



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE ECONOMIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

ECONOMISTA

TEMA:

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE
ARTESANAL, DESTINADO AL SECTOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN EL
TRIUNFO, PROVINCIA DEL GUAYAS**

TUTOR:

ECON. MÓNICA LEORO LLERENA, MAE. MSC.

AUTORES:

JORGE LUIS VILLACRÉS HELGUERO

CHRISTIAN ANDRES VILLACRÉS HELGUERO

GUAYAQUIL

2018

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO: Estudio de prefactibilidad para la elaboración de chocolate artesanal, destinado al sector turístico en el cantón El Triunfo, provincia del Guayas.		
AUTOR/ES: Jorge Luis Villacrés Helguero Christian Andrés Villacrés Helguero	REVISORES O TUTORES: Econ. Mónica Leoro Llerena, MAE. MSC.	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Economista	
FACULTAD: FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	CARRERA: ECONOMIA	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2018	N. DE PAGS: 123	
ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias Sociales y del Comportamiento		
PALABRAS CLAVE: Prefactibilidad, chocolate, artesanal, turismo, elaboración.		
RESUMEN: El propósito principal y primordial de esta tesis es demostrar que nuestro país Ecuador es un país en donde se cultivan una gran variedad de productos los cuales al ser procesados y luego convertidos en alimentos aptos para el consumo humano son un deleite para muchas personas; así es el caso que en nuestro país se siembre en gran escala plantas de cacao de cual se extrae el chocolate que es un producto apetecido en todo el mundo; pero este tipo de chocolate se lo elabora de manera artesanal que ha permitido que cruce las fronteras debido al gran sabor nutricional que ha cautivado muchos paladares de centenares de personas que se consideran amantes del chocolate y por ende del consumo de productos naturales.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

CONTACTO CON AUTOR/ES: Jorge Luis Villacrés Helguero Christian Andrés Villacrés Helguero	Teléfono: 0988274760 0960083640	E-mail: jorgeluisv_h@hotmail.com cristian9.5@hotmail.es
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mg. Economía Mónica Jacqueline Leoro Llerena Director de Economía Teléfono: 2596500 Ext. 226 E-mail: mleoro@ulvr.edu.ec Director de Carrera de Economía	

CERTIFICADO DE SIMILITUDES

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS_VILLACRES_3 Sept_2018.docx (D41122430)
Submitted: 9/4/2018 4:07:00 AM
Submitted By: cristian9.5@hotmail.es
Significance: 6 %

Sources included in the report:

<http://www.revistalideres.ec/lideres/sabor-dulce-preferido-ecuador.html>
<http://www.mundodelchocolate.co/frutos-y-tipos-del-cacao-todo-lo-que-debes-saber/>
<http://www.matematicas10.net/2015/12/ejemplos-de-muestra.html>
<http://economiaes.com/cuentas/produccion.html>
<http://pacarinadelsur.com/home/mascaras-e-identidades/1288-cinco-casos-exitosos-de-emprendimiento-femenino-en-el-ecuador>
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-lidera-la-produccion-de-cacao-fino-de-aroma>
https://es.wikipedia.org/wiki/Theobroma_cacao
http://www.deguate.com/artman/publish/hist_losmayas/historia-del-cacao.shtml
<http://fortalezadelvalle.org/ecuador-tiene-dos-tipos-de-cacao/>
<http://www.eumed.net/cursecon/dic/P11.htm>
<http://www.elcomercio.com/actualidad/60-expositores-participan-salon-chocolate.html>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Chocolate>
<http://economiaenbicicleta.com/cambio-de-la-matriz-productiva/>
<http://agricultura-tropical-ecuador.blogspot.com/2010/11/historia-del-cacao.html>
<http://espanol.mercola.com/boletin-de-salud/beneficios-del-queso.aspx>
<https://definicion.de/produccion/>
https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_chocolate
<http://www.economia4i.com/spa/d/produccion/produccion.htm>
https://historyabiografias.com/historia_cacao/
<http://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuatoriano-historia-empezo-siglo.html>
<http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/58-teoria-del-valor-trabajo-adam-smith>
<http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-lidera-tasa-emprendimiento-necesidad.html>
<http://mivaelcacao.com/es/su-historia/>
<http://www.cuidateplus.com/alimentacion/nutricion/2001/04/16/chocolate-nutricional-9652.html>
<http://chocolatissimo.com/tipos-de-cacao/>
<http://www.planificacion.gob.ec/cambio-de-la-matriz-productiva-es-un-desafio-para-el-gobierno-nacional/>

Firma:



ECON. MÓNICA LEORO LLERENA, MAE. MSC.

C.I. # 0917054330

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los señores egresados Jorge Luis Villacrés Helguero y Christian Andrés Villacrés Helguero declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

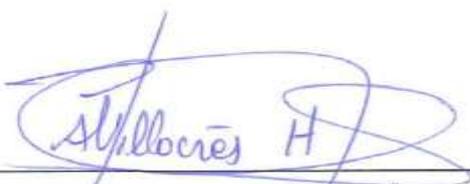
De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar la pre factibilidad de la elaboración de chocolate artesanal, destinado al sector turístico en el cantón El Triunfo, provincia del Guayas.

Autores:



JORGE LUIS VILLACRÉS HELGUERO
C.I. 0929782449



CHRISTIAN ANDRES VILLACRÉS HELGUERO
C.I. 0929782316

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE ARTESANAL, DESTINADO AL SECTOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN EL TRIUNFO, PROVINCIA DEL GUAYAS, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: "ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE ARTESANAL, DESTINADO AL SECTOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN EL TRIUNFO, PROVINCIA DEL GUAYAS", presentado por los estudiantes JORGE LUIS VILLACRES HELGUERO y CHRISTIAN ANDRES VILLACRES HELGUERO como requisito previo, para optar al título de ECONOMISTA, encontrándose apto para su sustentación:

Firma: _____

ECON. MÓNICA LEORO LLERENA, MAE. MSC

C.I. 0917054330

DEDICATORIA

A mi madre Lucy Helguero y a mi padre Wood Villacres, los cuales siempre me han ayudado en mi educación, brindándome todo su apoyo; también supieron brindarnos su educación y valores tanto a mí como a mis hermanos, lo cual son pilares fundamentales de lo que los somos en la actualidad.

Este proyecto de investigación tiene la finalidad de contribuir de una manera a todas las personas que se dedican al agro en el país.

Jorge Luis Villacres Helguero

AGRADECIMIENTO

Gracias a mi madre Lucy Helguero y a mi padre Wood Villacres por ser mi apoyo incondicional, mi inspiración y motivo de vivir con ganas y fuerzas; sus ejemplos me inspiró a seguir con la cabeza erguida, sin temores y ser mejor cada día. Gracias por aquellas llamadas de atención llenas de mucho amor, fueron muy necesarias. Gracias a su esfuerzo hoy puedo cumplir uno de mis grandes deseos, el ser Economista.

A mi querido hermano y demás familiares por haber sido mi apoyo en los momentos que más los necesitaba emocionalmente y porque con su ejemplo de lucha me enseñaron a ser parte del triunfo.

A mi hermano Cristian, compañero de tesis, gracias por ser parte de este gran proyecto que nos propusimos desde un inicio y ahora a culminado con éxito; gracias por haber escuchado a no desistir de esta gran meta.

Agradezco también aquellas personas que aunque no son mi familia, han demostrado ser seres humanos excepcionales en especial a mi amigo William por su gran sabiduría, grandes amigas y amigos, gracias por su apoyo por esas palabras de aliento que siempre hacen falta en los momentos difíciles.

A nuestra tutora la Ec. Mónica Leoro, por su asesoramiento, paciencia y amistad; por ser nuestra guía. Esta etapa ha sido una experiencia inolvidable, a todos los profesores por todas sus enseñanzas durante los años de estudio en esta fabulosa Facultad.

Jorge Luis Villacres Helguero

DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas; el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico mi trabajo a Dios.

Al hombre que me dio la vida, mi padre Wood Villacres, que con su demostración de un padre ejemplar que ha sabido formarme con buenos principios, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles, me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada, gracias Padre amado.

A mi madre Lucy Helguero, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su inmenso amor y su apoyo incondicional.

A mis hermanos Jorge Luis y Wood, amigos y demás familiares por ser mi fuente, motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

Christian Andrés Villacres Helguero

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mis padres quienes son mi ejemplo de persona luchador y dedicado a cumplir con sus objetivos, que con su constante lucha, dedicación y esfuerzo, hizo posible que pueda alcanzar esta meta de mi carrera universitaria.

Finalmente a nuestros catedráticos que contribuyeron al desarrollo académico y profesional impartiendo modelos de valor, sabiduría y sus acertados consejos durante la carrera universitaria, que Dios bendiga a cada uno de ellos que hicieron posible este logro.

Christian Andrés Villacres Helguero

INDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	VI
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
INDICE DE CONTENIDO.....	XI
INDICE DE TABLAS.....	XV
INDICE DE FIGURAS.....	XVIII
RESUMEN.....	XIX
ABSTRACT.....	XXI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Formulación del problema	9
1.3. Sistematización del problema.....	9
1.4. Delimitación alcance del proyecto	9
1.5. Justificación	9
1.6. Objetivos generales y específicos.	11
1.6.1. Objetivo general.....	11
1.6.2. Objetivos específicos	11
1.7. Preguntas de Investigación.....	11
CAPÍTULO II	13
Marco teórico	13
2.1. Antecedentes de la investigación.....	13
2.2. Fundamentos teóricos	19
2.2.1. Teoría del Emprendimiento.....	19

2.2.2. Teoría de la Producción	20
2.2.3. Teoría de la Elasticidad	21
2.2.4. Teoría del Consumidor	22
2.2.5. Teoría de la Utilidad	23
2.2.6. Matriz Productiva	25
2.3. Generalidades del sector cacaoero a nivel nacional	26
2.3.1. Tipos de cacao.....	30
2.3.2. El chocolate.....	30
2.3.3. Elaboración del chocolate.....	31
2.3.4. Valor Nutricional del Chocolate	33
2.3.5. Beneficios del Chocolate.....	34
2.4. Marco Conceptual.....	34
2.5.1. Constitución de la República del Ecuador 2008.....	35
2.5.2. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.....	36
2.5.3. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	37
2.5.4. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.....	38
CAPÍTULO III.....	39
Marco Metodológico	39
3.1. Tipo de Investigación	39
3.2. Enfoque de la investigación	39
3.3. Método de la investigación	40
3.4. Población y muestra.....	40
3.4.1. Población.....	40
3.4.2. Muestra	40
3.5. Variable dependiente e independiente	41
3.6. Análisis de resultados.....	41
CAPÍTULO IV	51
La Propuesta.....	51
4.1. Aspecto societario del proyecto.....	51

4.1.1. Descripción y tamaño de la empresa	51
4.1.2. Nombre.....	51
4.1.3. Imagen corporativa.....	52
4.1.4. Misión.....	52
4.1.5. Visión.....	52
4.1.6. Valores corporativos	52
4.1.7. Organigrama	53
Figura 13: Croquis de la empresa	55
4.1.9. Requerimientos de personal.....	55
4.1.10. Ubicación	56
4.2. Diagnóstico estratégico.....	57
4.2.1. FODA.....	57
4.2.1.1.- Fortalezas.....	57
4.2.2. Oportunidades	57
4.2.2.3. Debilidades	57
4.2.2.4. Amenazas	58
4.2.2. Análisis PEST.....	58
4.2.3. Impacto ambiental.....	59
4.3. Estudio de Mercado	62
4.3.1. Segmentación de mercado	62
4.3.1.1. Mercado Potencial.....	62
4.3.1.2. Mercado Objetivo	62
4.3.1.3. Mercado Meta	63
4.3.2. Población y muestra.....	63
4.3.3. Análisis de la Oferta (competencia).....	64
4.3.4. Análisis de la Demanda (Consumidores).....	65
4.3.4.1. Caracterización de la demanda.....	66
4.3.5. Marketing del proyecto	67
4.3.5.1. Política de producto y servicio.....	67
4.3.5.2. Política de precios, descuentos y condiciones.....	68

4.3.5.3. Política de distribución.....	68
4.3.5.4. Política de promoción	69
4.3.6. Plan estratégico del producto.....	69
4.3.7. Elaboración del Producto.....	70
4.4. Diagnostico financiero	72
4.4.1. Inversiones.....	72
4.4.1.1. Inversión de Activos Fijos.....	72
4.4.1.2. Inversión de Activos Diferidos	73
4.4.1.3. Inversión de Capital de Trabajo	73
4.4.1.4. Inversión Inicial	74
4.4.2. Fuente de financiamiento.....	74
4.4.2.1. Amortización	75
4.4.3. Presupuesto de ingresos.....	76
4.4.4. Presupuestos de egresos	77
4.4.4.1. Costos Fijos	77
4.4.4.2. Costos Variables.....	77
4.4.4.3. Total Presupuesto de Egresos.....	78
4.4.5. Estado de resultado proyectado.....	79
4.4.6. Flujo de caja proyectado.....	80
4.4.7. TIR, VAN	82
4.4.7.1. VAN	82
4.4.7.2. TIR	83
4.4.8. Punto de Equilibrio.....	84
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
5.1. CONCLUSIONES.....	87
5.2 RECOMENDACIONES.....	88

6. BIBLIOGRAFIA.....	89
7. ANEXOS	98

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad.....	36
Tabla 2: Hectáreas dedicadas al cultivo.....	37
Tabla 3: Ingresos mensuales.....	38
Tabla 4: Producción de cacao.....	39
Tabla 5: Otra actividad económica.....	40
Tabla 6: Negocio de chocolate artesanal.....	41
Tabla 7: Preocupación.....	42
Tabla 8: Ley de Economía Popular y Solidaria.....	43
Tabla 9: Capacitación en ventas.....	44
Tabla 10: Mejoramiento de la actividad turística y productiva.....	45
Tabla 11: Presupuesto de personal.....	51
Tabla 12: Población.....	58
Tabla 13: Competidores y Productos.....	59
Tabla 14: Análisis de la demanda.....	61
Tabla 15: Matriz de demanda.....	62
Tabla 16: Política de Precios y Descuentos.....	63
Tabla 17: Activos No corrientes (fijos).....	67
Tabla 18: Activos Diferidos.....	68
Tabla 19: Capital de trabajo.....	69
Tabla 20: Inversión Inicial.....	69
Tabla 21: Financiamiento.....	69

Tabla 22: Tabla de Amortización.....	70
Tabla 23: Presupuesto de Ingresos (Escenario Promedio).....	71
Tabla 24: Presupuesto de Ingresos (Escenario Optimista).....	71
Tabla 25: Presupuesto de Ingresos (Escenario Pesimista).....	71
Tabla 26: Presupuesto de Egresos (costos fijos).....	72
Tabla 27: Presupuesto de Egresos (costos variables) (Escenario Promedio).....	72
Tabla 28: Presupuesto de Egresos (costos variables) (Escenario Optimista).....	73
Tabla 29: Presupuesto de Egresos (costos variables) (Escenario Pesimista).....	73
Tabla 30: Total de presupuestos de egresos (escenario promedio).....	73
Tabla 31: Total de presupuestos de egresos (escenario optimista).....	73
Tabla 32: Total de presupuestos de egresos (escenario pesimista).....	73
Tabla 33: Estado de resultados proyectado (escenario promedio).....	74
Tabla 34: Estado de resultados proyectado (escenario optimista).....	74
Tabla 35: Estado de resultados proyectado (escenario pesimista).....	74
Tabla 36: Estado de Flujo de Efectivo (escenario promedio).....	75
Tabla 37: Estado de Flujo de Efectivo (escenario optimista).....	76
Tabla 38: Estado de Flujo de Efectivo (escenario pesimista).....	76
Tabla 39: Tasa de Descuento.....	77
Tabla 40: Costo Promedio Ponderado.....	77
Tabla 41: VAN (escenario promedio).....	77
Tabla 42: VAN (escenario optimista).....	78
Tabla 43: VAN (escenario pesimista).....	78

Tabla 44: TIR (escenario promedio)..... 78

Tabla 45: TIR (escenario optimista)..... 79

Tabla 46: TIR (escenario pesimista)..... 79

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edad.....	36
Figura 2: Hectáreas dedicadas al cultivo.....	37
Figura 3: Ingresos mensuales.....	38
Figura 4: Producción de cacao.....	39
Figura 5: Otra actividad económica.....	40
Figura 6: Negocio de chocolate artesanal.....	41
Figura 7: Preocupación.....	42
Figura 8: Ley de Economía Popular y Solidaria.....	43
Figura 9: Capacitación en ventas.....	44
Figura 10: Mejoramiento de la actividad turística y productiva.....	45
Figura 11: Imagen corporativa.....	47
Figura 12: Organigrama de la empresa.....	48
Figura 13: Croquis de la empresa.....	50
Figura 14: Ubicación de la empresa.....	51
Figura 15: Esquema de elaboración del chocolate (artesanalmente).....	65
Figura 16: Chocolate solidificado.....	66
Figura 17: Punto de equilibrio tabletas (escenario promedio).....	80
Figura 18: Punto de equilibrio tabletas (escenario optimista).....	80
Figura 19: Punto de equilibrio tabletas (escenario pesimista).....	81

RESUMEN

El propósito principal y primordial de esta tesis es demostrar que nuestro país Ecuador es un país en donde se cultivan una gran variedad de productos los cuales al ser procesados y luego convertidos en alimentos aptos para el consumo humano son un deleite para muchas personas; así es el caso que en nuestro país se siembre en gran escala plantas de cacao de cual se extrae el chocolate que es un producto apetecido en todo el mundo; pero este tipo de chocolate se lo elabora de manera artesanal que ha permitido que cruce las fronteras debido al gran sabor nutricional que ha cautivado muchos paladares de centenares de personas que se consideran amantes del chocolate y por ende del consumo de productos naturales.

Hoy en día, se puede apreciar que la venta y comercialización del chocolate procesado de manera artesanal en diversas partes del país y del mundo se utiliza en fines médicos y alimenticios ya que se lo encuentra en recetas, medicinas, golosinas hasta en bebidas energizantes, aromáticas y alcohólicas. El cacao y el chocolate en conjunto son productos que al pasar los años se han convertido en una gran actividad para muchas personas, debido a que genera fuentes de trabajo de manera directa e indirectamente gracias a la venta, así como también en la exportación del mismo hacia otros mercados internacionales; con ello, dejamos entrever que comercializar nuestro producto en el sector del recinto San Joaquín y zonas aledañas el chocolate preparado de manera artesanal el mismo que es un producto saludable y no contiene químicos que perjudiquen a la salud de las personas.

En fin, se busca dar a conocer un producto que se ofrece al público que es saludable, tradicional y exquisito para el mercado consumidor, con ello se da una nueva opción para que el cliente se siente cómodo y a gusto con los productos elaborados de manera artesanal, ya que la principal prioridad es dar a nuestros clientes potenciales un producto de buena calidad, saludable y accesible; por ello se buscó mecanismos de venta y marketing que generen estrategias de

publicidad, consumo, adquisición y comercialización para que el producto se posicione y sea reconocido en el mercado actual que nos permita competir con otras marcas.

Finalmente, se analizarán cuatro capítulos: capítulo I: Planteamiento del problema: en donde se da a conocer el problema y la solución que se busca a dar a conocer; el capítulo II se refiere al marco teórico, los antecedentes y marco legal de la comercialización del chocolate; el capítulo III: la metodología usada para llegar a los clientes por medio de encuestas que recopilan información en el sector y el capítulo IV la propuesta que se propone para que el proyecto sea factible.

ABSTRACT

The main and primordial purpose of this thesis is that our country Ecuador is a country where a wide variety of products are grown for human consumption and for people; This is the case in our country where cocoa plants are sowed on a large scale and chocolate is extracted which is a desired product all over the world; But this type of chocolate has been elaborated in an artisanal way that has allowed crossing the borders due to the great nutritional flavor that has allowed many palates of hundreds of people who consider it chocolate lovers and for the consumption of natural products.

Today, you can appreciate the sale and marketing of chocolate, processed by hand in various parts of the country and the world, used in medicines and foods that can be found in recipes, medicines, sweets, even drinks energizing, aromatic. and alcoholics. Cocoa and chocolate as a whole are the products that have become a great activity for many people, because the sources of work are also in exporting it to other international markets; With this, we left the glimpse that marketed our product in the San Joaquin area and surrounding areas chocolate prepared in a traditional way, which is a healthy product and does not contain chemicals that harm the health of people.

In short, it seeks to make known a product that is offered to the public that is healthy, traditional and exquisite for the consumer market, with that a new option is given so that the client feels comfortable and with pleasure with the products elaborated in a way artisanal, that the main priority is to give our customers a product of good quality, healthy and accessible; For this reason, sales and marketing mechanisms were sought that generate advertising, consumption, acquisition and marketing strategies so that the product is positioned and recognized in the real market that allows us to compete with other brands.

Finally, four chapters will be analyzed: chapter I: Approach of the problem: where the problem

is revealed and the solution we seek to make known; Chapter II refers to the theoretical framework, the background and the legal framework for the marketing of chocolate; Chapter III: the methodology used to reach customers through surveys that collect information in the sector and chapter IV the proposed proposal for the feasible sea project.

INTRODUCCIÓN

Actualmente los derivados del chocolate se enfrentan a una creciente oferta, debido al auge de la tendencia del consumo del chocolate a nivel mundial, debido a sus diferentes factores, dentro de los cuales se destacan los beneficios que este producto tiene en la salud, los cuales se mencionan a continuación:

- Contiene teobromina que estimula la generación de las endorfinas que son las hormonas de la euforia y la alegría.
- Mejora la salud de los vasos sanguíneos y la circulación de la sangre
- Contiene serotonina para el mejor funcionamiento del cerebro
- Reduce la depresión y mejora el carácter de las personas que lo consumen.
- Contiene grasas positivas para el cuerpo
- Ayuda a la concentración
- Los chocolates oscuros son conocidos como productos que bajan los niveles de colesterol y presión arterial, y generadores de un sin número de antioxidantes. (Travel Ecuador, 2016)

La producción de cacao en América viene de hace muchos siglos, incluso antes de la llegada de los españoles. Desde finales del siglo XVIII, el cacao se convirtió en un producto de gran importancia para el Ecuador. En el año 1779, el país vivió el primer auge cacaotero, el cual duró hasta 1842, época que fue calificada como el primer boom del cacao. Algunos autores de la historia económica del país sugieren este momento del cacao como el motor de la economía el cual permitió financiar dos grandes momentos de la historia nacional, como lo fue la independencia y la revolución liberal. (Travel Ecuador, 2016)

El segundo auge cacaotero fue en el año 1870, un siglo después del primer boom del cacao, este auge se produjo en el mercado internacional. Diez años después, en 1906, el boom del

cacao se intensificó, ocupando el Ecuador el primer lugar en producción de este fino grano a nivel mundial. En el lapso de los años comprendidos entre 1895 y 1913, el país se mantuvo como el primer exportador de cacao al proveer entre el 15% al 25% de la demanda internacional. (Travel Ecuador, 2016)

El Ecuador se ha convertido a lo largo de los años en un importante productor de cacao y hoy en día es reconocido a nivel internacional por ser el país proveedor de más del 60% de la producción mundial de cacao “fino de aroma”, materia prima que es requerida y codiciada en el mercado de la industria europea y norteamericana para la fabricación de chocolates finos. Este reconocimiento se debe a que el cacao ecuatoriano es único en sabor y aroma, gracias a la riqueza y abundancia de los recursos naturales que caracterizan a las zonas de producción de cacao en el Ecuador, el cual ha permitido que este producto a lo largo de varios siglos y en las manos de los agricultores, con sus prácticas y conocimientos artesanales heredadas de sus ancestros, desarrolle atributos únicos de sabor y aroma. El cacao ecuatoriano se diferencia por tener una variedad de sabores, sobresaliendo de otros productos tales como las ciruelas, pasas, moras entre otros. (Travel Ecuador, 2016)

El presente proyecto, tiene como finalidad el presentar un proyecto de investigación para mejorar la calidad de vida de los productores de cacao artesanal, uno de los principales productos del cantón El triunfo, el cual es la elaboración de chocolate artesanal para los turistas de este cantón y de la ciudad de Guayaquil, aprovechando su cercanía geográfica y una de las formas de darlo a conocer será a través de las ferias y fiestas turísticas que se realiza cada año en estos dos cantones.

