué?

Para satisfacer la demanda de nuestros clientes

¿Cómo?

A través de una alternativa, saludable, de sabor y aroma agradable.

¿Con qué?

Usando materia primas de la mejor calidad.

¿Con que criterios?

Con salubridad, responsabilidad y respeto al medio ambiente.

⁵³OSGOOD.W. Métodos de planificación de negocios. Editorial limusa. 2002. Pag. 46

Misión

Procesar y comercializar chocolate, para satisfacer la demanda de nuestros clientes, a través de una alternativa saludable, de aroma y sabor agradable, usando materia prima de la mejor calidad, basados en valores de salubridad, responsabilidad y respeto al medio ambiente.

4.3.2. Diseño de la Visión

“La visión de la organización debe estar formulada por los líderes de la empresa y debe ser conocida por toda la organización, para tenerla en cuenta en las labores cotidianas, como para impulsar el compromiso con la empresa.”⁵⁴

La visión se ha diseñado tomando en consideración las siguientes preguntas.

¿Cómo sería la empresa dentro de 3 a 5 años?

¿Qué logros de su empresa le gustaría recordar dentro de 5 años?

¿Qué innovaciones podrían hacerse a los servicios que ofrece la empresa?

¿Qué avances tecnológicos podrían incorporarse?

¿Qué otras necesidades y expectativas del cliente podrían satisfacer los servicios que ofrece su empresa dentro de tres a cinco años?

¿Qué talentos humanos especializados necesitaría su unidad de gestión dentro de tres a cinco años?

Visión

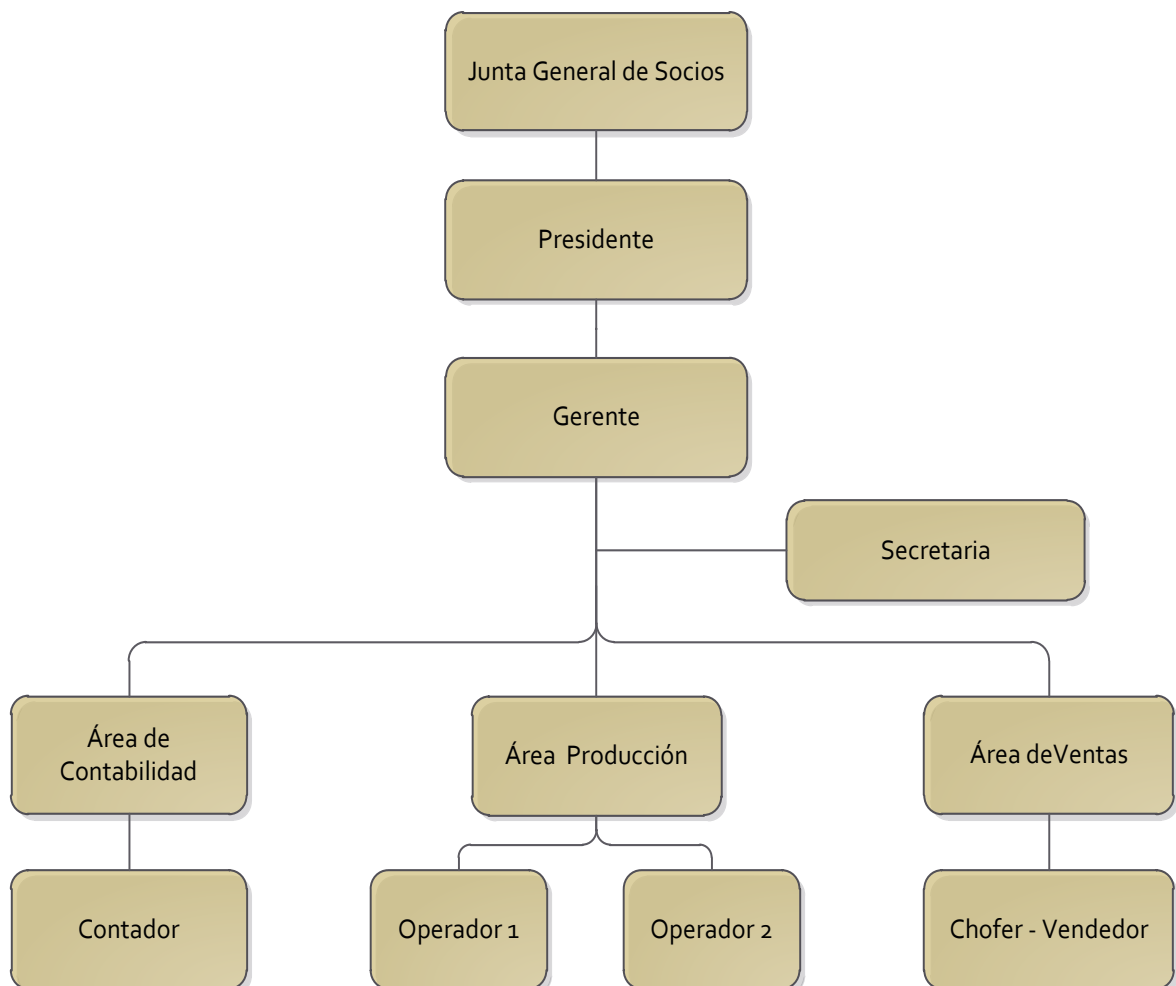
“Lograr una total satisfacción del cliente en cuanto al aroma y sabor del producto, buscando nuevas alternativas para el consumidor, implementando tecnología de punta para mejorar la calidad del producto”.

⁵⁴ OSGOOD. W. Métodos de planificación de negocios. Editorial limusa. 2002. Pag. 46

4.3.3. Estructura Organizacional

Para el diseño de la estructura organizacional se toma en cuenta que la empresa se constituirá como una empresa de responsabilidad limitada por lo tanto tendrá socios, en vez de accionistas como sería en una compañía anónima, de igual manera existirá un presidente el cual presidirá reuniones mas no tendrá un sueldo y por último están los grados estratégicos y operacionales de la empresa.

Figura N° 6
Estructura organizacional



Fuente: Investigación
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 29 de Octubre del 2013

4.4. Estudio Financiero

4.4.1. Introducción

El estudio financiero busca dar una idea de cómo estarán estructurados los principales costos y las inversiones necesarias que se tendrá que realizar al momento de montar la empresa, basados en los datos obtenidos previamente (Estudio Técnico) por lo que dichos datos deben haber sido recopilados de forma objetiva y confiable, para que la información que se refleje en el estudio financiero sea lo más ajustada a la realidad.

En el estudio financiero se realizaran, las siguientes matrices financieras:

- Inversiones.
- Estructura de costos.
- Estado de Resultados.
- Flujo de Efectivo.

4.4.2. Objetivos

4.4.2.1 Objetivo General

- Determinar la sustentabilidad financiera que tiene el proyecto de generar liquidez y rentabilidad para sus inversionistas, a través de la evaluación de la inversión y sus resultados mediante la aplicación de fórmulas técnico-financieras.

4.4.2.2 Objetivos Específicos

- Definir la matriz de las inversiones fija, diferida y capital de trabajo, necesarias que se efectuaran para la creación de la empresa.
- Realizar el estado de costos.
- Estructurar el estado de resultados.
- Realizar el estado de flujo del efectivo.

- Estructurar los estados financieros de situación inicial y final.

4.4.3. Inversión

En lo que se refiere a las inversiones se ha dividido en tres: Inversión fija, intangible y en capital de trabajo, en el cual se desglosa en costos, gastos administrativos, gastos venta y financieros.

Tabla No. 20
Matriz de Inversiones

Rubro	Cantidad	Unitario	Subtotal	Total
Inversión Fija				\$ 60.570,00
Maquinarias				\$ 39.470,00
Tostador Industrial	1	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00	
Descascadora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Extrusora	1	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00	
Balanza industrial	2	\$ 200,00	\$ 400,00	
Mezcladora	1	\$ 4.700,00	\$ 4.700,00	
Moldes	100	\$ 4,70	\$ 470,00	
Cámara de refrigeración	1	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	
Máquina Selladora	2	\$ 3.800,00	\$ 7.600,00	
Mesa de acero inoxidable	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00	
Equipo de Computo	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Muebles de Oficina			\$ 1.800,00	\$ 1.800,00

Vehículo			\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
Inversión Intangible				\$ 1.900,00
Gastos de constitución			\$ 800,00	
Patente			\$ 300,00	
Estudios			\$ 800,00	
Capital de Trabajo mensual				\$ 6.109,04
Materia Prima				\$ 2.583,82
Cacao	450	\$ 1,58	711	
Lecitina de soya	90	\$ 1,80	162	
Azúcar pulverizada	360	\$ 2,65	954	
Maní	4,5	\$ 1,52	6,84	
fundas impresas	29999,25	\$ 0,025	749,98125	
Mano de Obra			\$ 753,45	\$ 753,45
Costos Indirectos				\$ 420,00
Energía eléctrica			\$ 70,00	
Arriendo			\$ 350,00	
Combustible			\$ 120,00	
Gastos Administrativos				\$ 1.374,60
Sueldos			\$ 1.374,60	
Gastos de Venta				\$ 777,17

Sueldos			\$ 577,17	
Publicidad			\$ 200,00	
Gastos Financieros				\$ 200,00
Interés			\$ 200,00	
Total de la Inversión				\$ 68.579,04

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 30 de Octubre del 2013

4.4.4. Fuentes de Financiamiento

En relación a las fuentes de financiamiento, se lo clasifica en financiamiento propio dado por el aporte de los socios y el financiamiento bancario, el cual provendrá de un préstamo bancario.