CAPÍTULO I

1.1. Planteamiento del problema

El chocolate es un producto de exportación en gran escala, el mismo que sirve para que muchas empresas vendan y sus derivados son apetecidos en muchos países del mundo en especial en Estados Unidos y Suiza; por ello la elaboración y venta de chocolate artesanal resulta ser factible y exitoso cuando se aplican las normas y técnicas adecuadas para su producción, elaboración y consumo. El chocolate que es el principal derivado del cacao se ha convertido según las investigaciones realizadas como el principal alimento para muchas personas por su exquisitez y en algunos casos muy bueno para la salud.

En la actualidad los ecuatorianos consumen poco café y chocolate de calidad, natural y orgánico, lo expresó el director de la Cámara de Comercio e Industria, el Sr. Florian Lasnes, por tal motivo el Gobierno ha colaborado con la creación de eventos como lo ha sido el Salón del Chocolate, cacao y café, la cual reúne a más de 60 expositores, entre ellos productores y marcas de cacao, chocolate y café de todo el país, para dar a conocer a los ecuatorianos mediante la oportunidad de degustar variedades de cacao fino de aroma y de café convencional y de especialidad. El Sr. Florian Lasnes sostiene que “antes de importar tenemos que consumir lo que tenemos”. (González P. C., 2017)

El consumo anual per cápita de chocolate en Ecuador oscila entre los 300 y 800 gramos por persona al año, mientras que en Alemania promedia los nueve kilos. Esa cifra revela que aún falta impulsar el consumo local en el Ecuador, según analistas y productores consultados. Consumidores extranjeros destinan cerca de USD 15 al mes en chocolates finos de aroma para saborearlos acompañado con vino tinto. La práctica de esta costumbre, de adquirir chocolate negro fino aún es primitivo en el país, porque la mayoría prefiere el chocolate con leche. Corporación Favorita describe que en el país existen dos tipos de paladares para el chocolate:

el primero y masivo prefiere un chocolate dulce con leche, ve al chocolate como golosina y se enfoca en el costo-beneficio. El otro paladar, es aquel que busca chocolate elaborado con cacao fino de aroma, es selecto y forma un nicho reciente.

Este busca calidad, aprecia el chocolate puro o con altos porcentajes de pureza (desde el 60% de concentración de cacao) y experimenta con tipos de granos cultivados que cambian el sabor del producto. Roberto Brauer, de la marca de chocolate Caoni, indica que el chocolate negro o puro es consumido por personas que tienen desde 20 años en adelante. En cambio, el mezclado con leche es demandado en especial por menores de edad. Se advierte un despertar en dirección al chocolate oscuro. “Poco a poco la gente explora más los sabores puros”, indica el Sr. Brauer. (Travel Ecuador, 2016).

Hoy en día el consumidor busca un estilo de vida, más cercano a la naturaleza, por lo tanto, muestra un elevado interés por el producto que va a consumir, el origen, proceso de producción, los insumos utilizados para su elaboración y el impacto ambiental y la responsabilidad social de las empresas al elaborar estos productos. El concepto antes mencionado también ha migrado al chocolate, por eso la tendencia en los últimos años, la cual es el consumo de un producto con elevado contenido de cacao orgánico y que provenga de una determinada región que tenga las condiciones óptimas para garantizar la calidad del producto.

Por lo antes mencionado, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, (MAGAP) impulsa el proyecto de reactivación del cacao fino y de aroma, beneficiando a 100 mil familias ecuatorianas, de las cuales el 99% son pequeños productores (área de siembra menor a 10 hectáreas) que con esfuerzo logran que el país sea líder mundial en el sector. Los productores protegen la excelencia del grano, por ello siguen un estricto protocolo para cuidarlo. Entre otros factores se destaca la selección de la semilla, manejo del cultivo, recolección del fruto maduro, postcosecha, almacenaje y comercialización. Por ello es que la calidad es política del Estado

ecuatoriano, la cual es asumida por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD), con el propósito de fortalecer los nichos de mercados especiales (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2015).

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de El Triunfo, está situado en la parte suroeste de la provincia del Guayas. Limita al norte con los cantones Yaguachi, Marcelino Maridueña; al sur con el cantón Naranjal y la ciudad la Troncal; y al oeste con los cantones Yaguachi y Naranjal. Se encuentra a tan solo 61 Kilómetros de Guayaquil su territorio tiene una extensión de 405 km² y tiene una población aproximada de 50.060 habitantes. Está asentado a 10 metros sobre el nivel del mar, su temperatura mínima es de 15°C y máxima de 34°C y su precipitación promedio anual es de 1000mm. Su suelo es plano y con ligeras ondulaciones.

Su antiguo nombre era el de "Boca de los Sapos", debido a que su recinto se formó a partir de un campamento instalado por la compañía constructora de la carretera Durán-Tambo, en la desembocadura del Estero de los Sapos en el río Bulubulu. Boca es apócope de desembocadura y en una cueva cercana al Estero, también llamado río Verde.

El Triunfo obtuvo su cantonización debido al esfuerzo y decisión de un grupo de pobladores que buscaban la superación y separación del cantón Yaguachi. La Cámara Nacional de Representantes, presidida por Gary Esparza Fabiani, expide la Ley de Creación del cantón El Triunfo. Es el XIII cantón en creación, con fecha del 25 de agosto de 1983. Publicado en el Registro Oficial del 22 de septiembre del mismo año, siendo presidente el Dr. Oswaldo Hurtado Larrea.

El cantón se destaca en su más grande y caudaloso río con el nombre de "Rio Bulu Bulu", el cual nace de la unión de los ríos "Estero Claro" y el "Dos Bocas", el " Bulu Bulu" baña la

parte sur del territorio triunfense, recorriendo el cantón de este a oeste el mismo que se alimenta del estero "Rio Verde" y el "Rio Payo". Hasta a la altura de la hacienda "El Payo" el cual sigue su curso por diferentes cantones hasta desembocar en el gran " Rio Guayas. El Triunfo, es sin duda un verdadero epicentro de la nacionalidad ecuatoriana, no solamente porque en poco tiempo se ha convertido en un importante polo de desarrollo, sino porque también es el nexo entre todos los pueblos de nuestra Patria.

Entre los cuales se encuentran ciudadanos provenientes de la provincia de Chimborazo de los cantones de Riobamba y Colta en su gran mayoría, Ciudadanos de la provincia del Azuay de los cantones de Cuenca, Tomebamba, Deleg, entre otros, ciudadanos de la provincia del Cañar de los cantones de La Troncal, Cañar, Azogues, En conclusión los habitantes provenientes de éstas 3 provincias del Ecuador conforman la mayoría de la población de la ciudad de el Triunfo, representando el 80% de la misma, también existen ciudadanos provenientes de Manabí, Guayaquil, Los Ríos, Quevedo, representando al 20% de población triúnfense. En resumen, la población del cantón el Triunfo es mayoritariamente de origen serrano.

Turísticamente está ubicado en la ruta de la aventura, donde se puede encontrar desde haciendas turísticas, balnearios, hoteles, restaurantes y una variada gastronomía. Sus festividades inician con sus fiestas agostinas, entre ellas destacan, pregón por inicio de fiestas, elección y coronación de reina, desfile cívico estudiantil y la gran noche triúnfese el día 25 de agosto fecha de su cantonización.

Por su extraordinario desarrollo agrícola, comercial, industrial, ganadero, entre otros, el cantón El Triunfo es considerado como uno de los eslabones más importantes de la economía de la provincia del Guayas. La fertilización de sus suelos favorece la agricultura, en el sector se destaca la mayor producción bananera, caña de azúcar, arroz, cacao, gran variedad de

cultivos de ciclo corto, etc. Hay grandes extensiones de tierras dedicadas a la cría de ganado vacuno, caballar y porcino y abundante pesca en los ríos.

Su fértil suelo acoge una gran producción agropecuaria, siendo su principal producto la caña de azúcar, con 22.000 hectáreas de cultivos que abastecen a los Ingenios La Troncal "Aztra", San Carlos, Valdez y La Familiar. Además, cultiva 12.000 hectáreas de banano y 6.000 de arroz en sus recintos, entre los que sobresalen: Río Ruidoso, Payo, La Unión, San Joaquín, Santa Marta, Zulema, El Piedrero, El Achiote, Río Verde, Estero Claro y Pueblo Nuevo.

La actual administración del GAD de El Triunfo, trabaja en el seguimiento de logros y metas alcanzadas en el cultivo de 4.600 plantas de café y 1.400 de cacao, que fueron entregados a un significativo número de agricultores de las parroquias de este cantón. Esta entrega se concretó con la finalidad de fomentar la producción local e incentivar a los pobladores a trabajar en el campo como una alternativa de crecimiento económico de la zona. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de El Triunfo, 2016).

Siendo un territorio que goza de paz y tranquilidad, el cantón El Triunfo está en constante crecimiento tanto económico como social, gracias al trabajo arduo de su gente quienes ofrecen día a día más y mejores oportunidades para el avance y la inclusión social.

Por lo anteriormente expuesto, los pobladores del cantón El Triunfo, son personas dedicadas a la producción de cacao, caña de azúcar, café, banano y arroz, principales productos de esta región. Además, algunos agricultores poseen grandes extensiones de tierras dedicadas a la cría de ganado vacuno, caballar y porcino y abundante pesca en los ríos.

La presente investigación se centra en el recinto San Joaquín ubicado en la parroquia el Triunfo del cantón el Triunfo perteneciente a la provincia Guayas, Ecuador. Este recinto se encuentra a 90 km de la ciudad de Guayaquil a 235 metros sobre el nivel del mar, posee un

área subtropical donde su temperatura promedio es de 24 grados centígrados, su suelo es arenoso y arcilloso. Su economía se basa eminentemente en la agricultura, dedicado el 70% de su territorio a la producción de cacao; un 25% a la producción de ganadería y banano orito; y un 5% al turismo.

En el recinto San Joaquín en conversaciones con los diferentes productores de la zona han manifestado que en la actualidad los precios del cacao no son muy atractivos en relación con la fuerza de trabajo que ellos desarrollan en sus fincas, por lo que en algunos casos están buscando nuevas alternativas para tener mayores ingresos para poder subsistir. Para lo cual están iniciando la construcción de varios quioscos a lo largo de la vía para venta de productos agrícolas y comidas.

Y es entonces, donde a través del presente estudio es posible colaborar con los agricultores de la zona para dar un valor agregado a la producción agrícola principal del sector que es cacao, elaborando chocolate artesanal con el principal objetivo de obtener mayores ingresos y de esta manera mejorar el nivel socio económico de los productores del recinto San Joaquín. Para lo cual se planea la realización de charlas y reuniones con los agricultores interesados en emprender en este proyecto.

El objetivo central del estudio es realizar chocolate artesanal con diseños atractivos de sectores turísticos del cantón el Triunfo que incentiven al consumidor adquirir dicho producto. El aporte del presente trabajo de investigación está orientado a inducir a los productores de la zona en los procesos de elaboración artesanal de derivados del cacao, que permitan acercarse al cumplimiento de uno de los objetivos del plan nacional del buen vivir al generar productos con valor agregado y así realizar el tan ansiado cambio de la matriz productiva.

El presente proyecto busca ser una guía para mejorar la calidad de vida de los pobladores de esta zona con la elaboración de productos artesanales del cacao.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo un estudio de prefactibilidad para la elaboración de chocolate artesanal destinado al sector turístico en el cantón El Triunfo contribuirá al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de esta zona?

1.3. Sistematización del problema

- El presente proyecto de investigación se desarrolla en el recinto San Joaquín del cantón El Triunfo de la Provincia del Guayas, en el año 2017.
- ¿Cómo la asesoría técnica mejoraría la producción de cacao de calidad en el recinto San Joaquín del cantón El Triunfo de la Provincia de Guayas?
- ¿Cómo influye a los ingresos del agricultor, la elaboración de un producto artesanal que pueda ser comercializado en el sector turístico?

1.4. Delimitación alcance del proyecto

El presente estudio tiene como finalidad analizar la factibilidad económica de crear una empresa para la producción del chocolate artesanal con una proyección de 5 años. La empresa estará ubicada en el cantón El Triunfo, perteneciente a la provincia del Guayas.

1.5. Justificación

El presente trabajo de investigación constituye una idea que permitirá mejorar la calidad de vida de los agricultores de cacao del cantón El Triunfo, quienes su principal fuente de ingresos dependen de la agricultura y del consumidor nacional.

Actualmente el consumidor está valorando el producto elaborado de forma artesanal, el cual provenga de un comercio justo, respetando y valorando el trabajo de los agricultores, y sobre todo cuidan su salud, se preocupan de lo que consumen. (Córdova, 2016)

Hoy en día, el competir contra la industria, quienes producen a gran escala es imposible, ya que ellos producen un chocolate como un dulce (con leche y azúcar). Por ejemplo, las empresas

europeas producen tabletas de 100 gramos que las venden a centavos de dólar, adicional estas empresas compran su materia prima en África, allí los trabajadores son mal remunerados y hasta existe explotación infantil. Bajo este contexto, el consumidor no solo podrá deleitar su paladar, si no que colaboran a la mejora de calidad de vida de las personas que intervienen en el proceso, el consumidor siente que contribuye con un cambio positivo hacia la humanidad. El consumir un chocolate oscuro de origen natural, es consumir un bagaje cultural, nutricional y desarrollo económico de las personas que intervienen. (Córdova, 2016).

Así también, para elaborar de manera eficiente chocolate artesanal es necesario que los agricultores o habitantes de la zona conozcan los procesos o técnicas que se utilizan para su debida elaboración; debido a que si estas actividades no se hacen de manera correcta se tendrá un producto de baja calidad que no será posible ser comercializado en el mercado nacional o internacional; por ello la necesidad de capacitar a los agricultores de la zona para que conozcan su elaboración y venta al consumidor.

Los autores del presente proyecto investigativo se enfocan de manera principal en los agricultores y familias que habitan en el recinto San Joaquín del Cantón El Triunfo de la provincia del Guayas, en donde se encontró los siguientes problemas:

- Desconocimiento de las personas en cuanto a las buenas prácticas agrícolas en el sector.
- Falta de recursos económicos que impiden que los habitantes de la zona no puedan ejecutar un programa de elaboración de derivados de cacao en especial del chocolate artesanal.
- Dificultad para comercializar el producto debido a que no tienen conocimientos en ventas.

Debido a estos problemas, se justifica el presente trabajo de investigación el mismo que será admitido de buena manera por los diferentes agricultores y productores del recinto San Joaquín del Cantón El Triunfo, esto a través de la elaboración de chocolate artesanal que permita mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta zona.

1.6. Objetivos generales y específicos.

1.6.1. Objetivo general

Realizar un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de chocolate artesanal en el Cantón El Triunfo de la Provincia del Guayas.

1.6.2. Objetivos específicos

- Sistematizar los fundamentos teóricos acerca de la producción artesanal de chocolate en la zona en estudio.
- Diagnosticar el estado actual de los productores de cacao del recinto San Joaquín del cantón El Triunfo de la Provincia del Guayas.
- Analizar la pre factibilidad financiera de la creación de una empresa para la producción del chocolate artesanal en el recinto San Joaquín del cantón El Triunfo de la Provincia del Guayas.

1.7. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos que sustentan la producción artesanal de chocolate en la zona de estudio?
- ¿Cuál es el estado actual de los productores de cacao del recinto San Joaquín del cantón El Triunfo de la Provincia de Guayas?

- ¿Cómo se podría analizar la prefactibilidad de la creación de una empresa para la producción de chocolate artesanal en el recinto San Joaquín del cantón El Triunfo de la Provincia del Guayas?

CAPÍTULO II

Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

Al realizar una búsqueda exhaustiva sobre temas similares al proyecto que propuesto en diferentes repositorios de sitios web, se ha encontrado temas similares al que se ha planteado, por esta razón se concluye en que el proyecto es de vital importancia ya que se centra en un emprendimiento que está destinado al sector turístico como es la elaboración de chocolate artesanal con el cual se busca generar ingresos en la zona.

Como se mencionó anteriormente se encontró investigaciones con temas parecidos al propuesto, a continuación se mencionará algunos proyectos como son: “Estudio de factibilidad para la creación de la empresa comercializadora de chocolate artesanal”, autoras Liliana Libet Arias Benavides y Roberta Valeria Brito Neira presentado en el año 2015 en la Universidad Salesiana del Ecuador, en el cual se propone la creación de una empresa dedicada a la elaboración de chocolate artesanal; la misma que se desarrolla en la parroquia Puerto Quito ubicada en el sur de la ciudad de Quito, consiste en la preparación y producción de una variedad de productos o confites basados en la utilización de chocolate como materia prima principal con el fin de comercializar en esta zona del país.

Otro proyecto cuyo tema es: “Proyecto de Creación de una empresa exportadora de chocolates y bombones artesanales dirigido al mercado de Nueva York”, autoras María José Cueva Orna y María del Carmen Rodríguez Cercado presentado en el año 2008 en la Escuela Superior Politécnica del Litoral en el cual se trata sobre la elaboración de chocolate artesanal para la venta y exportación a la ciudad de Nueva York. Este proyecto consiste en la creación de un negocio factible como un buen emprendimiento que es la creación de una empresa que se dedique a la producción, elaboración y exportación de productos derivados del cacao en

especial de chocolate artesanal; estos productos tienen como destino ser comercializados en la ciudad de Nueva York donde se encuentra un amplio mercado y en donde se obtiene un buen rendimiento económico.

El proyecto denominado “Elaboración de chocolatería artesanal en la comunidad de Valencia, Los Ríos”, cuya autora es Liliana Quintero Rizotto presentado en el año 2009, en la cual se destaca como se realiza la elaboración de chocolate artesanal y su respectiva comercialización en dicha zona; este proyecto busca que los habitantes de la zona se centren en el expendio y comercialización de varios productos desarrollados a partir del cacao usando para ello la producción de chocolate la misma que se desarrolló en la comunidad de Valencia en la provincia de Los Ríos en la que se buscaba un mejor ambiente económico y turístico para muchas familias del sector mediante la venta de un producto con valor agregado.

Otros proyectos similares: “Plan de negocios para la producción y exportación de chocolate artesanal relleno de frutas exóticas”, autora Silvana Margarita Yépez Villareal presentado en la Universidad de las Américas en el año 2011 y trata sobre la elaboración de chocolate artesanal para su exportación con relleno de diferentes frutas; este proyecto es un poco diferente a cualquier otro ya que busca realizar un plan de negocios que reúna a muchos inversores o emprendedores para la elaboración y producción de chocolate artesanal por medio de diferentes presentaciones en la cual se destaca las que contengan alguna fruta exótica; a su vez con este plan de negocio se lograría que exista un impacto económico y turístico en la zona de Las Golondrinas , cantón Tosagua en la Provincia de Manabí.

El proyecto titulado “Creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de chocolate artesanal”, autor Paquita Judith Moreno Luna presentado en el año 2012 para la Universidad Central del Ecuador, en la cual se habla sobre la elaboración de chocolate artesanal en la zona sur de la ciudad de Quito. Este proyecto busca como objetivo

principal la creación de una microempresa en la zona sur de Quito la cual se dedicara a la elaboración de productos derivados del chocolate para su consumo y comercialización la cual generara empleo a muchas personas ya sea de manera directa o indirecta y que les permita tener algún rendimiento económico.

El proyecto titulado “Análisis del Potencial de mercado de chocolate artesanal en los municipios de Matagalpa, León, Esteli y Managua, a partir de la producción de cacao orgánico del municipio de Matiguas, en el año 2015”; autores Martha Nohemi Castrillo Gurdian y Erika Xilonia López Arauz, presentado en el año 2105 para la Universidad Nacional Agraria (UNAM) en Costa Rica; la misma trata de un exhaustivo análisis al mercado que se encuentra en los departamentos mencionados en donde existe un amplio sector comercializador y turístico, con este proyecto se busca elaborar y producir chocolate artesanal en base al cacao orgánico la misma que generara muchos empleos que servirán para el sustento de las personas que lo necesitan ya sea en el sector turístico o en el sector económico.

De acuerdo con estos antecedentes se ha realizado una investigación clara y transparente en la zona en el cual se propone la realización de este proyecto, en este caso en el recinto San Joaquín perteneciente al cantón El Triunfo en la Provincia del Guayas, aquí se pudo evidenciar que el sector turístico se ha extendido en los últimos años con la apertura de diferentes negocios; debido a que el sector es ampliamente comercial y agropecuario donde muchas personas se dedican al cultivo de cacao, dando como conclusión que se debe crear un negocio dedicado a la venta de chocolate artesanal que mejore la economía del sector.

Actualmente la producción de cacao a nivel mundial se ha acrecentado ya sea por diversos motivos entre los cuales se destaca la economía de muchas personas, así como también de la supervivencia de muchos agricultores que se dedican a sembrar este cultivo. (Sarandón & Flores, 2016).

El cacao, componente fundamental del chocolate, es un cultivo originario de América. El primer europeo en descubrir los granos de cacao fue Cristóbal Colón, durante su cuarto viaje a nuestro continente, al llegar a lo que es hoy en día Nicaragua. Estos granos eran usados por los nativos como moneda, además de ser empleados para preparar una deliciosa bebida. (Galarza, 2015)

Cacao es una palabra que se deriva de Kakaw. Este es un fonema que los lingüistas como Lyle Campbell, Terrance Kaufmann y Otto Schumann han rastreado hasta una raíz mixezoqueana. Los mixes y zoques, al igual que los Popolucas, son pueblos indígenas que aún viven en Chiapas, Oaxaca y Veracruz, datando sus orígenes desde unos 3,500 años. Estos tres pueblos se consideran descendientes de los olmecas. (Olmedo, 2018)

Uno de los sucesos importantes que se suman a los fabulosos antecedentes históricos del chocolate fueron la creación del primer chocolate con leche, obra del suizo Daniel Peter y de Henri Nestlé en 1875, la comercialización de la primera barra de chocolate a precio razonable por la empresa Hershey's en 1894 y la creación del primer bombón o chocolate relleno por los fabricantes belgas Neuhaus. (Rodríguez, 2016)

El cultivo del cacao se ha extendido fuera de América, pero en un área confinada dentro de los 20° de latitud al norte y al sur del Ecuador, y la mayor parte de la cosecha se desarrolla dentro de unos límites todavía más estrechos, comprendidos entre unos 10°. Sólo en esta región el clima proporciona la gran cantidad de lluvias y la temperatura constantemente alta que necesitan esos árboles. (Palma, 2016)

En cuanto a nuestro país el cacao es una fruta tropical ampliamente distribuida en el Litoral y la Amazonia; el cacao es un árbol con pequeñas flores y que contienen unas grandes mazorcas con un sin número de granos ricos en azúcar; como su producción va en aumento es en las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos donde los agricultores los siembran en

grandes cantidades en especial la variedad llamada cacao fino de aroma, que es apetecida en muchos países de Europa. (Pinos, 2017)

La comercialización del cacao se lleva a su vez por muchas etapas entre las principales empezando por las asociaciones de productores, intermediarios comisionistas y finalmente los exportadores. La comercialización y venta del cacao difiere de la región en el que uno se encuentre, así en ciertos casos los intermediarios tienen un contacto directo con el agricultor: En otros sectores los compradores salen a buscar el producto a los mismos agricultores que los siembran en sus respectivas fincas o haciendas. (Landeta, 2017)

El cacao era de gran valor para los mayas, ya que fue utilizado como moneda, elemento de intercambio comercial y pieza clave en la preparación de comidas y bebidas. Los mayas valoraban el cacao como un bien exquisito para comidas y bebidas. (Estrada, 2016)

Las plantaciones de cacao con el pasar de los años se han ido extendiendo a muchas zonas en especial a orillas de los ríos Guayas, Daule y Babahoyo. Por esta razón la venta de cacao en el sector del recinto San Joaquín perteneciente al Cantón El triunfo de la Provincia del Guayas muchas personas se dedican a cultivar esta planta para obtener rubros económicos que les permitan salir adelante mediante un estudio de pre factibilidad se probará que es de gran importancia la venta de cacao para elaborar chocolate artesanal que cubra la demanda del sector. (Alvarez J. , 2017)

El cacao es el principal producto generador de divisas y recursos, permitió la creación de los primeros bancos del país y fue también el soporte para el manejo político y económico de los grupos gobernantes de turno. La producción de las haciendas de cacao se hacía contratando mano de obra barata y explotada, con peones provenientes de la costa y de la sierra. (Soria, 2017)

En la actualidad, la mayor parte del cacao exportado por Ecuador corresponde a una mezcla de Nacional y trinitarios introducidos después del año 1920, la cual se define por el término complejo tradicional. Sin embargo, el sabor “Arriba” sigue permaneciendo ya que el Ecuador tiene las condiciones agro-climáticas para el desarrollo del cultivo. Existen dos variedades de cacao en el mundo, estas variedades son conocidas como Criollo y Forastero, existiendo un tercer grupo denominado Trinitarios, que son una mezcla de las dos anteriores. (Ladines, 2014)

Ecuador produce desde hace 500 años el mejor Cacao Fino de aroma indispensable en la elaboración de chocolates finos de las más afamadas marcas del mundo. El país exporta más del 77% del cacao al mundo. Los belgas, que se dice son los mejores chocolates del mundo, se llevan un gran porcentaje de este cacao para su elaboración propia y luego llega en grandes bolsas para ser vendidas a gran precio en el país y sobre todo en América. (Cevallos, 2014)

El cacao aporta con más de USD 700 millones a su economía y sigue manteniendo su prestigio a través del valor agregado; es así que ya son varias las marcas de chocolate fino que se exportan, y que entran con pie firme en los mercados más exigentes de Europa y Asia, revalorizando la labor de los cacaocultores quienes alcanzan una economía más sustentable. (Lopez, 2018)

Según datos de la Organización Internacional del Cacao, Ecuador es el primer productor de cacao fino de aroma a nivel mundial, pues satisface el 60% de la demanda internacional de este producto; con lo cual muchas personas se dedican al comercio de chocolate artesanal. (El Telegrafo, 2018)

Los especialistas opinan que el mejor Cacao del mundo proviene de Ecuador, un pequeño país atravesado por la línea ecuatorial, la cordillera de los Andes y la selva amazónica. Esta ubicación geográfica permite que tenga más horas luz por año y disponga de fuentes de agua pura, lo que hace a esta nación apta para cultivar cacao de diferentes variedades. (MAGAP,

2018).