Tabla No. 21
Fuentes de Financiamiento

Fuente	Valor	%
Socios	\$ 48.579,04	70,84%
Préstamo	\$ 20.000,00	29,16%
Total Financiamiento	\$ 68.579,04	100,00%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 30 de Octubre del 2013

4.4.4.1. Amortización Bancaria

El préstamo que requiere será de \$ 20000 dólares, la forma de pago del mismo se la detalla a continuación en la tabla de amortización bancaria anual, el interés de este será del 12% que es la tasa para préstamos productivos que otorga la corporación financiera.

Tabla No. 22
Tabla de Amortización Bancaria

Periodo	Deuda	Interés	Amortización	Cuota Fija
1	\$ 20.000,00	\$ 2.400,00	\$ 3.148,19	\$ 5.548,19
2	\$ 16.851,81	\$ 2.022,22	\$ 3.525,98	\$ 5.548,19
3	\$ 13.325,83	\$ 1.599,10	\$ 3.949,10	\$ 5.548,19
4	\$ 9.376,73	\$ 1.125,21	\$ 4.422,99	\$ 5.548,19
5	\$ 4.953,75	\$ 594,45	\$ 4.953,75	\$ 5.548,19
Total	\$ 0,00	\$ 7.740,97	\$ 20.000,00	\$ 27.740,97

Fuente: Investigación
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 30 de Octubre del 2013

4.4.5. Cálculo de los Ingresos.

Se ha considerado que la producción de la empresa será de 359.991 barras de 30 gramos, el precio se fijó en 0,30 dólares.

Ventas anuales: 359991 unidades x \$ 0,30 = \$ 107.997,30

Los ingresos se proyectaran considerando un incremento en la producción del 5%, considerando el crecimiento del sector⁵⁵

Tabla No. 23
Ingresos Proyectados

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas	\$ 107.997,30	\$ 113.397,17	\$ 119.067,02	\$ 125.020,37	\$ 131.271,39

Fuente: Investigación
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 31 de Octubre del 2013

⁵⁵Banco Central dl Ecuador. <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000955>

4.4.6. Costos

A los costos se los clasificará en costos fijos y variables, considerando que los costos fijos no se afectan por las unidades producidas de producto y que los costos variables están relacionados directamente a la producción de la empresa.

Tabla No. 24
Matriz de Costos y Gastos

	Cantidad	P. Unit	Fijo	Variable	Total
Materia Prima					\$ 31.005,86
Cacao	5.400 kg.	1,58 kg.		\$ 8.532,00	
Lecitina de soya	1.080 kg.	1,80 kg.		\$ 1.944,00	
Azúcar pulverizada	4.320 kg.	2,65 kg.		\$ 11.448,00	
Maní	54 kg.	1,52 kg.		\$ 82,08	
fundas impresas	359.991 kg.	0,03 kg.		\$ 8.999,78	
Mano de Obra			\$ 9.041,38		\$ 9.041,38
Costos Indirectos					\$ 14.847,00
Energía Eléctrica				\$ 840,00	
Arriendo			\$ 4.200,00		
Combustible				\$ 1.440,00	
Depreciación (anexo 2)			\$ 7.987,00		
Amortización (anexo 3)			\$ 380,00		
Gastos Administrativos					\$ 16.495,20
Sueldos			\$ 16.495,20		
Gastos de Venta					\$ 9.326,00
Sueldos			\$ 6.926,00		
Publicidad			\$ 2.400,00		
Gastos Financieros					\$ 2.400,00
Interés			\$ 2.400,00		
Costos			\$ 49.829,58	\$ 33.285,86	
Costo Total			\$ 83.115,43		\$ 83.115,43

Fuente: Investigación
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 1 de Noviembre del 2013

4.4.6.1. Costo de Producción

El costo de producción está compuesto por la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación y esta relacionadas directamente al producto.

Tabla No. 25
Costo de Producción

<i>Materia Prima</i>	\$ 31.005,86
<i>Mano de Obra</i>	\$ 9.041,38
Costos Indirectos	\$ 14.847,00
Total	\$ 54.894,23