2.2. Fundamentos teóricos

Se ha realizado una investigación con respecto a las teorías que podrían relacionarse con la presente investigación y se encontró:

2.2.1. Teoría del Emprendimiento

La teoría del empresario innovador fue creada por Joseph H. Shumpeter, considerado como el más importante teórico de la figura del empresario durante el siglo XX. A diferencia de su colega Knight (creador de la teoría del empresario-riesgo), se centró en la visión del empresario como emprendedor, ya que lo consideraba el principal promotor de las empresas capitalistas. (BBVA, 2017)

El emprendimiento tiene su origen en el inicio de la humanidad, ya que el hombre se caracteriza por asumir riesgos con el objetivo de generar oportunidades de crecimiento económico que le pueda brindar una mejor calidad de vida tanto a él propio, como a su familia. (Angamarca, 2016)

El emprendimiento y la creación de empresas es un campo de investigación ampliamente extendido, que cuenta con numerosos trabajos y estudios publicados, sobre todo durante estos últimos años; sin embargo, las publicaciones sobre emprendimiento social son bastante más escasas y recientes, a pesar de la trascendencia de éste como instrumento al servicio de la inserción socio laboral mediante la generación de empleo socialmente responsable, es decir, estable, de calidad y dirigido preferentemente hacia personas o colectivos desfavorecidos o con mayor riesgo de exclusión. (Sanchis, 2014)

Ecuador continúa como el país más emprendedor de América Latina, así lo señala el estudio Global Entrepreneurship Monitor GEM Ecuador 2017, presentado el 15 de mayo del 2017 en

Quito y Guayaquil, y conocido por ser uno de los termómetros del emprendimiento; en las cuales muchos negocios han sido emprendidos por personas serias y jóvenes en especial negocios dedicados a la producción de productos derivados del cacao como chocolates, dulces entre otros. (Revista Líderes, 2017)

El Ecuador posee la tasa más alta de Latinoamérica en emprendimiento por necesidad seguido por Perú y Brasil. Sin embargo, los emprendedores destacados son los que han terminado apenas su educación secundaria. La mayoría de emprendedores son jóvenes con amplia participación, conformando el 46.3% del emprendimiento en el país, es decir que representan hoy en día entre el 46 y el 55 por ciento de la fuerza laboral gerencial de la nación. (Clemente, 2018)

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. (Guerrero, 2016)

2.2.2. Teoría de la Producción

La teoría del valor trabajo propuesta por el economista y filósofo escocés Adam Smith quien se lo conoció por ser el padre de la economía, nos habla de esta interesante propuesta en la que considera que el trabajo es pieza fundamental para cuantificar el valor. También nos expone que el valor puede tener variaciones tanto crecientes como decrecientes, pero que el trabajo se mantendría siempre como un aporte constante. (Pontificia Universidad Católica del Ecuador , 2018)

La economía neoclásica según Alfred Marshall sistematizó la oferta y la demanda como determinantes de la participación de precio y cantidad en el equilibrio del mercado, que afectan tanto a la asignación de la producción y la distribución de ingresos. Se prescindió de la teoría

del valor-trabajo de las economías marxista en favor de una teoría de la utilidad marginal del valor de la demanda y una teoría general de los costes de oferta. (Vicuña, 2017)

En el campo de la economía, Cohen y Zysman definen la producción como la creación y el **procesamiento** de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La producción constituye uno de los procesos económicos más importantes y es el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza. (Merino, 2016)

El acto de transformar los factores de producción en los bienes y servicios que se demandan para el consumo o la inversión en cualquier sector en especial el mercado cacaotero, en donde compradores y vendedores intercambian el producto ya sea este seco o en baba con lo cual se da un valor determinado. (Pajares, 2015)

La teoría económica ha prestado particular atención a dos problemas fundamentales que enfrenta el productor: qué combinación de factores utilizar para lograr la eficiencia y qué cantidad producir para maximizar las ganancias. (Garcilazo, 2016)

El objetivo de toda empresa es poder maximizar su producción al mismo tiempo de que minimiza los costos, cuando una empresa empieza a crecer puede pasar a manejar una economía de escala la cual reduce los costos por unidad de producción, por ello es importante que una empresa provea de las mejores herramientas a sus empleados para poder sacar adelante a la empresa y con ello haya satisfacción en la misma a la hora de confeccionar y producir un producto. (Better, 2016).

2.2.3. Teoría de la Elasticidad

La teoría de la elasticidad promueve una medida de la sensibilidad de la cantidad demandada de un bien ante un cambio en su precio. La elasticidad busca medir el impacto, o el grado de

las variaciones de las demandas o las ofertas de los productos dadas diversas variaciones de precios. (Nieto, 2017)

La elasticidad es uno de los conceptos más importantes utilizados en la teoría económica. Esta teoría es empleada en el estudio de la demanda y los diferentes tipos de bienes que existen en la teoría del consumidor, la incidencia de la fiscalidad indirecta, los conceptos marginales en la teoría de la empresa, y de la distribución de la riqueza. La elasticidad es también de importancia en el análisis de la distribución del bienestar, en particular, el excedente del consumidor y el excedente del productor. (Gomez, 2006).

Cuando la Elasticidad Precio de la Demanda es mayor que uno, se dice que la demanda de este bien es elástica (o relativamente elástica). Una disminución a la baja en el precio de la carne o el jamón serrano genera un impacto en la cantidad demandada. (Moreno, 2017)

La elasticidad de la demanda se mide calculando el porcentaje en que varía la cantidad demandada de un bien cuando su precio varía en un uno por ciento. Si el resultado de la operación es mayor que uno, la demanda de ese bien es elástica; si el resultado está entre cero y uno, su demanda es inelástica. (Rivera, 2015)

La elasticidad describe en la teoría microeconómica la repercusión o consecuencia del cambio de una magnitud sobre otra asociada a ésta. Los conceptos más importantes de elasticidad son la elasticidad de demanda con respecto al precio y la elasticidad ingreso. (Novy, 2015)

2.2.4. Teoría del Consumidor

Analiza el comportamiento de los agentes económicos como consumidores por oposición a su comportamiento como productores la teoría el consumidor es una perspectiva de la microeconomía y a la parte de la microeconomía que estudia el comportamiento de los productores se llama teoría del productor. (Pérez, 2015)

La teoría del consumidor analiza el comportamiento de los agentes económicos como consumidores, por oposición a su comportamiento como productores. La teoría del consumidor es una perspectiva de la microeconomía. (Lujan, 2016)

Los consumidores demandan bienes y/o servicios con el objetivo de satisfacer sus preferencias y saciar sus necesidades. No obstante, en la práctica, el conjunto de bienes demandado por cada uno de estos es determinado también por otros factores y condiciones. El factor principal es el nivel de ingresos neto de cada individuo. Por ende, existe una rama de la microeconomía dedicada a estudiar la interacción de estos factores con el objetivo de esclarecer cuál es la decisión de consumo que, en la práctica, un determinado individuo tomaría. (Lebrón, 2017)

La teoría del consumidor más utilizada o estudiada es bajo el paradigma de la economía neoclásica pues es la que sigue predominando pero podemos verificar cambios en la teoría del consumidor bajo otras perspectivas, lo que queda claro es que todas esas teorías analizan el comportamiento del consumidor bajo la premisa de que, si son racionales, entonces siempre van a estar buscando obtener un mayor bienestar aunque esto no siempre es posible de alcanzar debido a las limitaciones monetarias que tenemos los individuos, por eso, se trata de encontrar el mayor bienestar dado el presupuesto que tenemos. (Parco, 2018)

La teoría del consumidor forma parte de la microeconomía y se encarga del estudio del comportamiento de los agentes económicos en su carácter de demandante de bienes y servicios. La teoría del productor, por contraste, los estudia en su carácter de oferentes de bienes y servicios. (Montilla, 2008)

2.2.5. Teoría de la Utilidad

En la teoría de la Utilidad se supone que los consumidores poseen una información completa acerca de todo lo que se relacione con su decisión de consumo, pues conoce todo el conjunto

de bienes y servicios que se venden en los mercados, además de conocer el precio exacto que tienen y que no pueden variar como resultado de sus acciones como consumidor, adicionalmente también conocen la magnitud de sus ingresos. (González M. , 2016)

Desde el punto de vista de los estudios sobre el consumidor, se denomina utilidad al nivel de satisfacción que otorga el consumo de un bien o un servicio. Al consumir cualquier cosa, las personas obtienen un beneficio por el precio que pagaron y es precisamente en eso donde estriba la utilidad. (Menéndez, 2018)

La teoría de la utilidad trata de explicar el comportamiento del consumidor. Desde esta perspectiva se dice que la utilidad es la aptitud de un bien para satisfacer las necesidades. Así un bien es más útil en la medida que satisfaga mejor una necesidad. Esta utilidad es cualitativa (las cualidades reales o aparentes de los bienes), es espacial (el objeto debe encontrarse al alcance del individuo) y temporal (se refiere al momento en que se satisface la necesidad). (Gabriel, 2018)

La teoría de la utilidad parte de la tesis de concebir el valor como utilidad, la misma que se define como el grado en que un satisfactor puede saciar una necesidad, por lo que el valor es la apreciación subjetiva que el sujeto hace de las cualidades objetivas del objeto en función de las necesidades que éstas mitiguen en su búsqueda de saciedad, la misma que puede ser una necesidad muy elemental tales como las fisiológicas, como aquellas que Maslow trabaja en su famosa pirámide de necesidades. (Rionda, 2006)

La teoría de la utilidad parte de varios supuestos: el ingreso del consumidor por unidad de tiempo es limitado; las características del bien determinan su utilidad y por tanto afectan las decisiones del consumidor; el consumidor busca maximizar su satisfacción total (utilidad total), y por tanto gasta todo su ingreso; el consumidor posee información perfecta, es decir, conoce los bienes (sus características y precios) y finalmente el consumidor es racional, esto quiere

decir que busca lograr sus objetivos, en este caso trata de alcanzar la mayor satisfacción posible. (Zambrano, 2017)

Analizando las teorías propuestas la base del presente trabajo de investigación es la teoría de producción debido a que por medio de ella una persona o grupo de personas dan a conocer un producto al mercado, para ello se debe producir a través de un determinado tiempo con el fin de que la producción se expanda y llegue a otros mercados en las cuales el negocio tendrá variaciones crecientes o decrecientes dependiendo de su plan de mercadeo.

2.2.6. Matriz Productiva

El cambio de la matriz productiva permite generar más puestos de trabajo, con capacidad de generar el valor agregado en base al trabajo humano a la ciencia y tecnología. A diferencia de la manera que se trabajaba desde tiempos atrás, como es exportar banano, donde no se aplica del valor agregado, que es el paradigma que saca adelante a una sociedad. (Gonzalez, 2014)

El cambio en la matriz productiva se encuentra anexado o articulado en diferentes acuerdos mediante un diálogo horizontal o consulta en las cuales se espera tener efectos económicos que dependen exclusivamente de la evaluación de cooperativas como también de resultados de pobreza y equidad. (Salazar, 2014)

Las políticas públicas del actual gobierno, responden al objetivo central de la planificación, con propuestas concretas para la transformación del modelo social y económico, así como para evaluar sus avances. Para los próximos cuatro años, el Plan Nacional para el desarrollo 2017 – 2021 será la hoja de ruta del Gobierno Nacional. Este documento viabiliza la Constitución, contempla objetivos y metas ambiciosas para la consecución del Buen Vivir y se fundamenta en tres ejes: poder popular y Estado, derechos y libertades para el Buen Vivir y la transformación económica y productiva del país. (SENPLADES, 2017)

La estrategia nacional para el cambio de la matriz productiva se implementa mediante herramientas de planificación, acciones públicas (definidas por distintos niveles de gobierno) y por acciones privadas. Las cadenas productivas responden a un enfoque metodológico integral que permite complementar esfuerzos en industrias, productos y servicios para aprovechar las capacidades y potencialidades identificadas en el territorio. (Vice Presidencia de la Republica del Ecuador, 2017)

Un cambio en la matriz productiva se refiere a la forma en que se organiza la sociedad en términos de producción de bienes y servicios, así como al conjunto de relaciones entre los diferentes actores sociales que utilizan los recursos con los que cuentan para llevar a cabo cualquier actividad productiva. (Herald, 2017)

Las diferencias dentro del Gobierno en materia comercial han promovido un cambio en la matriz productiva con lo que las autoridades dejaron en segundo plano la apertura de nuevos mercados y eso ha significado un mediocre desempeño de las exportaciones no petroleras, donde se reflejan las ventas del sector privado del país. (Sosa, 2017)

2.3. Generalidades del sector cacaotero a nivel nacional

La economía ecuatoriana a lo largo de la historia se ha visto dinamizada gracias al desarrollo de los sectores agroexportadores. El Ecuador, al momento de su independencia política, era un país principalmente agrícola, por tal motivo las divisas se generaban gracias a la acogida en el extranjero que tenían los productos agrícolas como el cacao, café y banano. (Ministerio de turismo de la República del Ecuador, 2015).

En los años 1880-1920, el país vivió el auge del cacao, lo que generó un aumento de la demanda de la mano de obra y con este hecho los flujos migratorios también aumentaron desde la sierra hacia la costa, lugar donde se encontraban las plantaciones de cacao. La actividad

agrícola hizo que las exportaciones tengan un crecimiento importante, y esto provocó que se acelere el proceso de urbanización en la costa, en especial en la provincia del Guayas, donde se encontraba el puerto marítimo y la creación de centros comerciales. (Ministerio de turismo de la República del Ecuador, 2015).

Tradicionalmente se ha sostenido que el punto de origen de la domesticación del cacao se encontraba en Mesoamérica entre México, Guatemala y Honduras, donde su uso está atestiguado alrededor de 2,000 años antes de Cristo. No obstante, estudios recientes demuestran que por lo menos una variedad de Theobroma Cacao tiene su punto de origen en la Alta Amazonía y que ha sido utilizada en la región por más de 5,000 años.

La cultura del cacao en Ecuador es antigua, se sabe que a la llegada de los españoles en la costa del Pacífico, ya se observaban grandes árboles de cacao que demostraban el conocimiento y la utilización de esta especie en la región costera, antes de la llegada de los europeos. (Landeta, 2017).

La incorporación de azúcar, a esta bebida, fue por el cultivo de azúcar de los españoles en América esto pudo haber facilitado que fuese aquí donde se mezclasen ambos productos por primera vez. Se dice que fueron ellos, quienes utilizaron estas fórmulas, las órdenes religiosas, las monjas de un convento de Oaxaca (México) y monjes del Monasterio de Piedra, en Zaragoza (España) son los dos lugares, donde se puso en práctica esa combinación. (Enriquez, 2015)

En el Ecuador actual se cultivan algunos tipos de cacao, pero la variedad conocida como NACIONAL es la más buscada entre los fabricantes de chocolate, por la calidad de sus granos y la finura de su aroma. Sin embargo, la llegada de enfermedades severas como la monoliosis

o la escoba de bruja, hace unos 100 años, engendró la introducción masiva de cacao extranjero, proveniente particularmente de Venezuela. (Landeta, 2017)

El árbol del cacao normalmente alcanza una altura entre 6 a 8 metros, con excepción del cacao Nacional del Ecuador y del amelonado de África Occidental, los que en ocasiones alcanzan alturas hasta unos 12 metros. La altura del árbol depende de factores ambientales que influyen en el crecimiento. Cultivado con alta luminosidad el tamaño es más reducido que con exceso de sombra.

La raíz: Donde inicia el crecimiento del tronco y se forma o desarrolla el sistema radicular, existe una zona de transición bien definida conocida como cuello de la raíz. En plantas reproducidas por semillas el sistema radicular está compuesto por una raíz principal denominada raíz pivotante o raíz primaria, la cual crece hacia abajo de forma recta. A partir de la raíz pivotante, inmediatamente debajo del cuello, se desarrollan la mayoría de las raíces secundarias a unos 15 a 20 cm de profundidad en la porción superior de la capa de humus. Éstas se extienden en forma horizontal a 5 y 6 metros del tronco del árbol, con raíces laterales que se dividen repetidamente. Las raíces secundarias que se encuentran en la parte inferior de la raíz pivotante, tienen un crecimiento hacia abajo en dirección a la roca madre o hacia la capa freática.

Tallo: Las ramas del árbol de cacao, al igual que las de otras especies del género *Theobroma*, son dimórficas:

- Unas son de crecimiento vertical hacia arriba, denominadas ramas de crecimiento ortotrópico, y constituyen el tallo y/o los chupones;
- Otras son de crecimiento oblícuo hacia fuera, denominadas ramas de crecimiento plagiotrópico.

Las plantas de cacao, reproducidas por semillas, desarrollan un tallo principal de crecimiento vertical que puede alcanzar 1 a 2 metros de altura a la edad de 12 a 18 meses. A partir de ese momento la yema apical detiene su crecimiento y del mismo nivel emergen de 3 a 5 ramas laterales. A este conjunto de ramas se le llama comúnmente verticilio u horqueta.

Las hojas: Durante su formación, crecimiento y estado adulto, las hojas exhiben pigmentaciones diferentes, cuya coloración varía desde muy pigmentadas hasta poca pigmentación. Generalmente, los tipos de cacao Criollo y Trinitario tienen pigmentación más coloreadas que los del tipo Forastero, los que son de muy poca pigmentación. En todos casos las hojas adultas son completamente verdes, de lámina simple, entera, de forma que va desde lanceolada a casi ovalada, margen entero, nervadura pinada, y ambas superficies glabras.

La inflorescencia: Desde el punto de vista botánico, la inflorescencia del cacao es una cima decasiforme, la cual se forma directamente en la madera más vieja del tronco y de las ramas adultas del árbol y, de manera muy específica, en la base de una hoja, alrededor de la cicatriz y de la yema axilar que queda al caer la hoja. La inflorescencia, en su proceso de formación y crecimiento, se transforma en una masa densa que conforme se desarrolla forma un cojín que agrupa entre 40 a 60 flores. Existe una marcada diferencia en el número de flores presentes en diferentes cojines de diferentes árboles, lo cual obedece a caracteres genéticos. (FUNDESYRAM, 2016)

El fruto: El fruto del cacao es el resultado de la maduración del ovario de la flor fecundada. En esta descripción es apropiado indicar que hay frutos que nunca maduran por falta de semillas y abortan; son llamados frutos partenocárpicos. Dentro de su clasificación botánica el fruto de cacao es una drupa normalmente conocido como mazorca. Tanto el tamaño como la forma de los frutos varían ampliamente dependiendo de sus características genéticas, el medio ambiente donde crece y se desarrolla el árbol, así como el manejo en la plantación. (Alvarez T. , 2016)

La semilla: El fruto del cacao puede contener entre 20 a 60 semillas o almendras, cuyo tamaño y forma varían según el tipo genético. La semilla del cacao es más bien un óvulo del interior del ovario de la flor fecundado y desarrollado, que luego de su desarrollo y maduración constituye la mazorca. (FUNDESYRAM, 2016).

2.3.1. Tipos de cacao

Actualmente se dividen en tres grandes grupos:

1. **Criollos:** 10% de la producción, máxima calidad
2. **Forasteros amazónicos:** 79% de la producción, calidad media.
3. **Trinitarios:** 20% de la producción, buena calidad. (Sanchez, 2015)

La división antigua del cacao en el mundo se centraba en tres tipos: criollo y forastero y de la mezcla de estos nacieron los trinitarios. El cacao nacional, cultivado en Ecuador, era considerado dentro de los forasteros amazónicos, pero en el año 2008 estudios científicos determinaron que ya no se puede hablar de esos tres. (Fortaleza del Valle, 2016)

2.3.2. El chocolate

Definir al chocolate según varios diccionarios se la conoce como “pasta comestible compuesta de cacao, azúcar y canela” o en otros casos como “la mezcla homogénea de cacao y azúcar a la que se le incorporan especias como vainilla y canela, que al entrar en contacto con agua caliente se forma una masa fluida informe como una emulsión”. (Junta de Andalucía, 2014)

Es el alimento que se obtiene mezclando azúcar con dos productos derivados de la manipulación de las semillas del cacao: la masa del cacao y la manteca de cacao. A partir de esta combinación básica, se elaboran los distintos tipos de chocolate, que dependen de la

proporción entre estos elementos y de su mezcla, o no, con otros productos tales como leche y frutos secos. (Gutierrez, 2015).

El chocolate permaneció en estado líquido, como bebida, hasta bien avanzado el siglo XIX. Concretamente en 1828, cuando fue empleada la prensa hidráulica en la extracción de la manteca de cacao. Los descubrimientos técnicos posteriores, realizados en Europa, con el objeto de mejorar tanto su manipulación como su elaboración, y el mejor conocimiento sobre la composición del chocolate, lograron modificar su aspecto inicial de bebida. Es a finales del siglo XIX, y comienzos del XX, cuando surgen como novedad las primeras elaboraciones confiteras de chocolate sólido: bombones, pralinés, barras de chocolate, etc. (Paco, 2017)

2.3.3. Elaboración del chocolate

1. Tostado: El grano llega a fábrica y se limpia. Los granos se tuestan o torrefactan a fin de realzar el sabor y color. La temperatura, el tiempo y el grado de humedad dependen del tipo de granos y de lo que el artesano desee conseguir. Si se utilizan distintos tipos de semillas el tostado será diferente para cada variedad. (Chocolates Valor, 2017)

2. Descascarillado: Se utiliza una máquina para descascarillar los granos y dejar las semillas de cacao o pepitas. Actualmente estas pepitas son un producto en sí porque algunos fabricantes las utilizan para consumir tal cual o como troceadas dentro de tabletas de chocolate (eclats de feves).

3. Molido: La mezcla de granos en las proporciones deseadas se muele en molturadores a una temperatura de 60 a 80 grados y por un tiempo entre 18 y 72 horas. Este proceso, cuidado por cada artesano, es importante para obtener mayor calidad final. Se obtiene con esto licor de cacao, una masa semisólida que a 40 grados presenta ya cierto olor a chocolate y que contiene cacao y manteca de cacao. (Nestle, 2016)

4. Prensado: El licor de cacao se prensa a temperatura para extraer la manteca de cacao dejando una masa sólida llamada pasta de cacao y cuyo contenido en grasa es casi nulo.

5. Polvo holandés: La manteca de cacao se utiliza en la fabricación de chocolate o se deriva a la industria cosmética (en España hablamos de cacao para los labios), médica, etc para su utilización en distintos productos ya que sus propiedades beneficiosas son muy apreciadas.

6. Añadidos: El licor de cacao se utiliza para producir chocolate de calidad añadiéndole manteca de cacao. En este momento se mezclan los otros elementos (vainilla, azúcar, especias, leche, emulgentes que en distintas proporciones dan personalidad a cada chocolate. El chocolate de menos calidad se hará mezclando el polvo de cacao con grasas vegetales, azúcar, vainilla artificial (vainillina) espesantes y emulgentes diversos. (EsDesign, 2015)

7. Refinado: La mezcla se somete a un proceso de refinado a través de una serie de rodillos hasta obtener una pasta suave. Este refinado mejora la textura del chocolate.

8. Conchado: A continuación, el conchado, es de vital importancia para obtener un producto de calidad y desarrolla aún más sabor y la textura, reduciendo la acidez. Conchado es un proceso de amasado o de suavizado. La velocidad, la duración (hasta tres días) y la temperatura del amasado (entre 60 y 75 grados) afectan al sabor. Una alternativa al conchado es un proceso de emulsión con una máquina que funciona como un batidor pero que no aporta la calidad final. Estas alternativas de reducción de costes no se utilizan por los grandes maestros chocolateros. (Paladar.com, 2016)

9. Templado: El templado sirve para enfriar la mezcla hasta 40 grados para que la cristalización de la manteca de cacao sea estable, haciéndola pasar a través de un sistema de calefacción, enfriamiento y recalentamiento. Esto evita la decoloración y la floración de grasa en el producto

mediante la prevención de ciertas formas cristalinas de la manteca de cacao en desarrollo. El chocolate es ahora brillante y suave, de textura homogénea.

10. Enfriado: La mezcla se coloca en moldes en una cámara de enfriamiento. Una vez frío es empaquetado y distribuido. (Club del chocolate.com, 2016)

2.3.4. Valor Nutricional del Chocolate

El chocolate ejerce en el organismo una acción estimulante parecida a la que produce el café y a la que produce el té aunque en menor grado; fuera de esta cualidad el chocolate tiene efectos distintos a los de otras variedades de productos; así mencionaremos que ni el café ni el se te consideren como material alimenticio, esto debido a que el chocolate es considerado un alimento de tipo energético porque posee cantidades exorbitantes de manteca, azúcar y otras sustancias nutritivas como son carbohidratos y proteínas.

Cabe mencionar que el chocolate posee alrededor de unas seiscientas sustancias químicas, algunas con propiedades curativas. Se ha mencionado que combate el cáncer y las enfermedades del corazón y del sistema inmunológico, todo eso se debe al gran contenido de flavonoides, que es una sustancia que contiene el vino. Además el chocolate posee fosforo, hierro, magnesio, potasio, calcio, vitamina E, riboflavina, taninos, teobromina entre otros que son necesarios para el metabolismo del cuerpo humano. (Mercado, 2014)

El chocolate y sus derivados contienen elementos nutritivos altamente beneficiosos para el organismo. El chocolate es un alimento rico en grasas, carbohidratos y proteínas, nutrientes indispensables para aportar energía al organismo humano. Además, su consumo aporta bienestar psicológico debido a su agradable sabor. (NaturSan, 2016)

Los principales componentes de la semilla del cacao son las grasas (24 por ciento) y los hidratos de carbono (45 por ciento). Las grasas proceden de la manteca de cacao, que contiene gran cantidad de ácido esteárico, un ácido graso saturado que, a diferencia de otros, no aumenta el nivel de colesterol en la sangre. (Safond, 2016)

2.3.5. Beneficios del Chocolate

Estudios realizados por muchos autores entre ellos Conti Gonzales manifiestan que el chocolate contiene varias sustancias necesarias para el organismo ellas son las flavonoides que permiten a mantener el corazón sano y saludable permitiendo una buena circulación sanguínea.

La Universidad de Harvard en Estados Unidos ha demostrado que al igual que el vino el chocolate contiene fenoles que son considerados antioxidantes protegiendo al organismo de cualquier enfermedad cardiovascular, estas sustancias combaten el envejecimiento prematuro. (Nestle Ecuador, 2016)

Por demostraciones medicas se ha confirmado que el consumo moderado a la semana de 2 a 3 veces de chocolate previene de buena manera enfermedades del corazón siempre que la persona no tenga síntomas de obesidad; por ello, se debe cuidar al consumir demasiado chocolate ya que se puede llegar a tener riesgos de sufrir enfermedades cardiovasculares y circulatorios que pondrían al cuerpo humano en mal estado. (ABC, 2015)

2.4. Marco Conceptual

Agrocalidad.- Marca de calidad que el gobierno ecuatoriano impone a los productos elaborados y que son aptos para consumo humano.

Añadidos. - Especies que se agregan al cacao para surtir buen sabor posteriormente al enfriado.

Inflorescencias. - Son ranitas pequeñas frágiles q en sus extremos se encuentran las flores del cacao.

Kawak. - Lengua del que deriva el origen de la palabra cacao.

MAGAP. - Siglas del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca que es el organismo encargado del control de la producción tanto en agricultura y ganadería.

MyPymes. - Siglas de lo que se llama Pequeñas y Medianas empresas en el mercado.

Tendal.- Construcción de piso o patio de cemento, tabla o caña que sirve para secar el cacao en forma natural

Templado.- Es una de las etapas de elaboración del chocolate artesanal que consiste en mantener el sabor del chocolate.

2.5. Marco Legal

El marco legal es la base en la que se sustenta la información, de allí la importancia que implica conocer la base legislativa que actualmente respalda esta información, por ello se ha rescatado lo que recalca la Constitución de la República del Ecuador 2008.

2.5.1. Constitución de la República del Ecuador 2008

El presente proyecto de investigación está enmarcado dentro de la Constitución de la República del Ecuador; en la cual se relaciona con muchos artículos que proponen el emprendimiento de una actividad a desarrollar por una o varias personas es el caso que citaremos el artículo 283 que promueve a cualquier persona intervenir en la producción de cualquier producto que posibilite su buen vivir; además el estado promoverá de diferentes formas que aseguren el buen vivir y dejara sin efecto a aquellas que atenten contra la economía de un sector tal como se menciona en el artículo 319.

El artículo 320 estimula a que una persona o grupos de personas intervengan en la producción mediante diferentes procesos que generen trabajo así como la estimulación de una gestión participativa y eficiente en la elaboración de cualquier producto que sea de estímulo en cualquier sector en este caso turístico.

Finalmente el artículo 321, el Estado protegerá a la persona que genere un emprendimiento a través de acciones solidarias y financieras que promuevan el desarrollo de una zona en especial, en este caso del recinto San Joaquín.

Este trabajo de investigación abarca varios temas entre ellos Economía Popular y Solidaria, por lo que se considera la Ley de EPS para conocer brevemente los artículos referentes a la asociación.

2.5.2. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

El objetivo 1 en el cual se manifiesta que todas las personas deben tener una vida digna con iguales oportunidades, con esto manifestamos que cualquier persona puede realizar un emprendimiento que permita su desarrollo económico y sustento para su buen vivir.

El objetivo 4 permite que por medio de este proyecto se pueda acceder a recursos económicos que generen empleo, debido a que con la elaboración de chocolate artesanal se permitirá crear algún puesto de trabajo de manera directa e indirecta en la producción y venta del producto que se propone.

El objetivo 6 permite que con este proyecto se desarrollen las capacidades productivas del entorno en especial del sector donde se propone ejecutar el mismo en este caso en el recinto San Joaquín para que muchas personas puedan tener una soberanía alimenticia y por ende un buen vivir dentro de la zona rural.

Por último los objetivos 7 y 8 que incentivan una producción participativa en cualquier

mercado en la introducción de un determinado producto que esté al servicio y alcance de las personas siempre y cuando manteniendo la paz y soberanía de las personas para producir y emprender un negocio con la debida certificación del Estado y que sea dado a conocer en la región y mundo entero si es necesario.

2.5.3. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Según este Código los artículos que están relacionados con este proyecto abarcan sobre la creación de un emprendimiento y elaboración de un determinado producto en el cual citaremos el artículo 1 que se refiere al ámbito de producción el cual será desarrollado en el sector de San Joaquín; el artículo 2 se refiere a la actividad productiva ya que mediante este proyecto se busca realizar una actividad productiva como es la elaboración de chocolate artesanal.

Según el artículo 11 se promueve innovar, capacitar y emprender un negocio, a su vez capacitar a sus empleados e innovar el producto a desarrollar en diferentes presentaciones; así como también se debe registrar el negocio a desarrollar según el artículo 56 en el cual se debe informar del negocio o emprendimiento a realizar mediante el registro único de las MIPYMES que permitirá informar de lo que realmente realiza el negocio.

Se fomenta a la exportación (art. 93) y se atrae más inversión en el sector (art. 96), debido a que con la elaboración de chocolate artesanal el producto se puede exportar y traer más inversión que mejore el sector turístico de la zona.

Finalmente los artículos 233 y 234 que se refieren al desarrollo sustentable y tecnología más limpia, permiten entrever que al realizar este proyecto no ocasionaría daños al medio ambiente y se satisfaga las necesidades de la población de la zona.

2.5.4. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Mediante esta ley se mencionan primeramente los artículos 24 y 25 en las cuales se indica que una persona o grupos de personas pueden realizar un negocio o emprendimiento el cual debe estar debidamente constituido para su libre ejercicio en el mercado comercial y a su vez adquirir personería jurídica para cumplir con el Estado en el pago de obligaciones o impuestos que les permita laborar de manera eficiente.

El artículo 73 se refiere a unidades económicas populares, mediante este proyecto se busca dar una economía eficiente y transparente en la zona de San Joaquín en las que intervengan cualquier persona ya sean pequeños o medianos comerciantes que se dediquen a la producción y comercialización del producto a elaborar.

Finalmente el artículo 78 se relaciona con este proyecto debido que para la realización del mismo se necesita de apoyo del sector financiero en las cuales se debe pedir algún tipo de crédito o préstamo para adquirir las herramientas e insumos necesarios para realizar la producción del producto que se busca comercializar en el sector.

CAPÍTULO III

Marco Metodológico

3.1. Tipo de Investigación

Para este proyecto se emplearon los siguientes tipos de investigación:

- **Investigación de campo:** Se emplea este tipo de investigación porque la información se recopilara en el mismo lugar donde se realiza la misma con el único objetivo de conocer el problema que se investiga.
- **Investigación Exploratoria:** Para esta investigación se utilizó las siguientes herramientas; las encuestas y entrevistas con el fin de obtener información del problema que no ha sido estudiado antes.
- **Investigación Descriptiva:** Con este tipo de investigación se logró escoger información específica de lo que se quiere investigar para eso se hizo comparaciones y posteriormente tomar decisiones de acuerdo a los resultados obtenidos.

3.2. Enfoque de la investigación

Para el desarrollo de esta investigación se analizan dos enfoques diferentes: cualitativo y cuantitativo, lo que permitirá conocer a fondo las diferentes necesidades como fortalezas del problema que se investiga.

Cuantitativo: Este es el enfoque que se utilizara en la investigación debido a que nos permite obtener información acertada como la vivencia y opiniones de las personas del lugar donde se ejecuta el proyecto.

Cualitativo: Por medio de este enfoque se investiga los fenómenos a profundidad con el único fin de descubrir las cualidades que tiene el problema usando para ello datos sin medición específica numérica.

3.3. Método de la investigación

Para el presente proyecto investigativo se utilizó el siguiente método de investigación:

Estadístico: Este método permite la utilización del método científico para la estadística que se encuentre en el lugar de los hechos; debido a que por medio de la misma se puede deducir ideas y probabilidades de diferentes incógnitas que se encuentren en el lugar que se desarrolla la investigación.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Es un conjunto de sujetos o elementos que presentan características comunes. Sobre esta población se realiza el estudio estadístico con el fin de sacar conclusiones. (Barrera, 2017).

El universo de la presente investigación está constituido por los productores del recinto San Joaquín del cantón El triunfo perteneciente a la provincia del Guayas; el cual es de aproximadamente 50 personas.

3.4.2. Muestra

Es un conjunto de casos o individuos que se extraen de una población estadística. El objetivo de las muestras es deducir propiedades del total de la población. (Arcentales, 2015)

En vista de que la población en estudio es muy pequeña el valor de la muestra será igual a la población; lo que significa que se tomó una muestra de 50 personas con lo cual se aplicó los respectivos instrumentos para obtener información para la ejecución del presente proyecto.

3.5. Variable dependiente e independiente

Variable dependiente: Estudio de prefactibilidad.

Variable independiente: Elaboración de chocolate artesanal

3.6. Análisis de resultados

1.- Edad

Tabla 1 Edad

RANGO DE EDAD	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Menos de 30 años	10	15,00
De 31 a 40 años	18	26,00
Mas de 40 años	22	59,00
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

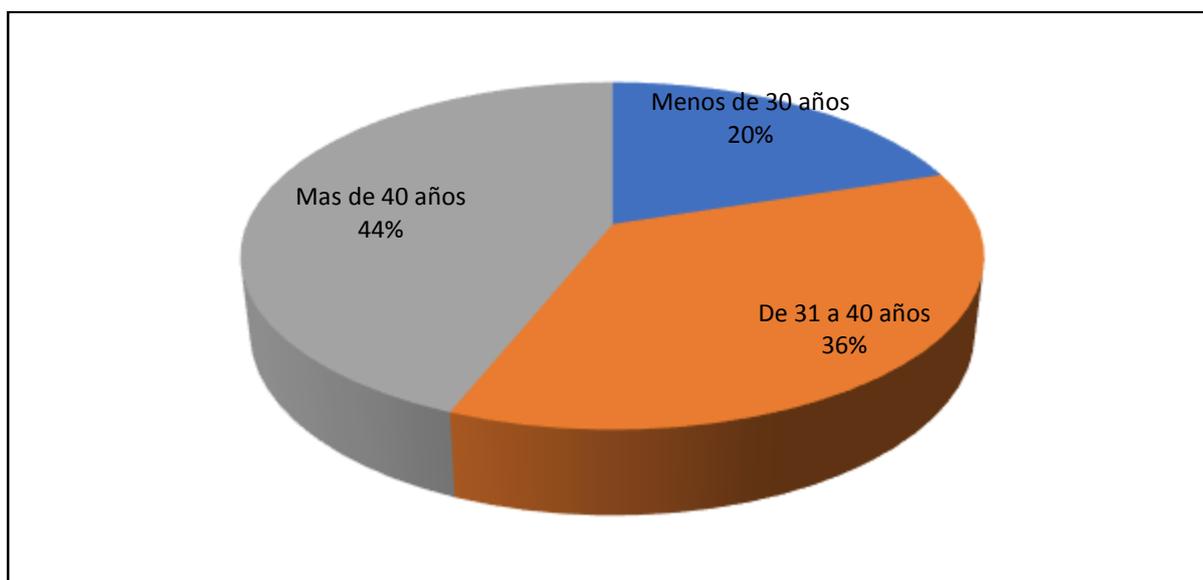


Figura 1 Edad

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

Estamos ante una población típica del sector rural donde se realizó la encuesta, la mayoría son personas que se dedican a labores y cultivos agrícolas en especial a la siembra de cacao, los mismos ya son personas adultas.

2.- Cuántas hectáreas dedica al cultivo de cacao?

Tabla 2 Hectáreas dedicadas al cultivo

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
1	24	48,57
2	7	24,29
3	0	0,00
4	6	8,57
5	9	12,86
6	0	0,00
7	0	0,00
8	0	0,00
9	4	5,71
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

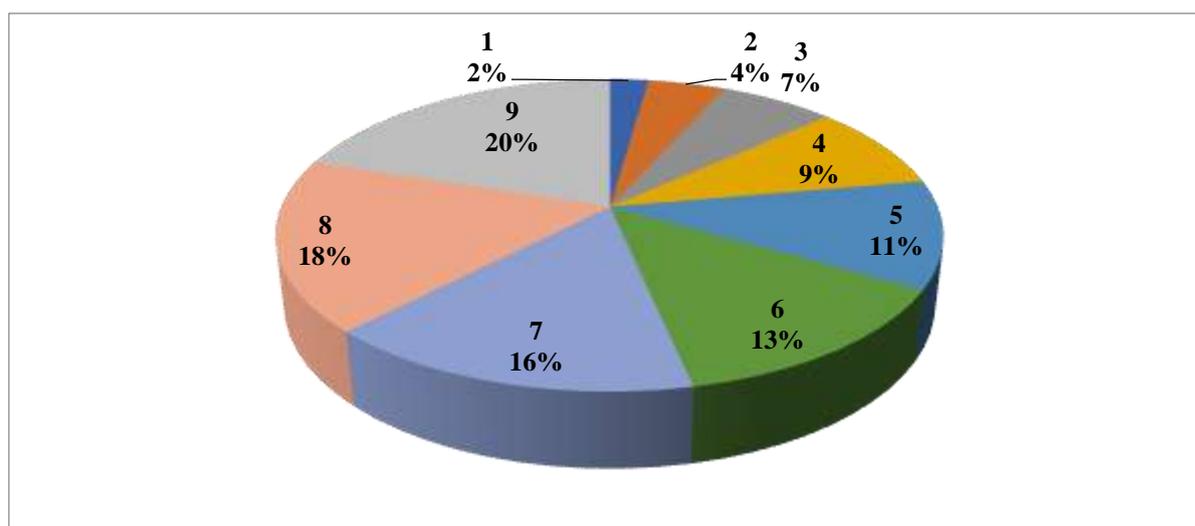


Figura 2 Hectáreas dedicadas al cultivo

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

De los datos obtenidos podemos observar que la mayoría de los productores dedican al menos 1 hectárea para la plantación de cacao; debemos mencionar también que muchos terrenos de esta zona rural son de propiedad de una sola familia que en algunos casos han sido lotizadas en fincas más pequeñas de acuerdo al número de integrantes que conforman cada familia de este sector.

3.- ¿Sus ingresos mensuales en que rango se encuentran?

Tabla 3 Ingresos mensuales

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Menos de 366	50	100,00
367 - 467	0	0,00
468 - 568	0	0,00
569 - 700	0	0,00
Mayor a 700	0	0,00
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

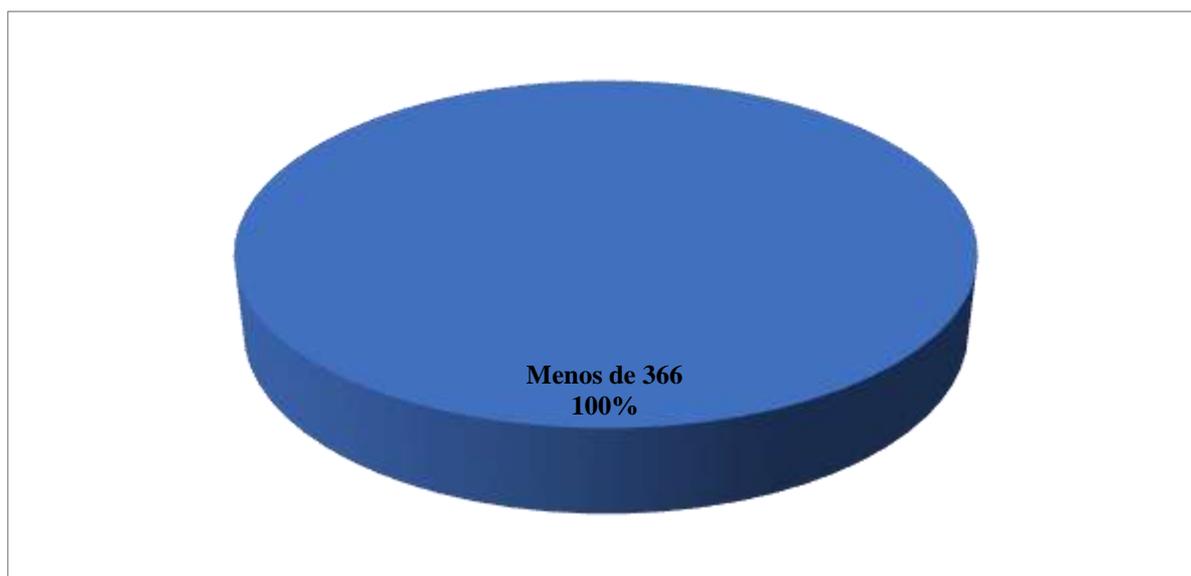


Figura 3 Ingresos mensuales

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

Los resultados reflejan que los productores de la zona en estudio no cuentan con suficientes ingresos monetarios que les ayude a invertir o ahorrar ya que ganan menos de un salario mínimo unificado.

4.- ¿En la producción de cacao, que problemas tienen?

Tabla 4 Producción de cacao

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Plagas	5	13,33
Falta de capital	7	20,00
Precios bajos en ventas	6	23,33
Intermediarios	29	36,67
Otros	3	6,67
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

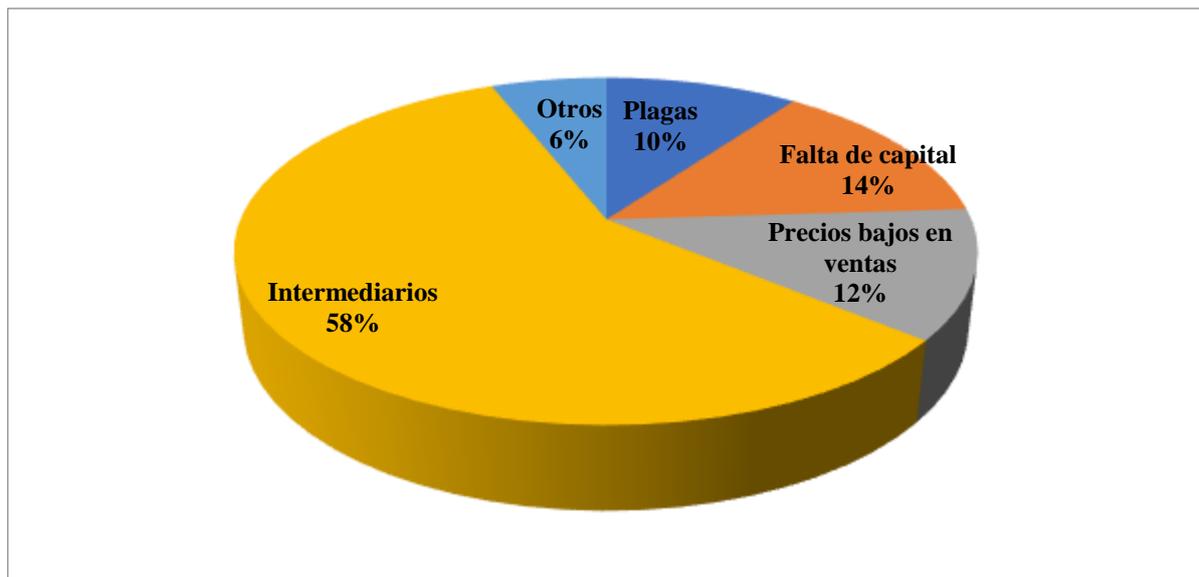


Figura 4 Producción de cacao

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos el principal problema que los afecta son los intermediarios que con poco capital son aquellos que se lucran del negocio con ello los precios bajos son eminentes dando como consecuencia que los ingresos sean bajos y la falta de capital les impide invertir en sus terrenos o en alguna otra actividad.

5.- ¿Otra actividad económica a la que se dedique?