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 4 de Noviembre del 2013

4.4.7. Estado de Resultados

Tabla No. 26

Estado de Resultados

	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 107.997,30	\$ 113.397,17	\$ 119.067,02	\$ 125.020,37	\$ 131.271,39
Valor de Salvamento					\$ 20.635,00
Costo de producción	\$ 54.894,23	\$ 57.638,94	\$ 60.520,89	\$ 63.546,93	\$ 66.724,28
Utilidad Bruta	\$ 53.103,07	\$ 55.758,22	\$ 58.546,13	\$ 61.473,44	\$ 85.182,11
(-) Gastos de Administración	\$ 16.495,20	\$ 17.319,96	\$ 18.185,96	\$ 19.095,26	\$ 20.050,02
(-) Gasto de Ventas	\$ 9.326,00	\$ 9.792,30	\$ 10.281,92	\$ 10.796,01	\$ 11.335,81
(-) Gasto Financiero	\$ 2.400,00	\$ 2.022,22	\$ 1.599,10	\$ 1.125,21	\$ 594,45
Utilidad Neta	\$ 24.881,87	\$ 26.623,75	\$ 28.479,16	\$ 30.456,97	\$ 53.201,83
(-) 15% Part. Trabajadores	\$ 3.732,28	\$ 3.993,56	\$ 4.271,87	\$ 4.568,54	\$ 7.980,27
Utilidad a IR	\$ 21.149,59	\$ 22.630,18	\$ 24.207,29	\$ 25.888,42	\$ 45.221,56
(-) Impuesto a la Renta	\$ 4.652,91	\$ 4.978,64	\$ 5.325,60	\$ 5.695,45	\$ 9.948,74
Utilidad Neta	\$ 16.496,68	\$ 17.651,54	\$ 18.881,68	\$ 20.192,97	\$ 35.272,82

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 6 de Noviembre del 2013

4.4.8. Flujo de caja

Tabla No. 27
Flujo de Caja

	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 107.997,30	\$ 113.397,17	\$ 119.067,02	\$ 125.020,37	\$ 131.271,39
Valor de Salvamento						\$ 20.635,00
Costo de producción		\$ 54.894,23	\$ 57.638,94	\$ 60.520,89	\$ 63.546,93	\$ 66.724,28
Utilidad Bruta		\$ 53.103,07	\$ 55.758,22	\$ 58.546,13	\$ 61.473,44	\$ 85.182,11
(-) Gastos de Administración		\$ 16.495,20	\$ 17.319,96	\$ 18.185,96	\$ 19.095,26	\$ 20.050,02
(-) Gasto de Ventas		\$ 9.326,00	\$ 9.792,30	\$ 10.281,92	\$ 10.796,01	\$ 11.335,81
(-) Gasto Financiero		\$ 2.400,00	\$ 2.022,22	\$ 1.599,10	\$ 1.125,21	\$ 594,45
Utilidad Neta		\$ 24.881,87	\$ 26.623,75	\$ 28.479,16	\$ 30.456,97	\$ 53.201,83
(-) 15% Part. Trabajadores		\$ 3.732,28	\$ 3.993,56	\$ 4.271,87	\$ 4.568,54	\$ 7.980,27
Utilidad a IR		\$ 21.149,59	\$ 22.630,18	\$ 24.207,29	\$ 25.888,42	\$ 45.221,56
(-) Impuesto a la Renta		\$ 4.652,91	\$ 4.978,64	\$ 5.325,60	\$ 5.695,45	\$ 9.948,74
Utilidad Neta		\$ 16.496,68	\$ 17.651,54	\$ 18.881,68	\$ 20.192,97	\$ 35.272,82
(+) depreciación (anexo 2)		\$ 7.987,00	\$ 7.987,00	\$ 7.987,00	\$ 7.987,00	\$ 7.987,00
(+) amortización (anexo 3)		\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00
(-) amortización bancaria		\$ 3.148,19	\$ 3.525,98	\$ 3.949,10	\$ 4.422,99	\$ 4.953,75
Inversión Fija	-\$ 60.570,00					
Inversión Intangible	-\$ 1.900,00					
Inversión en C.T.	-\$ 6.109,04					
Recuperación C. T.						\$ 6.109,04
Flujo de caja	-\$ 68.579,04	\$ 21.335,48	\$ 22.112,57	\$ 22.919,59	\$ 23.756,98	\$ 44.415,11

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 7 de Noviembre del 2013

4.5. Evaluación del Estudio del Proyecto

La evaluación del proyecto es la herramienta mediante la cual se analiza los resultados obtenidos en el proyecto, para determinar su viabilidad financiera - económica.

4.5.1. Objetivos

4.5.1.1 Objetivo General

Determinar la viabilidad financiera y económica.

4.5.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar el Valor Actual Neto.
- Calcular la Tasa Interna de Retorno.
- Determinar la relación Beneficio Costo
- Calcular el Punto de Equilibrio.
- Conocer el período mínimo de recuperación para la inversión.

4.5.2. Valor Actual Neto

Para el cálculo del VAN se ha calculado una tasa de actualización a partir de la sumatoria de la inflación acumulada 4.16% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 4.53%, es decir 8.69%

Tabla No. 28
Valor Actual Neto

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual	Flujo de Efectivo Acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 68.579,04	1	-\$ 68.579,04	-\$ 68.579,04
1	\$ 21.335,48	0,920047842	\$ 19.629,67	-\$ 48.949,37
2	\$ 22.112,57	0,846488032	\$ 18.718,02	-\$ 30.231,35
3	\$ 22.919,59	0,778809488	\$ 17.849,99	-\$ 12.381,35
4	\$ 23.756,98	0,716541989	\$ 17.022,87	\$ 4.641,52
5	\$ 44.415,11	0,659252911	\$ 29.280,79	\$ 33.922,31

Fuente: Flujo de Caja
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 10 de Noviembre del 2013

El valor actual Neto es de \$ 33.922,31 al ser mayor que cero el proyecto es factible.

4.5.3. Tasa Interna de Retorno

Representa en definitiva, porcentualmente cuánto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión elaborada.

Dicha evaluación permitirá conocer que tan rentable será la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos deberán ser analizados por el o los inversionistas para determinar si se ejecuta o no el proyecto.

Para el cálculo de la tasa interna se requiere un van negativo próximo a cero, para lo cual se aplicará una tasa de descuento del 24,16% para la aplicación de la fórmula de la misma.

Tabla No. 29

Valor Actual Neto (-)

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual	Flujo de Efectivo Acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-\$ 68.579,04	1	-\$ 68.579,04	-\$ 68.579,04
1	\$ 21.335,48	0,80539102	\$ 17.183,41	-\$ 51.395,63
2	\$ 22.112,57	0,64865469	\$ 14.343,42	-\$ 37.052,21
3	\$ 22.919,59	0,52242066	\$ 11.973,67	-\$ 25.078,54
4	\$ 23.756,98	0,42075291	\$ 9.995,82	-\$ 15.082,72
5	\$ 44.415,11	0,33887061	\$ 15.050,97	-\$ 31,75

Fuente: Flujo de Caja
 Elaborado por: Los Autores
 Fecha: 11 de Noviembre del 2013

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

$$TIR = 8,69 \% + (15,74\%) (0,9991)$$

$$TIR = 8,69 \% + 15,46\%$$

$$TIR = 24,15\%$$

La Tasa Interna de Retorno es 24,15% y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el proyecto es viable.

4.5.4. Relación Beneficio-Costo

Para la aplicación de la relación beneficio costo se aplicará la siguiente fórmula:

$$R\ b/c = \frac{\sum IngresosActualizados}{\sum EgresosActualizados}$$

Tabla No. 30

Ingresos Actualizados

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual
		$1 / (1 + i) ^ n$	
1	\$ 21.335,48	0,92004784	\$ 19.629,67
2	\$ 22.112,57	0,84648803	\$ 18.718,02
3	\$ 22.919,59	0,77880949	\$ 17.849,99
4	\$ 23.756,98	0,71654199	\$ 17.022,87
5	\$ 44.415,11	0,65925291	\$ 29.280,79
Sumatoria			\$ 102.501,34

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 12 de Noviembre del 2013

$$R\ b/c = \$ 102.501,34 / \$ 68.579,04$$

$$R\ b/c = \$ 1,49$$

El proyecto muestra una relación RB/C de 1,49 resultado mayor a la unidad, lo que significa que el proyecto obtiene 49 centavos por cada dólar invertido, asignación a la que se puede calificar como económicamente eficiente.

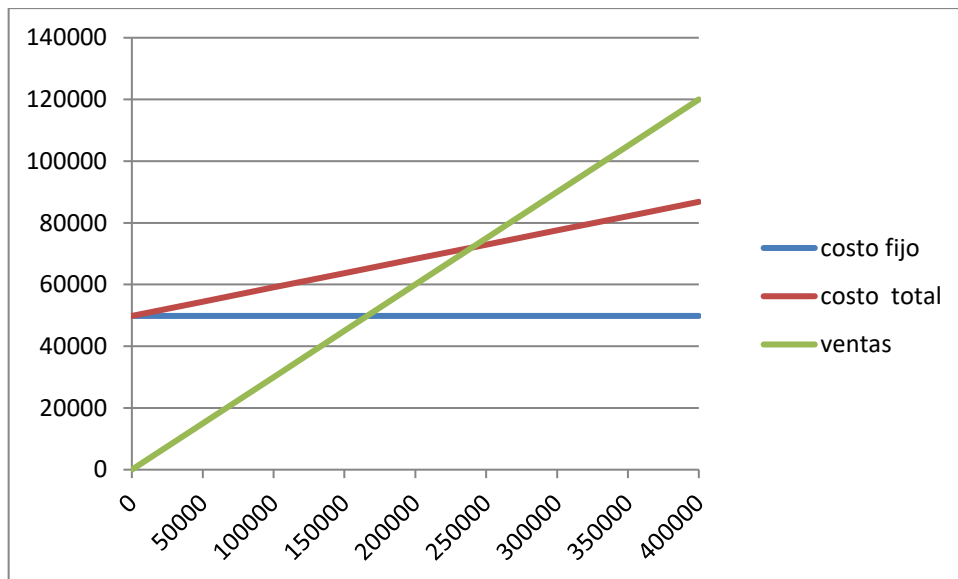
4.5.5. Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se presentan a continuación los siguientes datos.