Tabla 5 Otra actividad económica

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Ganadería	25	50,00
Pesca	0	0,00
Comercio	14	33,33
Otros	11	16,67
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

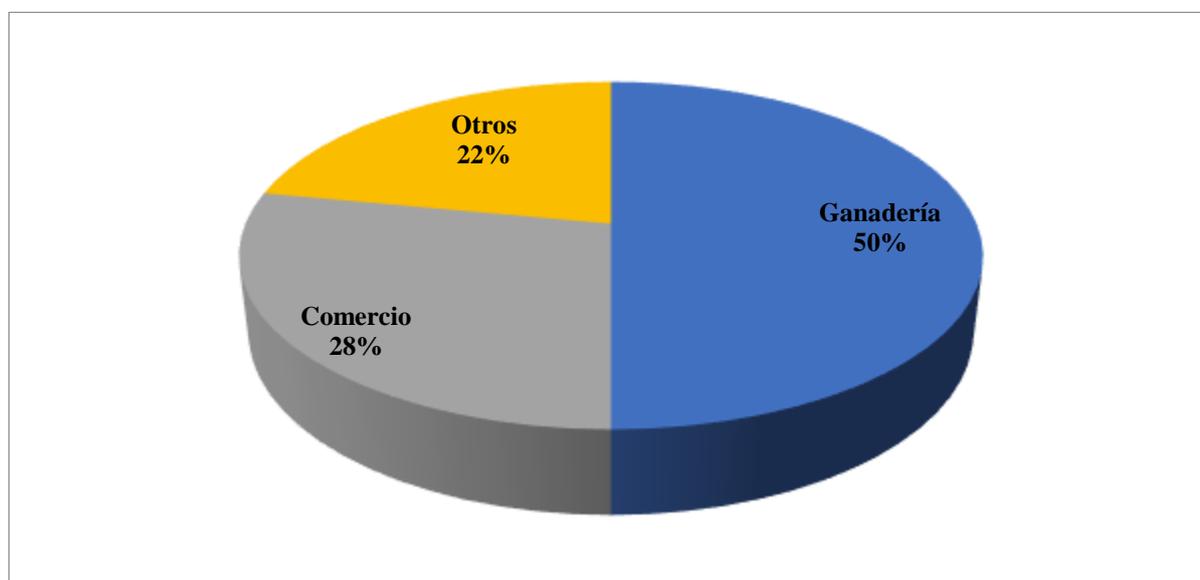


Figura 5 Otra actividad económica

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados se dedican a otras actividades económicas, siendo la ganadería muy desarrollada en la zona debido a que muchos terrenos son pastos que permiten la crianza de ganado vacuno; además, el comercio es algo adicional a la producción de cacao en la zona ya que algunas familias se dedican a vender algún tipo de abarrotes o comida en la vía terrestre.

6.- ¿Le gustaría dedicarse al negocio de chocolate artesanal?

Tabla 6 Negocio de chocolate artesanal

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Si	33	63,33
No	17	36,67
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

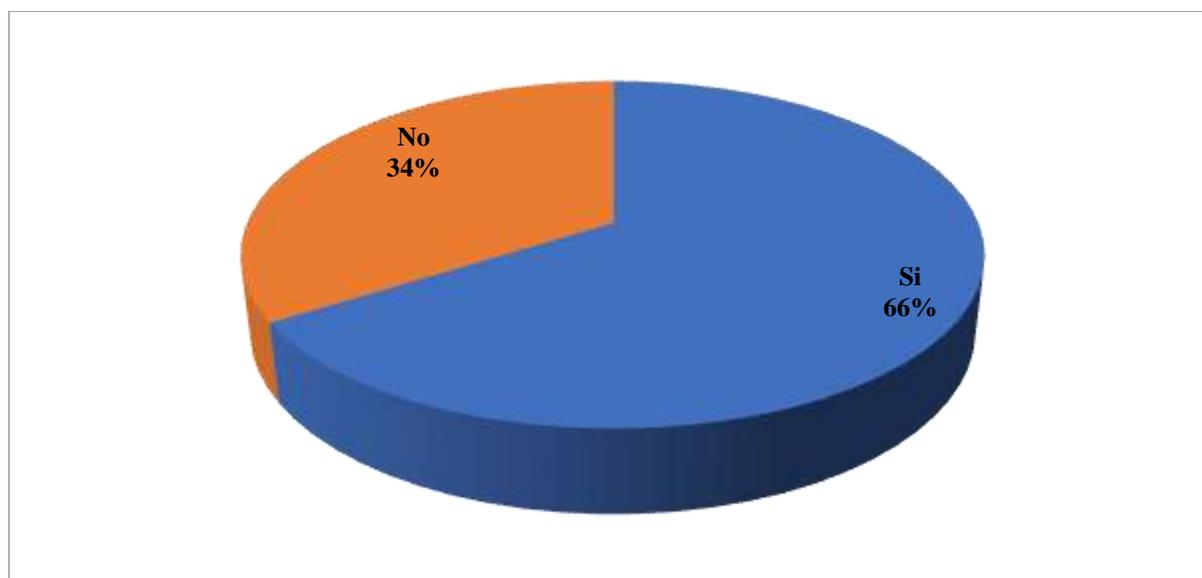


Figura 6 Negocio de chocolate artesanal

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

La mayoría de encuestados afirma que le gustaría dedicarse al negocio de chocolate artesanal para así mejorar su actividad productiva en el sector turístico con el fin de mejorar sus ingresos económicos; ya que con esto evitarían que los intermediarios se lucren de su verdadero trabajo. Cabe mencionar que un pequeño porcentaje prefiere no dedicarse a este negocio porque lo consideran un riesgo ya que manifiestan que los turistas no comprarían productos hechos de chocolate artesanal.

7.- ¿Qué le preocupa del negocio de chocolate artesanal?

Tabla 7 Preocupación

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Decisiones conjuntas	9	10,00
Control gubernamental	23	47,00
Dificultad para vender solo	15	39,67
Menor capacitación	3	3,33
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

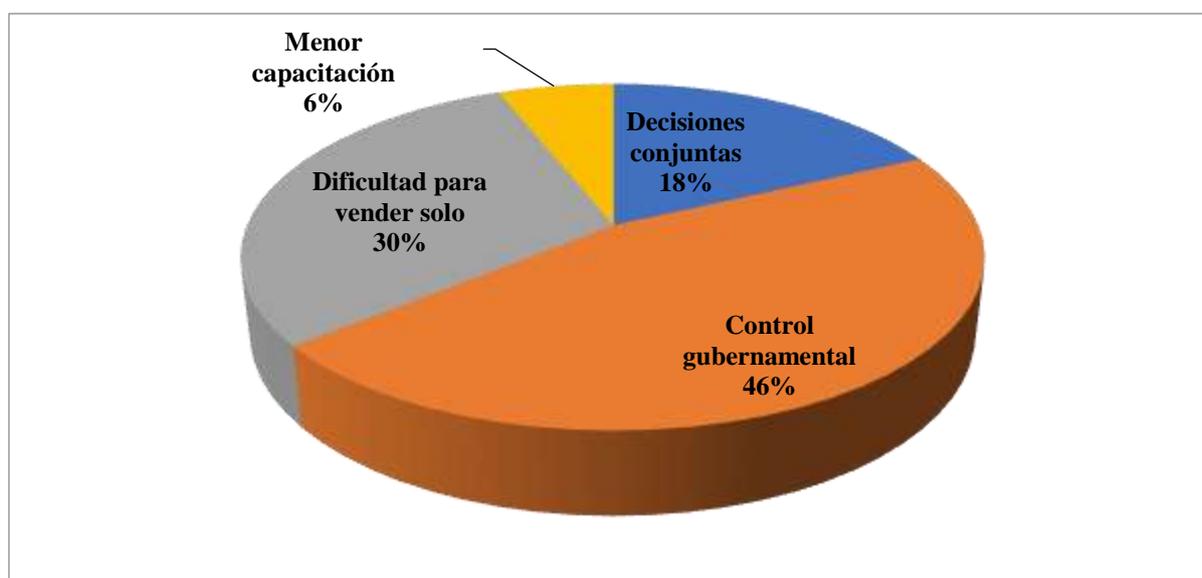


Figura 7 Preocupación

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

La mayoría de encuestados manifiesta que su mayor preocupación es el control gubernamental debido a que se deben pagar impuestos y eso influye en el valor del producto que se ofertará en el mercado; esto además sumado a la falta de conocimiento de parte de los productores y la falta de experiencia en ventas hacen que se desanimen en este tipo de negocio.

8.- ¿Conoce Ud. ¿Sobre la Ley de Economía Popular y Solidaria?

Tabla 8 Ley de Economía Popular y Solidaria

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Si	0	0,00
No	50	100,00
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

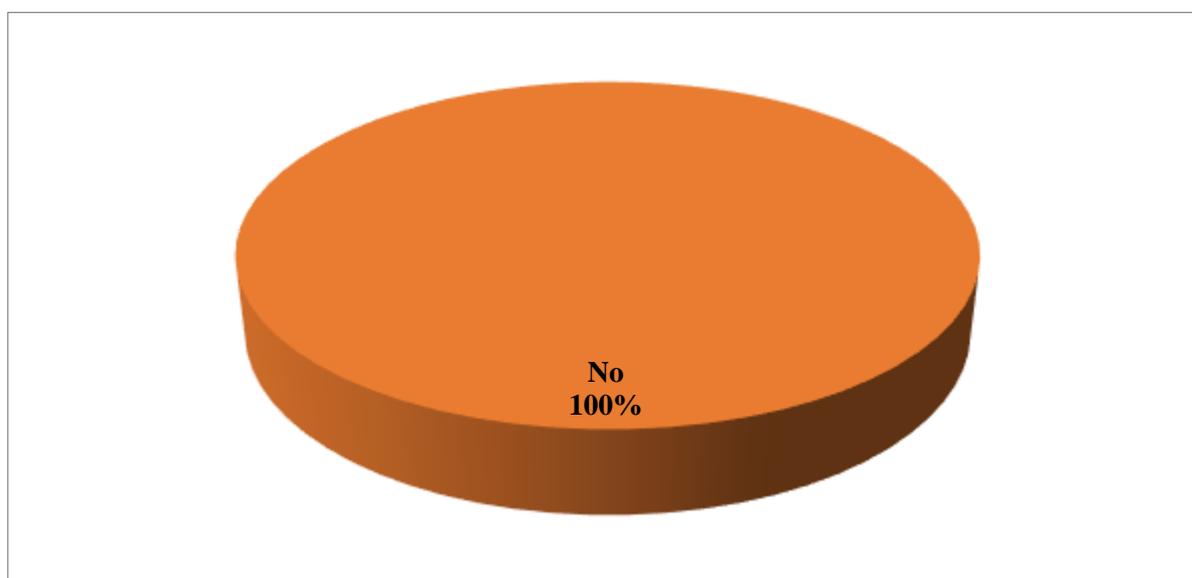


Figura 8 Ley de Economía Popular y Solidaria

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

Podremos manifestar que por el grado de educación de muchos productores y de la falta de información que poseen, muchos de ellos desconocen de sus derechos y los beneficios que les otorga la ley como pequeños productores. Una solución sería socializar las leyes que tienen los productores y agricultores de la zona y que tienen que ver con el futuro del agro ecuatoriano.

9.- ¿Ha recibido capacitación de alguna institución en ventas?

Tabla 9 Capacitación en ventas

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Si	2	20,00
No	48	80,00
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

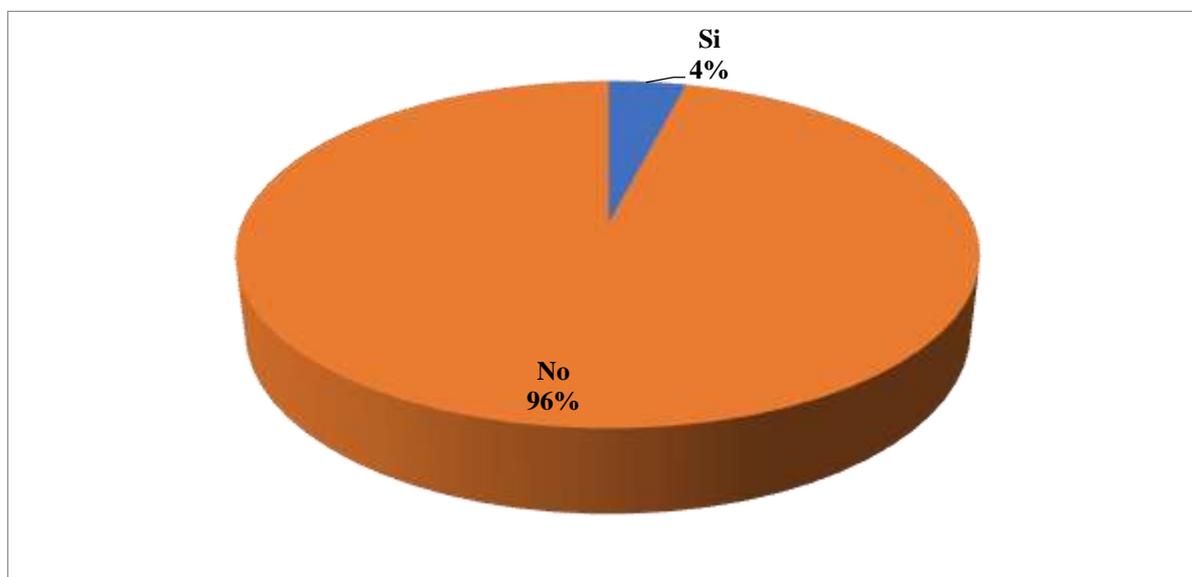


Figura 9 Capacitación en ventas

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

En este sector rural del país diríamos que se encuentran marginados de muchos beneficios y programas que ejecuta el gobierno; como es el caso de la falta de capacitación en especial en temas relacionados con la comercialización.

10.- ¿Cree Ud. que el negocio de chocolate artesanal mejore la actividad turística y productiva de la zona?

Tabla 10 Mejoramiento de la actividad turística y productiva

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Bastante	0	0,00
Mucho	0	0,00
Poco	39	60,00
Nada	11	40,00
TOTAL	50	100,00

Elaborado por: Los autores

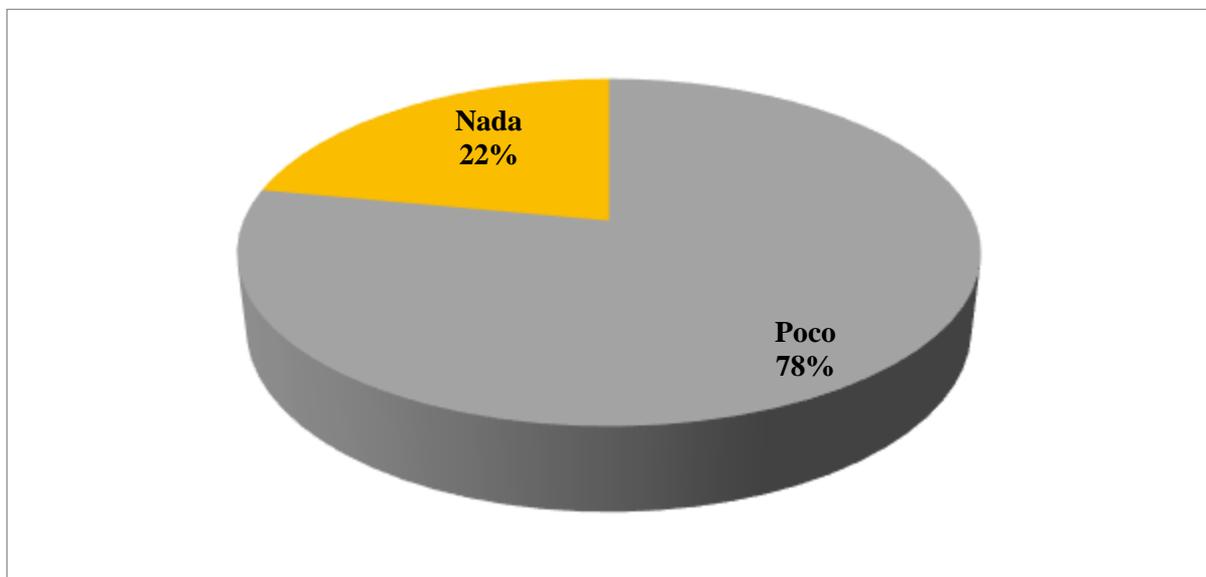


Figura 10 Mejoramiento de la actividad turística y productiva

Elaborado por: Los autores

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos muchos de los productores piensan que no mejorará su actividad productiva y por ende el ambiente turístico no desarrolle; para ello se necesita realizar una capacitación a los productores para que conozcan la realidad el sector en el que viven y dejen las preocupaciones y se motiven más al ambiente de los negocios.

CAPÍTULO IV

La Propuesta

4.1. Aspecto societario del proyecto

4.1.1. Descripción y tamaño de la empresa

La empresa se dedicará a la fabricación y comercialización de diferentes productos de chocolate artesanal utilizando para ello como materia prima el cacao nacional de excelente calidad.

Se piensa comercializar un producto que sea de satisfacción al cliente elaborado de manera artesanal, incluyendo todos los nutrientes necesarios como son vitaminas, proteínas y minerales que otorga un buen chocolate natural; además de no utilizar conservantes u otros ingredientes que perjudiquen a la salud de las personas lo que conlleva a perder el valor nutritivo del chocolate natural.

Además ofrecer una alternativa a nuestros clientes y consumidores que sean ellos mismos quienes elijan la cantidad que a su vez serán productos únicos, deliciosos y saludables con una buena presentación en el mercado a través de una envoltura que muestre la línea artesanal del producto a consumir con lo cual se propone el desarrollo de una empresa dedicada a la producción de chocolate artesanal que sea del agrado del cliente.

El tamaño de la empresa corresponde a una pequeña empresa porque contará entre 11 a 50 trabajadores.

4.1.2. Nombre

La empresa tendrá como nombre “ChocoVill”.

4.1.3. Imagen corporativa



Figura 11: Imagen Corporativa de la Empresa

Fuente: Christopher Proaño (2018)

4.1.4. Misión

“Dar a conocer nuestro producto a nivel nacional, demostrando su buena calidad, con una excelente presentación, sabor, aroma, motivos y variedades al consumidor”.

4.1.5. Visión

“Ser una excelente empresa dedicada a la fabricación y comercialización de chocolate artesanal donde prime la calidad e higiene aprovechando para ello los recursos disponibles; para atender a todos nuestros clientes en el consumo de productos saludables y por ende el desarrollo integral de nuestra empresa promoviendo y apoyando en el sector turístico la venta de productos de chocolate artesanal”.

4.1.6. Valores corporativos

La empresa contará con una cultura organizacional orientada específicamente a valores corporativos enmarcados al direccionamiento y liderazgo de la empresa y que se la pone en práctica porque forma parte de la vida de quienes laboraran en la misma.

- Responsabilidad: Tener una gran responsabilidad entre la empresa y nuestros clientes con el fin de garantizar un servicio de calidad, oportuno y rápido.

- Calidad: Mejorar de manera continua los productos que se brindaran a los clientes, los mismos que cumplan con todas las normas de calidad.
- Honestidad: Promover confianza entre la empresa y los clientes actuando con una verdadera veracidad y rectitud.
- Trabajo en equipo: Lograr los objetivos propuestos por la empresa en el ámbito organizacional con la intervención de todos quienes forman parte de la misma.
- Compromiso: Comprometerse con los clientes y con quienes conforman la empresa ofreciendo productos de buena calidad para que se sientan seguros y satisfechos de consumir los productos como también seguridad en el trabajo en la empresa.

4.1.7. Organigrama

Se plantea un organigrama básico para su correcto funcionamiento, el cual estará conformado por las siguientes áreas:

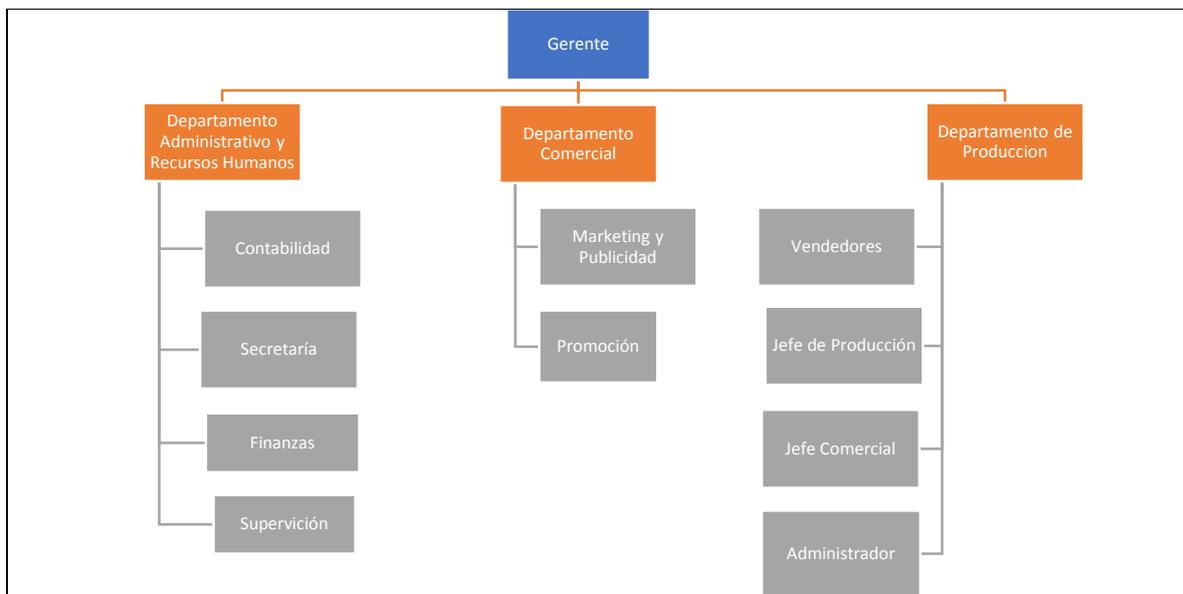


Figura 12: Organigrama de la Empresa

Elaborado por: Los autores

La empresa está dirigida por el Gerente General quien tiene a su cargo la tarea de dirigir la empresa y está apoyado por tres departamentos que son:

- Departamento Administrativo y Recursos Humanos: Aquí labora el personal encargado de la contabilidad de la empresa; secretaria; finanzas y supervisión del personal que trabaja en la empresa.
- Departamento Comercial: su función es la de dar a conocer a la empresa por medio de publicidad; se encuentran la áreas de: ventas encargada de pronosticar y proyectar los productos que serán vendidos al sector consumidor, aquí se encuentran los vendedores; el área de publicidad y marketing encargada de crear estrategias de promoción para que la comunidad o personas conozcan de la empresa y sus productos y el área de promoción encargada de promover estrategias para incentivar al personal.
- Departamento de producción: su función es la de monitorear y controlar la producción de los bienes que va a ofertar la empresa; tenemos el área de compras encargada de las diferentes necesidades de la empresa para su buen funcionamiento; inventarios encargada del control del stock de lo que posee la empresa; materia prima: su función es la de adquirir los elementos indispensables para la elaboración del producto y escoger a las personas o empresas que provean de un buen material, aquí se encuentran los proveedores y el área de control de calidad, aquí labora personal cuya función es garantizar que el producto que oferta la empresa sea apto para el consumo humano y cumpla con los estándares de calidad y satisfacción del cliente.