Costo Fijo	\$ 49.829,58
Costo Variable Unitario	\$ 0,21
Capacidad de producción	359991
Precio de Venta	\$ 0.30

$$\begin{array}{r}
 \text{Costo Fijo} \\
 \hline
 \text{Precio de Venta} \quad - \quad \text{Costo Variable Unitario} \\
 \hline
 \$ 49.829,58 \\
 \hline
 \$ 0.30 \quad - \quad \$ 0,09 \\
 \hline
 \$ 48675,53 \\
 \hline
 \$ 0,21 \\
 \hline
 240.100 \text{ Unidades}
 \end{array}$$

Gráfico No. 11
Punto de Equilibrio



Fuente: Calculo del Punto de Equilibrio
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 14 de Noviembre del 2013

4.5.6. Período de Recuperación de la Inversión

En el cálculo del período de recuperación de la inversión, se determinará hasta que año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres.

Tabla No. 31
Período de Recuperación de la Inversión

Periodos	Inversión	Flujos	Flujos Acumulados
0	\$ 68.579,04		
1		\$ 21.335,48	\$ 21.335,48
2		\$ 22.112,57	\$ 43.448,05
3		\$ 22.919,59	\$ 66.367,64
4		\$ 23.756,98	\$ 90.124,62
5		\$ 44.415,11	\$ 134.539,73

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: Los Autores
Fecha: 16 de Noviembre del 2013

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta que año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres.

$$\text{Periodo de recuperación de la inversión} = a + ((b - c) / d)$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Periodo de Recuperación de la Inversión = $a + ((b - c) / d)$

A = 3
B = \$ 68.579,04
C = \$ 66.367,64
D = \$ 23.756,98

Periodo de Recuperación de la Inversión = $3 + (\$ 68.579,04 - \$ 66.367,64) / \$ 23.756,98)$

Periodo de Recuperación de la Inversión = \$ 3,0931

Para el cálculo más exacto se transformará \$ 3,0931 años a meses a través de una regla de tres.

Años	Meses
1	12
0,0931	1,111

El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 1 mes, y dado que el proyecto tiene un periodo de evaluación de 5 años, en general la puesta en marcha del mismo es recomendable.

4.5.7. Resumen de Indicadores

Tabla No. 32
Resumen de Indicadores

INDICADOR	VALOR
VAN	\$ 33.922,31
TIR	24,15%
R. B/C	\$ 1,49
Punto de Equilibrio	240.100 Unidades
PRI	3 años 1 mes

Fuente: Tabla 28, 29, 30

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 18 de Noviembre del 2013

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El estudio de mercado determinó resultados positivos, los cuales permiten visualizar una aceptación del 82,19% del producto, además de contar con una demanda insatisfecha amplia, la cual llega a 23.844 kg en el 2013, se debe considerar además que el producto que más aceptación tiene es el chocolate negro con 75,68% frente al blanco con el 24,32%.
- Las personas encuestadas reflejan en su mayoría que preferirían adquirir el producto en tiendas de barrio (60,93%) y de forma alternativa en los supermercados (29,78%), información relevante para el diseño de canales de distribución adecuados.
- Existen algunos trámites tanto para la constitución de la empresa como permisos sanitarios, los cuales son prioritarios para el funcionamiento de la misma.
- El rubro más alto en lo que se refiere a los costos de materia prima, en cuanto a sus componentes es la azúcar pulverizada, seguido por la lecitina de soya.
- Después de haber realizado la evaluación al proyecto, mediante la aplicación de fórmulas técnico financieras y otros métodos de evaluación se ha podido obtener los siguientes resultados:
 - ✓ Punto de equilibrio: 240.100 unidades
 - ✓ Período de Recuperación de la Inversión: 3 años 1 mes
 - ✓ Valor Actual Neto: \$ 33.922,31
 - ✓ Tasa Interna de retorno: 24,15%
 - ✓ Relación Beneficio/ Costo: \$ 1,49

Todos los resultados muestran que el proyecto es factible desde el punto de vista económico – financiero.

5.2. Recomendaciones

Considerando los resultados y conclusiones del proyecto se recomienda:

- Aprovechar la aceptación que el producto tendrá en el mercado, pues las ventas son el pilar fundamental de una empresa y con una correcta gestión de la misma y calidad en los procesos del producto, acompañado de la alta demanda insatisfecha existente, la empresa adquirirá amplias posibilidades de crecimiento y sostenibilidad.
- Tomar en consideración que es muy importante el proveer a todos los minoristas el producto, especialmente en los barrios con mayores asentamiento poblacionales, aprovechando la información que se obtuvo en el estudio de mercado.
- Tener cuidado y diligencia en lo que respecta a los permisos sanitarios ya que podría ocasionar demoras y gastos imprevistos, por los requisitos de adecuación que exigen.
- Realizar alianzas estratégicas con los proveedores de azúcar pulverizada y lecitina de soya, pues al comprar grandes cantidades de las mismas, se deberá pedir descuentos y que el precio se mantenga estable, considerando que son los componentes de la materia prima más costosa.
- Analizados todos los indicadores del proyecto como son el Punto de equilibrio 240.100 unidades de una capacidad de producción total de 359991 unidades, un período de recuperación de la Inversión de 3 años 1 mes, de un período de evaluación de proyecto de 5 años, un valor actual neto de \$ 33.922,31 mayor a uno, una tasa interna de retorno de 24,15% superior a la tasa de descuento 8,69% (inflación acumulada + tasa pasiva) y la Relación Beneficio/ Costo de \$ 1,49 mayor a uno, se puede apreciar la factibilidad del proyecto y se recomienda ponerlo en marcha el proyecto.