4.1.8. Infraestructura

La empresa contará con una infraestructura adecuada para el expendio y comercialización del chocolate artesanal (figuritas) para ello adecuara los espacios

físicos necesarios para la ejecución de las diferentes actividades administrativas y de comercialización del producto; así como tendrá los requisitos que se necesita para un buena atención; la cual está plasmada en el siguiente plano:

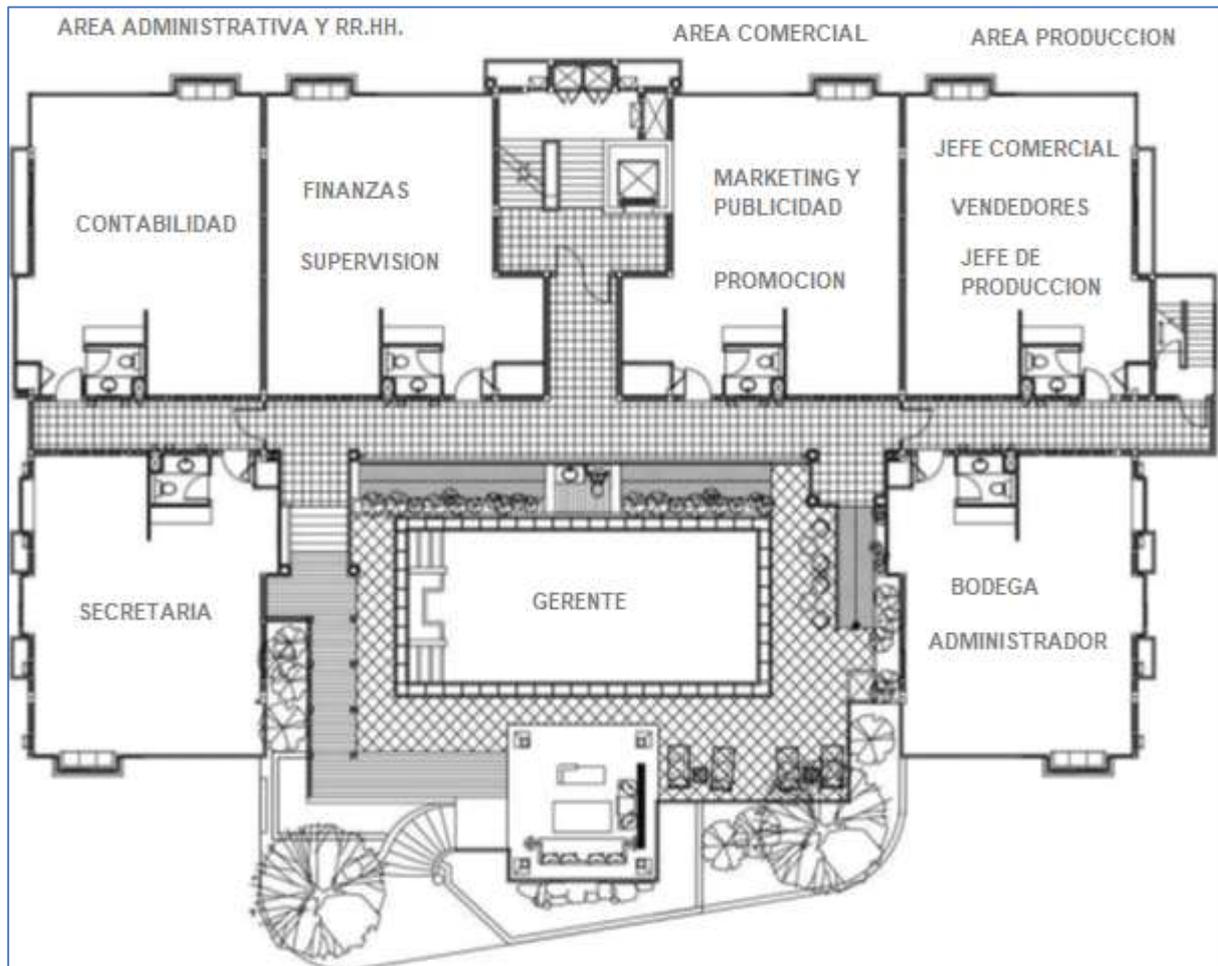


Figura 13: Croquis de la empresa

Fuente: Freddy Bejarano Construcciones Civiles Cumanda (2018)

4.1.9. Requerimientos de personal

La empresa como tiene el objetivo de ofrecer chocolate artesanal está en la necesidad de contratar personal de acuerdo al puesto que la empresa necesite. Se detalla a continuación cuales son las necesidades de personal que la empresa necesita contratar y su respectivo salario:

Tabla 11: Presupuesto de Personal

PRESUPUESTO DE PERSONAL			
CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	Gerente General	\$ 500,00	\$ 6.000,00
1	Contador	\$ 450,00	\$ 5.400,00
1	Secretaria	\$ 354,00	\$ 4.248,00
1	Servicios Generales (Limpieza)	\$ 354,00	\$ 4.248,00
2	Servicios Generales (Cocinero)	\$ 354,00	\$ 4.248,00
1	Personal de Ventas y Marketing	\$ 400,00	\$ 4.800,00
3	Vendedores	\$ 354,00	\$ 4.248,00
		Total:	\$ 33.192,00

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

4.1.10. Ubicación

La empresa se encontrará ubicada en el recinto San Joaquín perteneciente al cantón El triunfo dentro de la Provincia del Guayas.



Figura 14: Ubicación de la empresa

Fuente: Google Maps

4.2. Diagnóstico estratégico

4.2.1. FODA

4.2.1.1.- Fortalezas

- ✓ La excelente calidad de todos y cada uno de los productos fabricados por la empresa.
- ✓ El producto tiene buena calidad y satisface al cliente.
- ✓ Innovación en los productos a ofrecer en el mercado local.
- ✓ Excelente comunicación dentro y fuera de la empresa.
- ✓ La empresa cuenta con materia prima propia de la zona.
- ✓ El chocolate es muy apreciado en el mundo entero, lo que le permite manejar un amplio mercado, donde la segmentación que se presenta es mínima.

4.2.2.2. Oportunidades

- ✓ Posibilidad de exportar a países europeos donde los productos son apreciados por su técnica.
- ✓ Gran variedad de productos alternativos, encontrados con facilidad en el mercado, para mezclar con el chocolate, innovando en sabores.
- ✓ Posibilidad de desarrollar e introducir en el mercado nuevos productos hechos a base de chocolate, ya que este permite infinidad de posibilidades.

4.2.2.3. Debilidades

- ✓ Al ser una empresa artesanal, el tiempo de producción no puede competir con las grandes compañías automatizadas que producen la misma cantidad de producto en menor tiempo.

- ✓ Competencia ya que existe variedad de empresas que se dedican a la elaboración del chocolate.
- ✓ El mal control de procesos de venta y elaboración del producto.
- ✓ Déficit de presupuesto para la compra de materia prima.

4.2.2.4. Amenazas

- ✓ La importante posición de la competencia en el mercado nacional.
- ✓ Muchas veces los consumidores piensan que la técnica artesanal produce con menor calidad o hay riesgos de algún tipo al consumir el producto.
- ✓ La llegada continúa de productos importados que representan una gran novedad en el mercado, atrayendo a muchos clientes que cambian de marca.
- ✓ Aumento de impuestos.

4.2.2. Análisis PEST

El análisis PEST consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero pueden afectar en el futuro, analizaremos cada uno:

Político: Por muchos años se vivió una inestabilidad política en el Ecuador, con el actual gobierno se inició una nueva etapa más sólida y estable, nuevas políticas que beneficiarían a todos los sectores del país; el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) incentiva a la producción e industrialización del cacao a través de proyectos de inversión. Existen organizaciones como Fair Trade que garantizan el pago correcto a los productores del cacao, muchas veces preferido por el consumidor final, sobre todo en Europa. De esta manera el cliente se asegura de que el producto es de calidad, así como de su proveniencia.

Económico: El chocolate es un producto suntuoso y es altamente elástico, esto es, si el precio del chocolate baja, se tendrá una mayor cantidad de demanda, mientras que si el precio

sube, bajará la demanda drásticamente. En la actualidad República del Cacao es la primera marca que produce chocolates profesionales, la primera empresa que produce en el lugar de origen, sumada a la calidad, valor nutritivo, fino aroma, presentación, tiene impacto a nivel internacional a pesar de su precio alto y aún el consumidor local que es menos selectivo, reconoce el chocolate ecuatoriano y lo aprecia. El precio del cacao es impuesto por la bolsa de valores de Londres y Nueva York y se lo consulta a diario e inclusive la variación.

Social: La tendencia a consumir chocolate es constante y durante los últimos años se incrementa cada vez. Existe una gran variedad en sabores, mezclas y derivados; en el último tiempo se ha hecho más popular el consumo de chocolate negro, que tenga mayor concentración de cacao en él, un 70%, así como la tendencia de consumir productos orgánicos y naturales. El chocolate es una golosina consumida por niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Las grandes marcas de los mejores chocolates del mundo utilizan el cacao nacional, que con el tiempo ha generado un gran renombre internacional.

Tecnológico: La maquinaria que se requiere para industrializar al cacao, solicitan de una inversión en tecnología, para que el resultado del proceso sea de alta calidad y rendimiento.

4.2.3. Impacto ambiental

El impacto ambiental que el presente proyecto es que se restaurará el medio ambiente con mensajes constructivos que ayudarán a protegerlo, cuidarlo, valorarlo y sobretodo mantenerlo vivo para un futuro, para cuando tomemos conciencia no sea demasiado tarde.

Además para ser amigables con el medio ambiente se implementará el sistema de reciclaje y reutilización de los residuos que se generen en la empresa creando objetos artesanales. Este programa se hará capacitando a los empleados; el impacto ambiental será mínimo ya que los productos al ser artesanales no emitirán grandes cargas de CO₂ y otros tipos de gases que sean perjudiciales al medio ambiente.

El impacto ambiental en donde se encuentra ubicada la empresa en este caso en el recinto San Joaquín perteneciente al cantón El Triunfo será mínimo debido que para la elaboración de productos que deriven del cacao no se necesita maquinarias ni productos químicos que aceleren el proceso; más bien, la carga de CO₂ es mínima debido a que solo habrá ciertos momentos en que se deberá secar el cacao, ya que la misma se lo compra seca a los diferentes vendedores de la zona; además la combustión será retenida por medio de aparatos absolvedores de gases, estos reducen la emisión de los mismos y por ende no se contamina el ambiente.

Como es de conocimiento el producto se lo elaborará de manera artesanal, el mismo que es elaborado en diferentes objetos para su proceso de secado, solidificación y empaquetado sin el uso de maquinarias o químicos que alteren o afecten al medio ambiente.

Cabe mencionar que para que la empresa empiece sus operaciones necesita de una licencia ambiental AGROCALIDAD, la cual se lo puede obtener en menos de treinta minutos a través del MAE la misma que es un requisito para la ejecución de proyectos, obras o cualquier otra actividad que presenten un riesgo al ambiente. El MAE emite tales licencias a través del Sistema Único de Información Ambiental (SUIA) que se encuentra en el portal web: suia.ambiente.gob.ec

Los requisitos para la emisión de la Licencia Ambiental son los siguientes:

- Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental.
- Cronograma valorado de ejecución del PMA anual. (en caso de proyectos a ejecutarse en un tiempo menor a un año, cronograma por los meses de duración).
- Certificación notariada del costo total del Proyecto.

- Para EsIA Expost, se presentará certificación notariada del monto total de activos de la Empresa o actividad en funcionamiento, a valor presente.
- Una garantía de fiel cumplimiento del Plan de Manejo Ambiental equivalente al 100 % del costo total del mismo, correspondiente al año de vigencia de dicha garantía, la cual debe ser renovada anualmente.
- Una garantía o seguro por daños a terceros o de responsabilidad civil.
- Papeleta de depósito correspondiente al pago de lo que estipula el Artículo 2 de la “Ordenanza que crea las Tasas por Servicios de Gestión y Calidad Ambiental del Gobierno Provincial del Guayas” publicada en el Registro Oficial No. 062 del 18 de agosto de 2010.

El costo de la licencia ambiental estimada es \$710, que se detallan a continuación:

- ✓ Certificación USD \$50.00
- ✓ Depósito en la cuenta correspondiente en el Banco de Fomento USD \$1000.00 del costo de operación del último año, mínimo USD \$500.00 si va a empezar por primera vez a funcionar.
- ✓ Notificación al Proponente: tasa de inspección diaria TID USD \$80 x número de técnicos NT x número de días ND; en este caso solo visitaran dos técnicos para 1 día: \$160.

A parte la empresa debe ser regulada y controlada sanitariamente a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa) que controlara los productos que fabrique la empresa en este caso los chocolates de tipo artesanal que sean aptos para consumo humano, el costo del permiso ARCSA es de \$490,00; el mismo que se obtiene así:

- Ingresar al sitio web de ARCSA: permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec con el correspondiente usuario y clave; si no tiene se deberá registrar en el mismo sitio web.
- La empresa podrá obtener el permiso de funcionamiento, según las instrucciones que se detallan en el documento IE-B.3.1.8-PF-01 de obtención de permiso de licencia ambiental.
- Llenar el formulario correspondiente de acuerdo a la actividad del establecimiento, en este caso es de elaboración de productos, dulces y confites para consumo humano.
- Emitida la orden de pago, se imprimirá la misma y luego de 24 horas de generado la orden se debe cancelar el mismo. (ARCSA, 2018)

4.3. Estudio de Mercado

4.3.1. Segmentación de mercado

La segmentación del mercado se da de acuerdo a las zonas donde se encuentra la empresa o a alguna característica de los posibles compradores; en este caso se verán tres puntos diferentes de mercado que son el mercado potencial, objetivo y meta.

4.3.1.1. Mercado Potencial

Es aquel mercado estigmatizado por los chocolates tradicionales, acostumbrados a los envases comunes y con un alto valor. Es decir, con falta de un diseño que identifique al consumidor con sentimientos o emociones; está destinado específicamente a la zona del recinto San Joaquín en donde se encuentra una población de 15.000 habitantes según datos del INEC.

4.3.1.2. Mercado Objetivo

El mercado objetivo al que plantea llegar la empresa por medio de este proyecto está destinado a personas con niveles socioeconómicos accesibles entre 18 a 50 años de edad de los

cantones El Triunfo, Cumanda, Bucay y sectores aledaños en donde se tiene una población de 12.467 habitantes entre ese rango de edades según datos del INEC.

4.3.1.3. Mercado Meta

El mercado meta está especialmente dirigida a personas que van desde los 12 hasta los 70 años de edad ya que estarían dispuestos a comprar cualquier producto que ofrezca la empresa; hoy en día el consumo de chocolate ha ido en aumento debido a las propiedades curativas que ofrece, se consideran consumidores de chocolates desde los 12 años de edad hasta los 70 años debido a que es beneficioso para las personas de la tercera edad ya que ayuda a mantener en forma el cerebro y con problemas vasculares.

4.3.2. Población y muestra

Según datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) la población a la que está dirigido este proyecto para la comercialización del producto a ofrecer se ve reflejada en el siguiente cuadro:

Tabla 12 Población

CIUDADES	POBLACION
GRAL. ELIZALDE	10.642 HAB.
EL TRIUNFO	34.863 HAB.
CUMANDA	12.900 HAB.
SAN JOAQUIN	1.500 HAB.
TOTAL	59.905 HAB

Fuente: Sistema Redatam INEC

Elaborado por: Los autores

La muestra que se tendrá para realizar este proyecto se obtendrá a partir de la siguiente fórmula con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%:

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

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N=tamaño de la población

σ =desviación estándar de la población (como no se tiene el valor preciso se usara 0,5)

Z= valor obtenido por medio de niveles de confianza (95%=1.96)

e=Límite aceptable de error muestral (5%)

Reemplazaremos los valores en la fórmula pero enfocándonos a personas comprendidas entre 12 a 65 años:

$$n = \frac{1500 * 0.5^2 * 1.96^2}{(1500 - 1)(\pm 0.5)^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = 38$$

4.3.3. Análisis de la Oferta (competencia)

Actualmente en el mercado existe una gran variedad de productos de diferentes casas, la más conocidas Nestlé, Confiteca, La Universal, etc.; por mencionar ya que serían, los principales competidores al comercializar productos que son elaborados a base de cacao y distribuyen sus productos a nivel nacional. **Choco Art** es uno de estos productos; a diferencia que es un producto 100% natural y no es mezclado o elaborado con otro producto de ninguna índole, por lo tanto el producto que se elaborara está libre de cualquier tipo de químicos ya sean endulzantes o colorantes; con ello, se deja entrever que el producto es elaborado de manera artesanal en la empresa.

Tabla 13 Competidores y Productos

EMPRESA	PRODUCTOS
Nestlé	Classic tableta, Galak, Crunch, Bebidas instantáneas Nesquik
Confiteca	American bombones de chocolate, American chocolate barra, American chocolate surtido minibarra, confiteca chocolates corazones, confiteca, chocofoo.
La Universal	Manicho, Manicho duo, Mig, Huevitos, Soprafino, Gianduia, Croquetas, bombones, Palitos, Cocoa, Choco choc

Fuente: Anecacao (2018)

Elaborado por: Los autores

Si bien es cierto la mayoría de estos productos gozan de popularidad entre los consumidores, y los precios son accesibles a todo bolsillo; **Choco Art** pretende no solo emprender una campaña de marketing para comercializar o dar a conocer su producto; si no el de llevar una idea de concientización de las personas por consumir un producto natural. Además de ello pensamos en crear no solo una empresa que comercialice chocolate artesanal, sino el de convertirnos en una fuente generadora de empleo y aportar así con un granito de arena a disminuir los índices de desempleo y la inseguridad social.

4.3.4. Análisis de la Demanda (Consumidores)

En Ecuador es una tradición beber, consumir bebidas calientes entre familia o cuando hay alguna visita. La mayoría de ocasiones las bebidas que se consumen no son tan saludables, puesto que las bebidas adquiridas en supermercados son productos que nacen de un producto natural pero que así mismo son tratadas y mezcladas con productos químicos artificiales como colorantes y saborizantes.

De aquí nace la idea de formar una empresa que se dedique a la comercialización de un producto completamente natural, el mismo que ofrezca a los consumidores las vitaminas y minerales necesarios para obtener una buena salud.

El análisis de la demanda ha sido obtenida a base de la realización de encuestas, las

mismas que han brindado información que una muestra de la población de que habita en el recinto San Joaquín que está conformada por aproximadamente 1500 habitantes, la está dispuesta a adquirir y recomendar nuestro producto, en qué cantidades y a qué precio se debe comercializar ya que la empresa piensa cubrir una demanda de entre 12 a 65 años de edad porque entre estas edades es donde los clientes hoy en día buscan un producto saludable para la salud y sobre todo que sea natural.

Tabla 14 Análisis de la Demanda

Demanda Potencial	Consumo de chocolate	Cantidad de consumo	Frecuencia de consumo	Recomendación de consumo de chocolate
100%	73%	61%	55%	96%
1500	1095	915	825	1440

Fuente: INEC - Anecacao

Elaborado por: Los autores

Los tipos de demanda según el presente proyecto que se está desarrollando son:

Por su oportunidad.- Porque tenemos una demanda insatisfecha ya que el producto como es el chocolate amargo no se comercialización en lugares determinados y se los hace difícil a los clientes encontrarlos y adquirir un producto 100% natural en el mercado.

Por su necesidad.- Tendremos una demanda no necesaria ya que este producto no es un bien de primera necesidad.

Por su temporalidad.- Se puede decir que este es un producto con demanda continua ya que el chocolate natural puede ser adquirido en cualquier fecha del año.

Según su destino.- Aquí se tendría una demanda de bienes finales ya que comercializaremos directamente al consumidor final.

4.3.4.1. Caracterización de la demanda

La matriz de la demanda se realiza en base a una observación directa en los locales de

viveres y abastos del recinto San Joaquín, en los cuales se ha determinada que el precio de los bienes sustitutos oscilan entre \$ 0,15 a \$ 2,00 dólares por tazas de cafés, dulces y golosinas, teniendo como bienes sustitutos a productos de otras marcas como por ejemplo; café, caramelos, galletas rellena.

Tabla 15 Matriz de Demanda

PROYECTO	VARIABLES	CARACTERIZACION
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN DE CHOCOLATE ARTESANAL, DESTINADO AL SECTOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN EL TRIUNFO, PROVINCIA DEL GUAYAS	Precio	Chocolate entre \$1 a \$8 de acuerdo al tamaño ya sea Pastilla \$2 a \$ 4 Barra \$0.60 a \$2 Tableta \$1 a \$1.75 Bombones \$0.30 a \$5.50 Polvo \$ 2.50 a \$8
	Precio de bienes Sustitutos	Bebible: Café \$ 1.50 a \$2 Bombones: Caramelos \$0.15 a \$ 0.50 Galletas con relleno de chocolate \$0.25 a \$2
	Gustos y Preferencias	Tamaño Presentación
	Tamaño de la Muestra	N=38

Fuente: Anecacao

Elaborado por: Los autores

4.3.5. Marketing del proyecto

Para la publicidad y venta del producto que ofrecerá la empresa se pondrá a consideración el Marketing Mix, en donde se aplican cuatro puntos relacionados a políticas en la empresa:

4.3.5.1. Política de producto y servicio

El producto a ofertar en el mercado se encuentra en un ciclo de vida ya explotado en la zona debido a la presencia de otras marcas pero sin embargo se ha propuesto el diseño de una nueva marca de chocolate artesanal en cual se introducirá con figuras originales y componentes de mínimo procesamiento que den como resultado un producto de buena calidad para el consumidor.

Al producto que se ubicará en el mercado le anteceden los productores de cacao y los distribuidores de los diferentes ingredientes para el proceso del cacao hasta llegar a la empresa en donde se ejecuta su elaboración, por ello la ubicación de esta última se encuentra en la tercera etapa de la cadena de valor del chocolate de tipo artesanal.

4.3.5.2. Política de precios, descuentos y condiciones.

La empresa ChocoVill pondrá a disposición del mercado una serie de productos en base a chocolate artesanal, para ello ha fijado una política de precios para hacer frente a la competencia:

Tabla 16 Política de Precios y descuentos

Empresa	Precio Venta	Descuentos
Competencia 1: Nestlé	De a \$1,00 a \$3,75 varían sus precios.	No ofrecen descuentos.
Competencia 2: Confiteca	De \$0.75 a \$ 4,00 varían sus precios.	En algunos productos ofrecen descuentos si se compra en grandes cantidades.
Competencia 3: La Universal	Precios de \$ 0,95 a \$ 5 en cualquiera de sus productos.	Ofrecen descuentos por medio de sus distribuidores.
Nuestro Producto: barra de chocolate “Choco Art” (presentaciones en tabletas, pastillas y polvo) y figuritas.	Figuritas dependiendo del tamaño: grande \$0,50; mediano: \$0,35 y pequeño \$0,25. Barras de chocolate: de \$ 0,30 a \$1 dependiendo de la presentación.	Al momento de la introducción en el mercado no se tiene pensado hacer descuentos; pero con el tiempo se podría realizar descuentos ya cuando se cuente con clientela fija.

Fuente: Anecacao

Elaborado por: Los autores

4.3.5.3. Política de distribución.

Se ha determinado un canal de distribución propio para el producto que se va a comercializar la misma que será distribuida por los diferentes locales comerciales establecidos en la vía principal del recinto San Joaquín. El precio será establecido por los diferentes propietarios de los locales comerciales y de abastos, nuestro precio será el mismo para todos

los comerciantes.

4.3.5.4. Política de promoción

El objetivo de la empresa es que al término del año el 100% de la población objetivo de la zona conozca el producto que se va a comercializar y que al menos el 65% de dicha población adquiera o haya adquirido el producto y que el 25% de esa población consuma de manera habitual el producto hecho en base a chocolate artesanal.

4.3.6. Plan estratégico del producto

La empresa cuenta con una variedad de materia prima para la elaboración de su producto alimenticio que será puesto en venta, el mismo que se centra en el ámbito de los confites y golosinas que serán comercializados con el nombre de ChocoArt.

La oferta de la empresa abarca una variedad de productos basados en la utilización de chocolate artesanal; el enfoque de la empresa busca satisfacer los gustos y preferencias de los clientes a través de los productos ofertados.

Respecto a la elaboración del producto, la empresa interviene a lo largo de la elaboración de los diferentes productos bajo un mismo lineamiento que es la utilización de materia prima de la zona en especial chocolate obtenido de la compra de cacao.

El proceso de elaboración comienza con la preparación de los respectivos insumos para que el chocolate no pierda sus propiedades se lo conserva a una temperatura controlada durante la producción del producto; así la persona encargada de la producción prepara los diferentes productos de acuerdo a las características propuestas.

Al final del proceso productivo se deja secar el chocolate en sus diferentes empaques y moldes para su respectiva comercialización. El producto que se va a comercializar tendrá las siguientes características:

- Producción estilo artesanal: Conserva actividades realizadas en el proceso de producción de manera personalizada y tradicional.
- Insumos de calidad.
- Presentación y empaque del producto en diferentes moldes.
- Flexibilidad y adaptabilidad del producto a expandir en el mercado: permite a la empresa insertar en el mercado de la zona su producto de acuerdo a los requerimientos del cliente.