Resumen

La presente Tesis es un Proyecto de Factibilidad desarrollado para el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo, Período 2013, para la creación de una empresa procesadora de cacao que pueda producir de manera adecuada, con lo que se beneficiará al desarrollo del Cantón a través de la generación de empleos directos e indirectos, la creación de una empresa y la proyección del Cantón a través de un producto que cumpla con estándares de calidad.

Se han utilizado encuestas con las cuales se obtuvieron principalmente las preferencias en cuanto a los gustos de los potenciales consumidores y todo lo relacionado al posible nicho de mercado, también se utilizó la revisión de la bibliografía que consistió en recolectar información segura y confiable por medio de libros, folletos, módulos, por último en investigación electrónica (Internet) con la cual se obtuvieron datos reales y actuales de las variables macroeconómicas como la inflación y la población económicamente activa.

Dentro de la propuesta se ha manipulado un formato de proyecto preestablecido inicia por un estudio de mercado, se estableció la existencia de una demanda insatisfecha, seguido por el estudio técnico, se determinó el tamaño del proyecto siendo este pequeño considerando las inversiones de empresas similares, se identificó la localización más adecuada que es en el Km 2 vía Cumandá y Buenos Aires.

Se mostró a través de un diagrama de flujo todos los procesos para la producción del chocolate, en cuanto a los requerimientos legales se listaron de forma individual describiendo los requisitos para obtener el permiso sanitario, el registro de marca, la forma societaria, las licencias y requisitos tributarios, en cuanto al estudio financiero y su evaluación, se han obtenido resultados favorables.

El proyecto tiene un buen rendimiento para el inversionista pues la inversión se recupera dentro de tres años un mes, además de resultar positivo en lo que se refiere al valor actual neto y la relación beneficio costo, con una tasa interna de retorno del 24,15%, superior a la tasa de oportunidad, por lo que se recomienda aprovechar la aceptación que tiene el producto dentro del mercado y poner el proyecto en ejecución.

Summary

The researching work is a feasibility project developed for the decentralized self-government of Cumandá Canton in the Chimborazo Province, Period 2013 to the creation of a processing cacao Company that can produce adequately, which will benefit the development of the Canton through the creation of direct and indirect Jobs, creating a company and the projection of Canton through a product that meets quality standards.

Surveys have been used which were obtained principally preferences as to the tastes of potential consumers and everything related to possible market niche, also used the literature review to collect safe and reliable information through books, pamphlets, modules, latest electronic research (internet) which obtained real and current data of macroeconomic variables such as inflation and the economically active population.

Within the proposal has been manipulated a preset format project which started by a market study, was established the existence of an unsatisfied demand, followed by the technical study, it determined the size of the small project considering the investment of similar companies, it identified the most appropriate location that is in Cumandá km² and Buenos Aires road

Showed through a flowchart all processes for the chocolate production, the legal requirements were listed individually describing the requirements for the sanitary permit, registration mark, the corporate form, licensing and tax requirements, about the financial study and its evaluation obtained positive results.

he project has a good performance for the investor because the investment is recovered within three years and one month, also the positive regards to the net value and the benefit cost, with an internal rate of return of 24.15% above the rate of opportunity, so it is recommended to take the acceptance of the product in the market and get the project carrying out.

Bibliografía

- Álvarez, J. (2011). Estadística para la toma de decisiones. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Arca, F. G., Álvarez, A. B., Álvarez, D. L., Mera, E. L., Troncoso, E. P., Novoa, E. S., y otros. (2005). Gestión comercial de la pyme. Herramientas y técnicas. España: Ideaspropias Editorial.
- Besterfeld, D. (2009). Control de Calidad. Mexico: Pearson.
- Boxwell, R. (2005). Benchmarking para competir con ventaja. Madrid: Mc Graw Hill.
- Carrasco, J. B. (2009). Gestión de procesos. Santiago: Evolución S.A.
- Chiavenato, I. (2007). Introducción a la teoría general de la administración. Mexico: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). Administración, Teoría, proceso y práctica. México : Mc Graw Hill.
- Coss, R. (2008). Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. México: Limusa.
- Dávalos, N. (2010). Diccionario de Contabilidad, Administración y Auditoría. Quito: Abaco.
- Dezuani, R. (2008). Introducción a la Administración de Organizaciones. Buenos Aires: Valleta.
- Fleitman, J. (2009). Negocios Exitosos. California: Mc Graw Hill.
- Galindo, E. (2010). Estadística para la Administración y la Ingeniería. Quito: Gráficas Mediavilla Hnos.
- Gan, F., & Triginé, J. (2006). Manual de instrumentos de gestión y desarrollo de las personas en las organizaciones. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S. A.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1999). Administración: Una perspectiva global. Mexico : Mc Graw Hill.

Koontz, H., & Weihrich, H. (2007). Elementos de administración. Mexico: McGraw Hill.

Olson, J., & Peter, J. P. (2006). Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing. Mexico: Mc Graw Hill.

Polimeni, R., Fabozzi, F., Adelberg, A., & Cole, M. (1997). Contabilidad de costos. Colombia: McGraw Hill.

Quilumbango, F. (2013). Módulo de Tributación Fiscal. Riobamba: Servicio ecuatoriano de capacitacion profesional.

Romero, R. (2009). Marketing. Madrid: Palmir .

Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2009). Economía. Boston: Mc Graw Hill.

INTERNET

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Inflación, Tasa de Interés Activa referencial, Producto Interno Bruto, Índice de Pobreza, Exportaciones de Ecuador, (www.bce.fin.ec)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, Índices, Tasas, Estadísticas, (<http://www.inec.gov.ec>)

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN (<http://www.inen.gov.ec>)

Anexos

Anexo 1

Modelo de la Encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Objetivo: Determinar la demanda potencial de los productos de una empresa procesadora de cacao.

Edad:.....

Género: Masculino _____ Femenino _____

1. ¿Con qué frecuencia consume usted chocolate?

Todos los días _____

Una vez a la semana _____

Una vez al mes _____

No consumo chocolate _____

2. ¿Qué tipo de chocolate prefiere usted?

Blanco _____ Negro _____

3. ¿Adquiriría chocolate de una nueva empresa procesadora, de cacao ubicada en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo?

Si _____ No _____

4. ¿Dónde compra habitualmente el chocolate?

Supermercado _____ Tienda del Barrio _____
Del productor _____ Otro (especifique).....

5. ¿Qué atributo considera más importante a la hora de comprar chocolate?

Marca _____ Precio _____
Sabor-aroma _____ Lugar de Adquisición _____

6. ¿De las siguientes empresas reconocidas, cual relaciona usted más con el chocolate?

Ferrero _____ Ecuacoffee _____
Confiteca _____ Ecuacocoa _____
La Universal _____ Nestlé _____

7. ¿Qué tipo de presentación de chocolates compra usted?

- Bombones
- Chocolate en barra
- Chocolate de formas
- Chocolate en polvo

8. ¿Cuánto pagaría usted por una barra de chocolate (mediana) de 30 gr?

De 0,36 a 0,40 dólares _____ De 0,41 a 0,45 dólares _____
De 0,46 a 0,50 dólares _____ De 0,51 a 0,56 dólares _____

9. ¿Qué relleno es el que más le gusta a usted?

- Frutas
- Maní
- Licor
- Otro:.....

Anexo 2
Depreciación de Activos Fijos

Activos Fijos	Valor	% depreciación	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	Valor residual
Tostador Industrial	\$ 8.500,00	10,00%	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 4.250,00
Descascadora	\$ 1.200,00	10,00%	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 600,00
Extrusora	\$ 10.500,00	10,00%	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 5.250,00
Balanza industrial	\$ 400,00	10,00%	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 200,00
Mezcladora	\$ 4.700,00	10,00%	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 2.350,00
Moldes	\$ 470,00	10,00%	\$ 47,00	\$ 47,00	\$ 47,00	\$ 47,00	\$ 47,00	\$ 235,00
Cámara de refrigeración	\$ 4.500,00	10,00%	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 2.250,00
Maquina Selladora	\$ 7.600,00	10,00%	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 760,00	\$ 3.800,00
Mesa de acero inoxidable	\$ 1.600,00	10,00%	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 800,00
Equipo de Computo	\$ 1.300,00	20,00%	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 0,00
Muebles de Oficina	\$ 1.800,00	10,00%	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 900,00
Vehículo	\$ 18.000,00	20,00%	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 0,00
Total	\$ 60.570,00		\$ 7.987,00	\$ 7.987,00	\$ 7.987,00	\$ 7.987,00	\$ 7.987,00	\$ 20.635,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 14 de Noviembre del 2013

Anexo 3
Amortización Activos Intangibles

Intangibles	Valor	% depreciación	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	Valor residual
Gastos de constitución	\$ 800,00	20,00%	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 0,00
Patente	\$ 300,00	20,00%	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 0,00
Estudios	\$ 800,00	20,00%	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 0,00
Total	\$ 1.900,00		\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 0,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Los Autores

Fecha: 14 de Noviembre del 2013