4.3.7. Elaboración del Producto

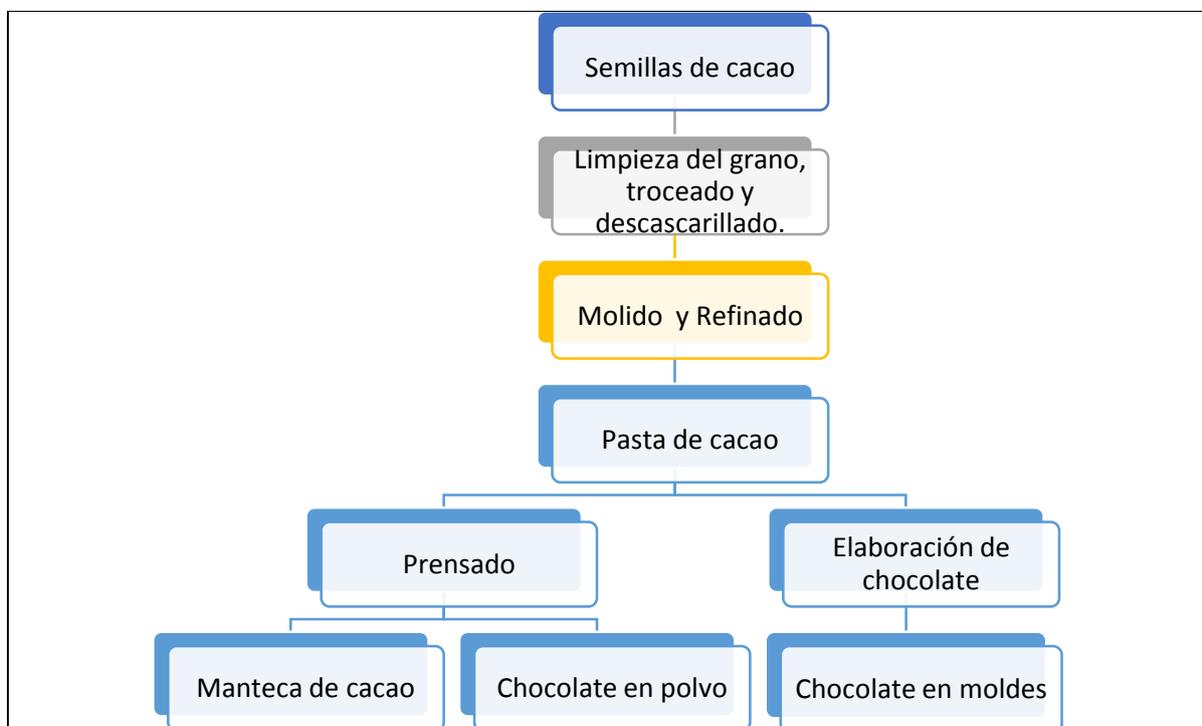


Figura 15: Esquema de elaboración del chocolate (artesanalmente)

Elaborado por: Los autores

El proceso de elaboración del chocolate de manera artesanal se inicia con la recolección de las semillas del cacao (pepas) estas se limpian, se tuestan, se trocean, se muelen y se refinan para obtener la pasta de cacao; de donde a su vez se producirá chocolate o la obtención de chocolate en polvo y la manteca de cacao. Para la obtención del chocolate se lo mezcla con azúcar y otros ingredientes dependiendo de la variedad que se requiera producir, en este caso se usan moldes para la elaboración del mismo en tabletas y figuras. Para hacer chocolate de manera artesanal ya sea en sus respectivas presentaciones figuritas y tabletas se debe seguir los siguientes pasos:

- Se tuestan los granos crudos de cacao los cuales los deja en 30 minutos a 150°, luego se los deja enfriar y se procede a descascararlos.
- Machacamos los granos usando cualquier herramienta ya sea un martillo o un mortero para que estos queden bien pequeños.
- Se pone a hervir en una olla grande con agua, cuando la pasta este caliente se sigue machacando hasta que tenga una consistencia suave.
- Se añade azúcar o leche al chocolate.
- El chocolate se coloca en moldes diseñados ya sea para pastillas, tabletas y figuritas.
- Se deja el chocolate enfriar y q se solidifique ya sea a temperatura ambiente o en el refrigerador cubierto por medio de papel aluminio.



Figura 16: Chocolate solidificado

Fuente: www.ecured.cu/Chocolate

4.4. Diagnostico financiero

El diagnóstico financiero pretende evidenciar la viabilidad del proyecto ofertado y garantizar el retorno de la inversión de los socios.

4.4.1. Inversiones

4.4.1.1. Inversión de Activos Fijos

La empresa requiere de aproximadamente \$ 34.199,70 de activos no corrientes, que son de vital importancia y uso necesario para la empresa.

Tabla 17 Activos No corrientes (Fijos)

ACTIVOS FIJOS			
MAQUINARIA			
CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
30	MOLDES	\$ 7,99	\$ 239,70
1	COCINA	\$ 450,00	\$ 450,00
1	ASPIRADORA AMBIENTAL	\$ 210,00	\$ 210,00
1	MAQUINARIA PARA EMPAQUETADO	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
1	REFRIGERADORA	\$ 730,00	\$ 730,00
SUBTOTAL			\$ 3.129,70
MUEBLES DE OFICINA			
CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
4	ESCRITORIO EJECUTIVO	\$ 165,00	\$ 660,00
7	SILLA EJECUTIVA	\$ 80,00	\$ 560,00
1	ARCHIVADOR	\$ 150,00	\$ 150,00
1	MESA DE REUNIONES	\$ 230,00	\$ 230,00
2	TELEFONOS	\$ 85,00	\$ 170,00
SUBTOTAL			\$ 1.770,00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
3	COMPUTADORAS	\$ 500,00	\$ 1.500,00
2	IMPRESORA MULTIFUNCION	\$ 300,00	\$ 600,00
SUBTOTAL			\$ 2.100,00
TERRENOS			
CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
1	TERRENO	\$ 16.400,00	\$ 16.400,00
SUBTOTAL			\$ 16.400,00
VEHICULOS			
CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	VEHICULOS (CHEVROLET D-MAX 4X4)	\$ 600,00	\$ 10.800,00
SUBTOTAL			\$ 10.800,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$ 34.199,70

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

4.4.1.2. Inversión de Activos Diferidos

Los activos diferidos que necesita la empresa conforman los gastos legales para que pueda entrar en funcionamiento la misma; además entre estos gastos esta la publicidad con la cual se dará a conocer el producto que serán a través de diferentes puntos de ventas entre ellas se encuentra la adecuación de islas, unas tres en la ciudad de Bucay en lugares más concurridos para que sea conocido por el público.

Tabla 18 Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL
Patente Municipal	\$ 1.000,00
Registro de marca	\$ 950,00
Gastos de Constitución (arcsa, licencia ambiental)	\$ 1.200,00
Gastos de Organización	\$ 300,00
Registro sanitario	\$ 500,00
Gastos de instalación	\$ 500,00
Gastos de publicidad	\$ 3.200,00
SUBTOTAL	\$ 7.650,00
GASTOS DE ADECUACIÓN	
DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL
Adecuación de empresa	\$ 1.500,00
Adecuación de islas	\$ 500,00
Adecuación Cafetería	\$ 2.100,00
SUBTOTAL	\$ 4.100,00
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	
DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL
Seguros	\$ 450,00
Imprevistos	\$ 1.000,00
SUBTOTAL	\$ 1.450,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 13.200,00

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

4.4.1.3. Inversión de Capital de Trabajo

La inversión del capital de trabajo que necesita la empresa son los recursos que serán utilizados para que funcione la empresa; para ello se lo ha calculado en base al sueldo, inventarios, insumos y otros.

Tabla 19 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO					
CONCEPTO	MENSUAL AÑO 1	MENSUAL AÑO 2	MENSUAL AÑO 3	MENSUAL AÑO 4	MENSUAL AÑO 5
MERCADERÍA	\$ 12.970,00	\$ 14.191,00	\$ 15.534,10	\$ 17.011,51	\$ 18.636,66
ARRIENDO LOCAL COMERCIAL	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 5.009,45	\$ 5.510,39	\$ 6.061,43	\$ 6.667,58	\$ 7.334,33
SERVICIOS BASICOS	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00
INSUMOS	\$ 313,80	\$ 345,18	\$ 379,70	\$ 417,67	\$ 459,44
TOTAL	\$ 18.888,25	\$ 20.641,57	\$ 22.570,23	\$ 24.691,75	\$ 27.025,43

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

4.4.1.4. Inversión Inicial

La empresa para iniciar sus operaciones necesita de un valor de \$ 61.127,95 que corresponden a los siguientes rubros:

Tabla 20 Inversión Inicial

INVERSION INICIAL		
CONCEPTO	TOTAL	PORCENTAJE
Activos Fijos	\$ 34.999,70	52,74
Activos Diferidos	\$ 13.200,00	16,36
Capital de Trabajo	\$ 18.888,25	30,9
TOTAL	\$ 67.087,95	100

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

4.4.2. Fuente de financiamiento

La empresa para empezar sus operaciones se constituirá inicialmente con el aporte de cinco socios productores quienes contribuirán con el financiamiento necesario para el funcionamiento de la empresa. Las aportaciones se conformaran de la siguiente manera: 60% corresponde al aporte de los socios y el 40% restante por medio de un crédito a solicitar.

Tabla 21 Financiamiento

APORTE SOCIOS PRODUCTORES 60%		CREDITO 40%	TOTAL
SOCIO PRODUCTOR 1	12%	\$ 24.451,18	\$ 67.087,95
SOCIO PRODUCTOR 2	12%		
SOCIO PRODUCTOR 3	12%		
SOCIO PRODUCTOR 4	12%		
SOCIO PRODUCTOR 5	12%		
\$ 42.636,77			

Fuente: BANECuador

Elaborado por: Los autores

4.4.2.1. Amortización

La empresa requiere un financiamiento de \$ 24.451,18 que se lo obtendrá por medio de un préstamo a una entidad financiera en este caso BanEcuador del cantón Cumanda el cual aplicara una tasa del 11,18% anual vigente del mes de abril del 2018; para la obtención del crédito se dejara como garantía el 150% del valor del precio de un lote de terreno que pertenece a la empresa y el cual será hipotecado.

Tabla 22 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL					
TIPO DE CRÉDITO	MICROEMPRESARIAL				
FECHA	1/6/2018				
MONTO	\$24.451,18				
INTERÉS	11,18%				
PLAZO (meses)	36				
CUOTA CAPITAL	Fija				
PERIODO	30				
NÚMERO DE PERIODOS	36				
DIVIDENDO	802,59				
PAGOS AMORTIZACION					
CUOTA	FECHA	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0					\$ 24.451,18
1	1/7/2018	\$ 802,59	\$ 227,80	\$ 574,78	\$ 23.876,40
2	1/8/2018	\$ 802,59	\$ 222,45	\$ 580,14	\$ 23.296,26
3	1/9/2018	\$ 802,59	\$ 217,04	\$ 585,54	\$ 22.710,72
4	1/10/2018	\$ 802,59	\$ 211,59	\$ 591,00	\$ 22.119,72
5	1/11/2018	\$ 802,59	\$ 206,08	\$ 596,50	\$ 21.523,21
6	1/12/2018	\$ 802,59	\$ 200,52	\$ 602,06	\$ 20.921,15
7	1/1/2019	\$ 802,59	\$ 194,92	\$ 607,67	\$ 20.313,48
8	1/2/2019	\$ 802,59	\$ 189,25	\$ 613,33	\$ 19.700,15
9	1/3/2019	\$ 802,59	\$ 183,54	\$ 619,05	\$ 19.081,10
10	1/4/2019	\$ 802,59	\$ 177,77	\$ 624,81	\$ 18.456,29
11	1/5/2019	\$ 802,59	\$ 171,95	\$ 630,64	\$ 17.825,66
12	1/6/2019	\$ 802,59	\$ 166,08	\$ 636,51	\$ 17.189,14
13	1/7/2019	\$ 802,59	\$ 160,15	\$ 642,44	\$ 16.546,70
14	1/8/2019	\$ 802,59	\$ 154,16	\$ 648,43	\$ 15.898,28
15	1/9/2019	\$ 802,59	\$ 148,12	\$ 654,47	\$ 15.243,81
16	1/10/2019	\$ 802,59	\$ 142,02	\$ 660,56	\$ 14.583,25
17	1/11/2019	\$ 802,59	\$ 135,87	\$ 666,72	\$ 13.916,53
18	1/12/2019	\$ 802,59	\$ 129,66	\$ 672,93	\$ 13.243,60
19	1/1/2020	\$ 802,59	\$ 123,39	\$ 679,20	\$ 12.564,40
20	1/2/2020	\$ 802,59	\$ 117,06	\$ 685,53	\$ 11.878,87
21	1/3/2020	\$ 802,59	\$ 110,67	\$ 691,91	\$ 11.186,95
22	1/4/2020	\$ 802,59	\$ 104,23	\$ 698,36	\$ 10.488,59
23	1/5/2020	\$ 802,59	\$ 97,72	\$ 704,87	\$ 9.783,73
24	1/6/2020	\$ 802,59	\$ 91,15	\$ 711,43	\$ 9.072,29
25	1/7/2020	\$ 802,59	\$ 84,52	\$ 718,06	\$ 8.354,23
26	1/8/2020	\$ 802,59	\$ 77,83	\$ 724,75	\$ 7.629,48
27	1/9/2020	\$ 802,59	\$ 71,08	\$ 731,50	\$ 6.897,97
28	1/10/2020	\$ 802,59	\$ 64,27	\$ 738,32	\$ 6.159,65
29	1/11/2020	\$ 802,59	\$ 57,39	\$ 745,20	\$ 5.414,45
30	1/12/2020	\$ 802,59	\$ 50,44	\$ 752,14	\$ 4.662,31
31	1/1/2021	\$ 802,59	\$ 43,44	\$ 759,15	\$ 3.903,16
32	1/2/2021	\$ 802,59	\$ 36,36	\$ 766,22	\$ 3.136,94
33	1/3/2021	\$ 802,59	\$ 29,23	\$ 773,36	\$ 2.363,58
34	1/4/2021	\$ 802,59	\$ 22,02	\$ 780,57	\$ 1.583,02
35	1/5/2021	\$ 802,59	\$ 14,75	\$ 787,84	\$ 795,18
36	1/6/2021	\$ 802,59	\$ 7,41	\$ 795,18	\$ -

Fuente: BANEcuador

Elaborado por: Los autores

4.4.3. Presupuesto de ingresos

En la siguiente tabla se aprecian los datos correspondientes al presupuesto de ingresos expresados en unidades monetarias (dólares) que se obtendrán de la venta del producto en tres escenarios distintos: promedio, optimista y pesimista.

Tabla 23 Presupuesto de Ingresos (Escenario Promedio)

PRESUPUESTO DE INGRESOS (USD)							
PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL REQUERIDA	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CHOCOLATE EN TABLETA			\$ 117.059,50	\$ 112.502,00	\$ 73.190,00	\$ 125.909,00	\$ 147.099,90
Chocolate en Tabletas 100 gr.	36034	\$ 1,75	\$ 63.059,50	\$ 55.502,00	\$ 41.410,00	\$ 72.951,00	\$ 83.746,10
Chocolate en Tabletas 65 gr.	54000	\$ 1,00	\$ 54.000,00	\$ 57.000,00	\$ 31.780,00	\$ 52.958,00	\$ 63.353,80
FIGURITAS DE CHOCOLATE			\$ 41.301,00	\$ 55.874,00	\$ 106.223,60	\$ 64.545,96	\$ 51.600,56
Figuritas grandes	30926	\$ 0,50	\$ 15.463,00	\$ 22.328,25	\$ 35.059,20	\$ 26.687,12	\$ 27.767,84
Figuritas medianas	37715	\$ 0,35	\$ 13.200,25	\$ 19.645,00	\$ 34.200,00	\$ 15.958,84	\$ 16.340,00
Figuritas pequeñas	50551	\$ 0,25	\$ 12.637,75	\$ 13.900,75	\$ 36.964,40	\$ 21.900,00	\$ 7.492,72
TOTAL ANUAL			\$ 158.360,50	\$ 168.376,00	\$ 179.413,60	\$ 190.454,96	\$ 198.700,46

Fuente: Anecacao

Elaborado por: Los autores

Tabla 24 Presupuesto de Ingresos (Escenario Optimista)

PRESUPUESTO DE INGRESOS (USD)							
PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL REQUERIDA	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CHOCOLATE EN TABLETA			\$ 124.000,00	\$ 138.552,00	\$ 141.280,00	\$ 143.451,00	\$ 152.646,10
Chocolate en Tabletas 100 gr.	40000	\$ 1,75	\$ 70.000,00	\$ 80.502,00	\$ 81.500,00	\$ 82.951,00	\$ 86.746,10
Chocolate en Tabletas 65 gr.	54000	\$ 1,00	\$ 54.000,00	\$ 58.050,00	\$ 59.780,00	\$ 60.500,00	\$ 65.900,00
FIGURITAS DE CHOCOLATE			\$ 40.900,00	\$ 38.074,00	\$ 43.557,60	\$ 51.996,36	\$ 61.800,56
Figuritas grandes	36000	\$ 0,50	\$ 18.000,00	\$ 25.949,25	\$ 26.059,20	\$ 27.687,12	\$ 28.767,84
Figuritas medianas	34000	\$ 0,35	\$ 11.900,00	\$ 8.224,00	\$ 9.500,00	\$ 15.300,00	\$ 17.532,72
Figuritas pequeñas	44000	\$ 0,25	\$ 11.000,00	\$ 3.900,75	\$ 7.998,40	\$ 9.009,24	\$ 15.500,00
TOTAL ANUAL			\$ 164.900,00	\$ 176.626,00	\$ 184.837,60	\$ 195.447,36	\$ 214.446,66

Fuente: Anecacao

Elaborado por: Los autores

Tabla 25 Presupuesto de Ingresos (Escenario Pesimista)

PRESUPUESTO DE INGRESOS (USD)							
PRODUCTO	CANTIDAD ANUAL REQUERIDA	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CHOCOLATE EN TABLETA			\$ 110.750,00	\$ 113.834,00	\$ 116.110,00	\$ 123.846,32	\$ 125.516,95
Chocolate en Tabletas 100 gr.	37000	\$ 1,75	\$ 64.750,00	\$ 66.502,00	\$ 67.410,00	\$ 72.951,00	\$ 73.746,10
Chocolate en Tabletas 65 gr.	46000	\$ 1,00	\$ 46.000,00	\$ 47.332,00	\$ 48.700,00	\$ 50.895,32	\$ 51.770,85
FIGURITAS DE CHOCOLATE			\$ 40.760,00	\$ 46.700,75	\$ 52.201,20	\$ 56.200,00	\$ 61.907,84
Figuritas grandes	42900	\$ 0,50	\$ 21.450,00	\$ 23.900,00	\$ 25.000,00	\$ 26.500,00	\$ 27.767,84
Figuritas medianas	31700	\$ 0,35	\$ 11.095,00	\$ 12.000,00	\$ 14.100,00	\$ 15.000,00	\$ 18.340,00
Figuritas pequeñas	32860	\$ 0,25	\$ 8.215,00	\$ 10.800,75	\$ 13.101,20	\$ 14.700,00	\$ 15.800,00
TOTAL ANUAL			\$ 151.510,00	\$ 160.534,75	\$ 168.311,20	\$ 180.046,32	\$ 187.424,79

Fuente: Anecacao

Elaborado por: Los autores

4.4.4. Presupuestos de egresos

En este proyecto la empresa podrá identificar los gastos en los que incurre así como los costos para la comercialización del chocolate tradicional en la zona. El presupuesto de egresos está conformado por los costos fijos y variables en los que incurre para el buen desenvolvimiento de la empresa.

4.4.4.1. Costos Fijos

En la siguiente tabla se da a conocer los costos fijos que posee la empresa, estos costos son constantes.

Tabla 26 Presupuesto de Egresos (costos fijos)

COSTOS FIJOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos administrativos	\$ 2.229,91	\$ 2.229,91	\$ 2.229,91	\$ 2.229,91	\$ 2.229,91
Sueldos ventas	\$ 1.389,77	\$ 1.389,77	\$ 1.389,77	\$ 1.389,77	\$ 1.389,77
Arriendo del local	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Servicios básicos	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00
Depreciación de activos fijos	\$ 20.722,14	\$ 20.722,14	\$ 20.722,14	\$ 20.722,14	\$ 20.722,14
Reinversión de activos fijos			\$ 2.156,57		
Servicio de limpieza	\$ 463,26	\$ 113,22	\$ 113,22	\$ 113,22	\$ 113,22
TOTAL	\$ 28.700,08	\$ 28.350,04	\$ 30.506,61	\$ 28.350,04	\$ 28.350,04

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

4.4.4.2. Costos Variables

En el presente proyecto los costos variables tienen un incremento del 10% anual, lo cual se detalla en la siguiente tabla en tres escenarios distintos:

Tabla 27 Presupuesto de Egresos (costos variables) (escenario promedio)

COSTOS VARIABLES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Compras	\$ 116.520,00	\$ 121.172,00	\$ 137.289,20	\$ 155.018,12	\$ 174.519,93
Gastos de Insumos	\$ 550,00	\$ 605,00	\$ 665,50	\$ 732,05	\$ 805,26
Gastos de Publicidad	\$ 4.200,00	\$ 4.620,00	\$ 5.082,00	\$ 5.590,20	\$ 6.149,22
TOTAL	\$ 121.270,00	\$ 126.397,00	\$ 143.036,70	\$ 161.340,37	\$ 181.474,41

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

Tabla 28 Presupuesto de Egresos (costos variables) (escenario optimista)

COSTOS VARIABLES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Compras	\$ 125.520,00	\$ 130.172,00	\$ 139.289,20	\$ 149.018,12	\$ 156.519,93
Gastos de Insumos	\$ 450,00	\$ 505,00	\$ 565,50	\$ 632,05	\$ 705,26
Gastos de Publicidad	\$ 3.200,00	\$ 3.620,00	\$ 4.082,00	\$ 4.590,20	\$ 5.200,00
TOTAL	\$ 129.170,00	\$ 134.297,00	\$ 143.936,70	\$ 154.240,37	\$ 162.425,19

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

Tabla 29 Presupuesto de Egresos (costos variables) (escenario pesimista)

COSTOS VARIABLES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Compras	\$ 127.520,00	\$ 142.172,00	\$ 160.289,20	\$ 177.018,12	\$ 196.519,93
Gastos de Insumos	\$ 660,00	\$ 800,00	\$ 865,50	\$ 932,05	\$ 1.000,26
Gastos de Publicidad	\$ 4.400,00	\$ 4.720,00	\$ 6.082,00	\$ 6.590,20	\$ 7.200,00
TOTAL	\$ 132.580,00	\$ 147.692,00	\$ 167.236,70	\$ 184.540,37	\$ 204.720,19

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

4.4.4.3. Total Presupuesto de Egresos**Tabla 30 Total de presupuestos de egresos (escenario promedio)**

TOTAL PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos fijos	\$ 28.700,08	\$ 28.350,04	\$ 30.506,61	\$ 28.350,04	\$ 28.350,04
Costos variables	\$ 121.270,00	\$ 126.397,00	\$ 143.036,70	\$ 161.340,37	\$ 181.474,41
TOTAL	\$ 149.970,08	\$ 154.747,04	\$ 173.543,31	\$ 189.690,41	\$ 209.824,45

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

Tabla 31 Total de presupuestos de egresos (escenario optimista)

TOTAL PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos fijos	\$ 28.700,08	\$ 28.350,04	\$ 30.506,61	\$ 28.350,04	\$ 28.350,04
Costos variables	\$ 129.170,00	\$ 134.297,00	\$ 143.936,70	\$ 154.240,37	\$ 162.425,19
TOTAL	\$ 157.870,08	\$ 162.647,04	\$ 174.443,31	\$ 182.590,41	\$ 190.775,23

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

Tabla 32 Total de presupuestos de egresos (escenario pesimista)

TOTAL PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos fijos	\$ 28.700,08	\$ 28.350,04	\$ 30.506,61	\$ 28.350,04	\$ 28.350,04
Costos variables	\$ 132.580,00	\$ 147.692,00	\$ 167.236,70	\$ 184.540,37	\$ 204.720,19
TOTAL	\$ 161.280,08	\$ 176.042,04	\$ 197.743,31	\$ 212.890,41	\$ 233.070,23

Fuente: Empresa Republica del Cacao – Quito (2018)

Elaborado por: Los autores

4.4.5. Estado de resultado proyectado

Se muestra la información del resultado de las operaciones de la empresa en un tiempo determinado; aquí se detallan los ingresos y egresos efectuados por la empresa para el respectivo cálculo de la utilidad; como también los impuestos que debe pagar al Estado así como la participación a los trabajadores.

Tabla 33 Estado de resultados proyectado (escenario promedio)

ESTADO DE RESULTADOS					
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 158.360,50	\$ 168.376,00	\$ 179.413,60	\$ 190.454,96	\$ 198.700,46
TOTAL INGRESOS	\$ 158.360,50	\$ 168.376,00	\$ 179.413,60	\$ 190.454,96	\$ 198.700,46
(-) Costos Fijos	\$ -28.700,07	\$ -28.350,04	\$ -30.506,60	\$ -28.350,04	\$ -28.350,04
(-) Costos Variables	\$ -121.270,00	\$ -126.397,00	\$ -143.036,70	\$ -161.340,37	\$ -181.474,41
TOTAL EGRESOS	\$ -149.970,07	\$ -154.747,04	\$ -173.543,30	\$ -189.690,41	\$ -209.824,45
UTILIDAD BRUTA	\$ 8.390,43	\$ 13.628,96	\$ 5.870,30	\$ 7.569,00	\$ 8.941,00
(-) Gastos Financieros	\$ -2.369,00	\$ -1.514,18	\$ -558,74	\$ -	\$ -
Utilidad antes de participaciones	\$ 6.021,43	\$ 12.114,78	\$ 5.311,56	\$ 7.569,00	\$ 8.941,00
(-) 15% participación de utilidades	\$ 26,86	\$ -617,22	\$ -946,73	\$ -1.914,68	\$ -2.531,40
Utilidad antes de impuestos	\$ 6.048,29	\$ 11.497,56	\$ 4.364,83	\$ 5.654,32	\$ 6.409,60
(-) 25% impuesto a la renta	\$ 38,05	\$ -874,39	\$ -1.341,21	\$ -2.712,47	\$ -3.586,15
UTILIDAD NETA	\$ 6.086,34	\$ 10.623,17	\$ 3.023,62	\$ 2.941,85	\$ 2.823,45

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

Tabla 34 Estado de resultados proyectado (escenario optimista)

ESTADO DE RESULTADOS					
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 164.900,00	\$ 176.626,00	\$ 184.837,60	\$ 195.447,36	\$ 214.446,66
TOTAL INGRESOS	\$ 164.900,00	\$ 176.626,00	\$ 184.837,60	\$ 195.447,36	\$ 214.446,66
(-) Costos Fijos	\$ -28.700,07	\$ -28.350,04	\$ -30.506,60	\$ -28.350,04	\$ -28.350,04
(-) Costos Variables	\$ -129.170,00	\$ -134.297,00	\$ -143.936,70	\$ -154.240,37	\$ -162.425,19
TOTAL EGRESOS	\$ -157.870,07	\$ -162.647,04	\$ -174.443,30	\$ -182.590,41	\$ -190.775,23
UTILIDAD BRUTA	\$ 7.029,93	\$ 13.978,96	\$ 10.394,30	\$ 12.856,95	\$ 23.671,43
(-) Gastos Financieros	\$ -2.369,00	\$ -1.514,18	\$ -558,74	\$ -	\$ -
Utilidad antes de participaciones	\$ 4.660,93	\$ 12.464,78	\$ 9.835,56	\$ 12.856,95	\$ 23.671,43
(-) 15% participación de utilidades	\$ 26,86	\$ -617,22	\$ -946,73	\$ -1.914,68	\$ -2.531,40
Utilidad antes de impuestos	\$ 4.687,79	\$ 11.847,56	\$ 8.888,83	\$ 10.942,27	\$ 21.140,03
(-) 25% impuesto a la renta	\$ 38,05	\$ -874,39	\$ -1.341,21	\$ -2.712,47	\$ -3.586,15
UTILIDAD NETA	\$ 4.725,84	\$ 10.973,17	\$ 7.547,62	\$ 8.229,80	\$ 17.553,88

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

Tabla 35 Estado de resultados proyectado (escenario pesimista)

ESTADO DE RESULTADOS					
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 151.510,00	\$ 160.534,75	\$ 168.311,20	\$ 180.046,32	\$ 187.424,79
TOTAL INGRESOS	\$ 151.510,00	\$ 160.534,75	\$ 168.311,20	\$ 180.046,32	\$ 187.424,79
(-) Costos Fijos	\$ -28.700,07	\$ -28.350,04	\$ -30.506,60	\$ -28.350,04	\$ -28.350,04
(-) Costos Variables	\$ -132.580,00	\$ -147.692,00	\$ -167.236,70	\$ -184.540,37	\$ -204.720,19
TOTAL EGRESOS	\$ -161.280,07	\$ -176.042,04	\$ -197.743,30	\$ -212.890,41	\$ -233.070,23
UTILIDAD BRUTA	\$ -9.770,07	\$ -15.507,29	\$ -29.432,10	\$ -32.844,09	\$ -45.645,44
(-) Gastos Financieros	\$ -2.369,00	\$ -1.514,18	\$ -558,74	\$ -	\$ -
Utilidad antes de participaciones	\$ -12.139,07	\$ -17.021,47	\$ -29.990,84	\$ -32.844,09	\$ -45.645,44
(-) 15% participación de utilidades	\$ 26,86	\$ -617,22	\$ -946,73	\$ -1.914,68	\$ -2.531,40
Utilidad antes de impuestos	\$ -12.112,21	\$ -17.638,69	\$ -30.937,57	\$ -34.758,77	\$ -48.176,84
(-) 25% impuesto a la renta	\$ 38,05	\$ -874,39	\$ -1.341,21	\$ -2.712,47	\$ -3.586,15
UTILIDAD NETA	\$ -12.074,16	\$ -18.513,08	\$ -32.278,78	\$ -37.471,24	\$ -51.762,99

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

4.4.6. Flujo de caja proyectado

A continuación se presentan el flujo de fondos, de tal forma que se pueda determinar la rentabilidad o pérdida que puedan generar, en la siguiente tabla podremos observar que el flujo de fondos que es positivo, lo que indica que el poner en marcha la empresa es rentable, sin embargo antes de determinar con exactitud su rentabilidad se debe realizar la evaluación financiera en base a los resultados arrojados por el flujo de fondos.

Tabla 36 Estado de Flujo de Efectivo (escenario promedio)

FLUJO DE FONDOS						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 158.360,50	\$ 168.376,00	\$ 179.413,60	\$ 190.454,96	\$ 198.700,46
TOTAL INGRESOS		\$ 158.360,50	\$ 168.376,00	\$ 179.413,60	\$ 190.454,96	\$ 198.700,46
(-) Costos Fijos		\$ -28.700,07	\$ -28.350,04	\$ -30.506,60	\$ -28.350,04	\$ -28.350,04
(-) Costos Variables		\$ -121.270,00	\$ -126.397,00	\$ -143.036,70	\$ -161.340,37	\$ -181.474,41
TOTAL EGRESOS		\$ -149.970,07	\$ -154.747,04	\$ -173.543,30	\$ -189.690,41	\$ -209.824,45
Utilidad bruta		\$ 8.390,43	\$ 13.628,96	\$ 5.870,30	\$ 764,55	\$ -11.123,99
(-) Gastos Financieros		\$ -2.369,00	\$ -1.514,18	\$ -558,74	\$ -	\$ -
Utilidad antes de participaciones		\$ 6.021,43	\$ 12.114,78	\$ 5.311,56	\$ 764,55	\$ -11.123,99
(-) 15% participación de utilidades		\$ 26,86	\$ -617,22	\$ -946,73	\$ -1.914,68	\$ -2.531,40
Utilidad antes de impuestos		\$ 6.048,29	\$ 11.497,56	\$ 4.364,83	\$ -1.150,13	\$ -13.655,39
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 38,05	\$ -874,39	\$ -1.341,21	\$ -2.712,47	\$ -3.586,15
Utilidad neta en ventas		\$ 6.086,34	\$ 10.623,17	\$ 3.023,62	\$ -3.862,60	\$ -17.241,54
(+) Amortizaciones Activo Diferido		\$ 2.000,00	\$ 400,00	\$ 80,00	\$ 16,00	\$ 3,20
(+) Reposición en Activos Intangibles		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inversión Activos fijos y diferidos	\$ -22.239,70					
(-) Reinversión		\$ -	\$ -	\$ -2.156,57	\$ -	\$ -
(-) Inversión de Capital de trabajo	\$ -18.888,25	\$ -7.953,82	\$ -9.928,66	\$ 10.372,00	\$ 21.666,32	
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						\$ 49.625,34
(+) Financiamiento	\$ 24.451,18					
(-) Capital pagado		\$ -7.262,03	\$ -8.116,85	\$ -9.072,29	\$ -	\$ -
TOTAL FUJO DE CAJA	\$ -16.676,77	\$ -7.129,51	\$ -7.022,34	\$ 2.246,76	\$ 17.819,72	\$ 32.387,00

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

Tabla 37 Estado de Flujo de Efectivo (escenario optimista)

FLUJO DE FONDOS						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 164.900,00	\$ 176.626,00	\$ 184.837,60	\$ 195.447,36	\$ 214.446,66
TOTAL INGRESOS		\$ 164.900,00	\$ 176.626,00	\$ 184.837,60	\$ 195.447,36	\$ 214.446,66
(-) Costos Fijos		\$ -28.700,07	\$ -28.350,04	\$ -30.506,60	\$ -28.350,04	\$ -28.350,04
(-) Costos Variables		\$ -129.170,00	\$ -134.297,00	\$ -143.936,70	\$ -154.240,37	\$ -162.425,19
TOTAL EGRESOS		\$ -157.870,07	\$ -162.647,04	\$ -174.443,30	\$ -182.590,41	\$ -190.775,23
Utilidad bruta		\$ 7.029,93	\$ 13.978,96	\$ 10.394,30	\$ 12.856,95	\$ 23.671,43
(-) Gastos Financieros		\$ -2.369,00	\$ -1.514,18	\$ -558,74	\$ -	\$ -
Utilidad antes de participaciones		\$ 4.660,93	\$ 12.464,78	\$ 9.835,56	\$ 12.856,95	\$ 23.671,43
(-) 15% participación de utilidades		\$ 26,86	\$ -617,22	\$ -946,73	\$ -1.914,68	\$ -2.531,40
Utilidad antes de impuestos		\$ 4.687,79	\$ 11.847,56	\$ 8.888,83	\$ 10.942,27	\$ 21.140,03
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 38,05	\$ -874,39	\$ -1.341,21	\$ -2.712,47	\$ -3.586,15
Utilidad neta en ventas		\$ 4.725,84	\$ 10.973,17	\$ 7.547,62	\$ 8.229,80	\$ 17.553,88
(+) Amortizaciones Activo Diferido		\$ 2.000,00	\$ 400,00	\$ 80,00	\$ 16,00	\$ 3,20
(+) Reposición en Activos Intangibles		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inversión Activos fijos y diferidos	\$ -22.239,70					
(-) Reinversión		\$ -	\$ -	\$ -2.156,57	\$ -	\$ -
(-) Inversión de Capital de trabajo	\$ -18.888,25	\$ 2.546,68	\$ -3.928,66	\$ -121,52	\$ 3.666,32	
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						\$ 21.325,43
(+) Financiamiento	\$ 24.451,18					
(-) Capital pagado		\$ -7.262,03	\$ -8.116,85	\$ -9.072,29	\$ -	\$ -
TOTAL FUJO DE CAJA	\$ -16.676,77	\$ 2.010,49	\$ -672,34	\$ -3.722,76	\$ 11.912,12	\$ 38.882,51

Fuente: Propia**Elaborado por: Los autores****Tabla 38 Estado de Flujo de Efectivo (escenario pesimista)**

FLUJO DE FONDOS						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 151.510,00	\$ 160.534,75	\$ 168.311,20	\$ 180.046,32	\$ 187.424,79
TOTAL INGRESOS		\$ 151.510,00	\$ 160.534,75	\$ 168.311,20	\$ 180.046,32	\$ 187.424,79
(-) Costos Fijos		\$ -28.700,07	\$ -28.350,04	\$ -30.506,60	\$ -28.350,04	\$ -28.350,04
(-) Costos Variables		\$ -132.580,00	\$ -147.692,00	\$ -167.236,70	\$ -184.540,37	\$ -204.720,19
TOTAL EGRESOS		\$ -161.280,07	\$ -176.042,04	\$ -197.743,30	\$ -212.890,41	\$ -233.070,23
Utilidad bruta		\$ -9.770,07	\$ -15.507,29	\$ -29.432,10	\$ -32.844,09	\$ -45.645,44
(-) Gastos Financieros		\$ -2.369,00	\$ -1.514,18	\$ -558,74	\$ -	\$ -
Utilidad antes de participaciones		\$ -12.139,07	\$ -17.021,47	\$ -29.990,84	\$ -32.844,09	\$ -45.645,44
(-) 15% participación de utilidades		\$ 26,86	\$ -617,22	\$ -946,73	\$ -1.914,68	\$ -2.531,40
Utilidad antes de impuestos		\$ -12.112,21	\$ -17.638,69	\$ -30.937,57	\$ -34.758,77	\$ -48.176,84
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 38,05	\$ -874,39	\$ -1.341,21	\$ -2.712,47	\$ -3.586,15
Utilidad neta en ventas		\$ -12.074,16	\$ -18.513,08	\$ -32.278,78	\$ -37.471,24	\$ -51.762,99
(+) Amortizaciones Activo Diferido		\$ 2.000,00	\$ 400,00	\$ 80,00	\$ 16,00	\$ 3,20
(+) Reposición en Activos Intangibles		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Inversión Activos fijos y diferidos	\$ -22.239,70					
(-) Reinversión		\$ -	\$ -	\$ -2.156,57	\$ -	\$ -
(-) Inversión de Capital de trabajo	\$ -18.888,25	\$ 2.546,68	\$ 15.071,34	\$ 26.878,48	\$ 37.666,32	\$ 75.425,43
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						
(+) Financiamiento	\$ 24.451,18					
(-) Capital pagado		\$ -7.262,03	\$ -8.116,85	\$ -9.072,29	\$ -	\$ -
TOTAL FUJO DE CAJA	\$ -16.676,77	\$ -14.789,51	\$ -11.158,59	\$ -16.549,16	\$ 211,08	\$ 23.665,64

Fuente: Propia**Elaborado por: Los autores**

4.4.7. TIR, VAN

4.4.7.1. VAN

El cálculo del VAN se lo realizó mediante la fórmula correspondiente en Excel, se presentan tres escenarios en donde en la tabla 41 centrada en un escenario optimista muestra que el VAN del proyecto tiene un valor de \$ 9448,24 que es un valor positivo y por tanto el proyecto es completamente viable. Este cálculo fue realizado con un costo de oportunidad del 12,78% que fue establecido de la siguiente manera:

Tabla 39 Tasa de Descuento

TASA DE DESCUENTO	
Bonos del Tesoro de E.U. (Rf)	0,64%
Rendimiento De Mercado (Rm)	6,80%
Riego País (Rp)	5,50%
Beta Apalancado (B)	0,90%
TOTAL	13,84%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Los autores

Tabla 40 Costo Promedio Ponderado

COSTO PROMEDIO PONDERADO	
Tasa del Préstamo Bancario (Kd)	11,18%
Deuda de Activos (D/A)	40,00%
TMAR (KE)	13,84%
WACC(CPP)	12,78%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Los autores

Tabla 41 VAN (escenario promedio)

VAN	
AÑOS	FLUJO NETO
0	\$ -16.676,77
1	\$ -7.129,51
2	\$ -7.022,34
3	\$ 2.246,76
4	\$ 17.819,72
5	\$ 32.387,09
VAN	\$ 1.606,76

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

Tabla 42 VAN (escenario optimista)

VAN	
AÑOS	FLUJO NETO
0	\$ -16.676,77
1	\$ 2.010,49
2	\$ -672,34
3	\$ -3.722,76
4	\$ 11.912,12
5	\$ 38.882,51
VAN	\$ 9.448,24

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

Tabla 43 VAN (escenario pesimista)

VAN	
AÑOS	FLUJO NETO
0	\$ -16.676,77
1	\$ -14.789,51
2	\$ -11.158,59
3	\$ -16.549,16
4	\$ 211,08
5	\$ 23.665,64
VAN	\$ -32.806,30

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

4.4.7.2. TIR

El cálculo del TIR se lo hizo mediante formula en la aplicación Excel, como se puede observar en al siguiente tabla el TIR es mayor que la tasa mínima de rendimiento aceptable lo que significa que se aceptaría la inversión; en otras palabras, la inversión es rentable. Para este proyecto se ha establecido tres escenarios, en donde el TIR equivale a un 25% en un escenario optimista siendo mayor a la rentabilidad mínima que el costo de oportunidad del proyecto que equivale a 12,78%, con esto se puede decir que el proyecto es atractivo para los inversionistas.

Tabla 44 TIR (escenario promedio)

TIR	
AÑOS	FLUJO NETO
0	\$ -16.676,77
1	\$ -7.129,51
2	\$ -7.022,34
3	\$ 2.246,76
4	\$ 17.819,72
5	\$ 32.387,09
TIR	15%

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

Tabla 45 TIR (escenario optimista)

TIR	
AÑOS	FLUJO NETO
0	\$ -16.676,77
1	\$ 2.010,49
2	\$ -672,34
3	\$ -3.722,76
4	\$ 11.912,12
5	\$ 38.882,51
TIR	25%

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

Tabla 46 TIR (escenario pesimista)

TIR	
AÑOS	FLUJO NETO
0	\$ -16.676,77
1	\$ 2.010,49
2	\$ -672,34
3	\$ -3.722,76
4	\$ 11.912,12
5	\$ 38.882,51
TIR	25%

Fuente: Propia

Elaborado por: Los autores

4.4.8. Punto de Equilibrio

a. En un escenario promedio si tomamos los datos de los chocolates en tabletas tenemos:

Costos fijos: \$ 28.700,00

Costo Variable unitario: \$ 1,35

Precio venta Unitario: \$ 1,75

Calculamos el punto de equilibrio:

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU} = \frac{\$ 28700}{\$1,75 - \$1,35} = 71.750 \text{ unidades}$$

Lo que significa que con esa cantidad de unidades no se pierde ni gana.

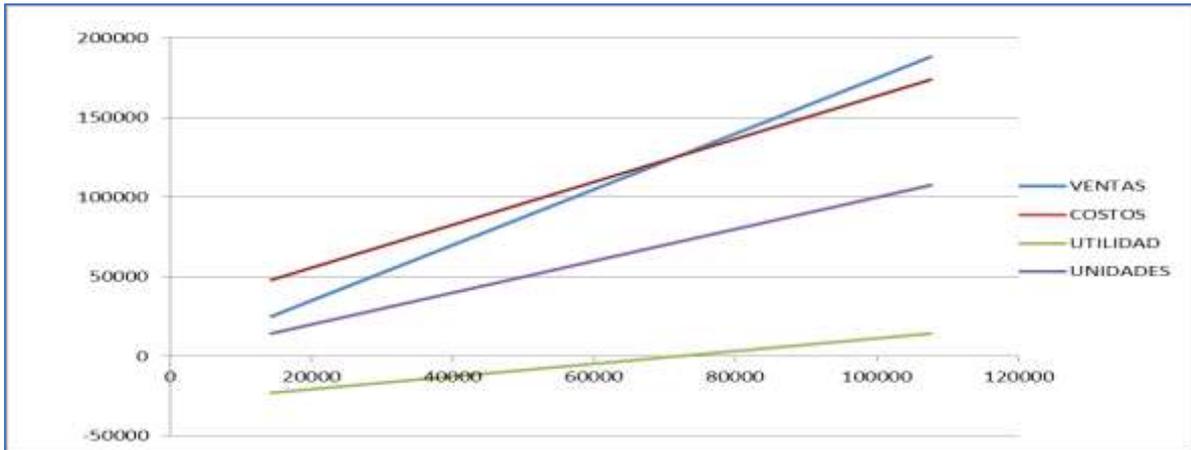


Figura 17: Punto de equilibrio tabletas. (Escenario promedio)

Fuente: <http://domachocolates.tripod.com/equilibrio.html>

Elaborado por: Los autores

b. En un escenario optimista si tomamos los datos de los chocolates en tabletas tenemos:

Costos fijos: \$ 28.700,00

Costo Variable unitario: \$ 1,37

Precio venta Unitario: \$ 1,75

Calculamos el punto de equilibrio:

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU} = \frac{\$ 28700}{\$1,75 - \$1,37} = 75.526 \text{ unidades}$$

Lo que significa que con esa cantidad de unidades no se pierde ni gana.

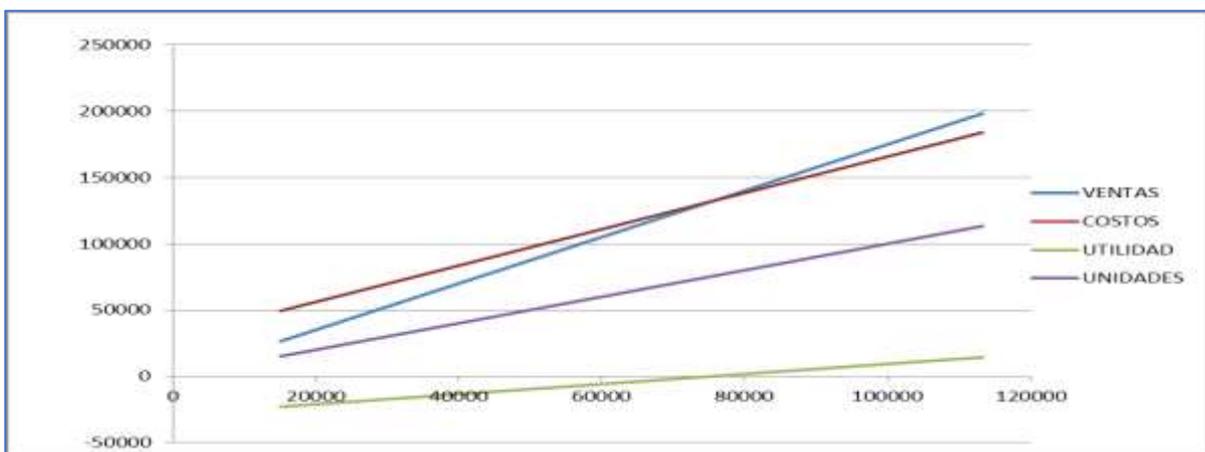


Figura 18: Punto de equilibrio tabletas (escenario optimista)

Fuente: <http://domachocolates.tripod.com/equilibrio.html>

Elaborado por: Los autores

c. En un escenario optimista si tomamos los datos de los chocolates en tabletas tenemos:

Costos fijos: \$ 28.700,00

Costo Variable unitario: \$ 1,60

Precio venta Unitario: \$ 1,75

Calculamos el punto de equilibrio:

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU} = \frac{\$ 28700}{\$1,75 - \$1,60} = 191.333 \text{ unidades}$$

Lo que significa que con esa cantidad de unidades no se pierde ni gana.

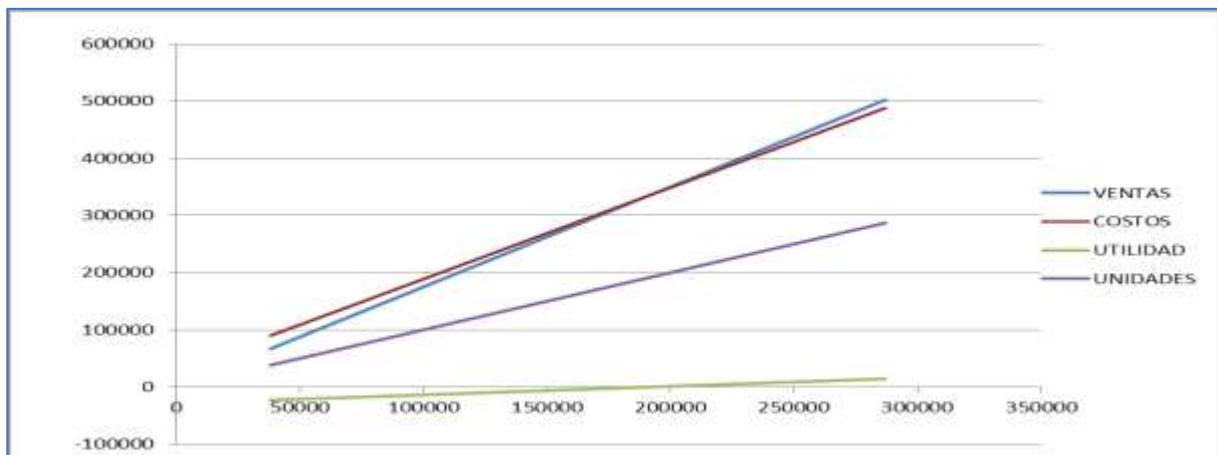


Figura 19: Punto de equilibrio tabletas (escenario pesimista)

Fuente: <http://domachocolates.tripod.com/equilibrio.html>

Elaborado por: Los autores

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. El estudio de prefactibilidad para la creación de la empresa de chocolate artesanal en el recinto San Joaquín, cantón El Triunfo perteneciente a la Provincia del Guayas su implementación constituye una alternativa comercialmente viable.
2. Una vez revisado la fundamentación teórica se pudo determinar que existen las condiciones favorables para la implementación de este proyecto debido al conocimiento de lo que es la planta de cacao y como se obtiene el chocolate; así como las leyes que protegen a los artesanos y productores, los mecanismos de producción y el lugar geográfico donde se ubicara la empresa permiten que sea un lugar de expansión del producto que se va a comercializar.
3. Mediante el estudio de mercado se observó el estado actual de los productores de cacao de la zona a través de las encuestas realizadas en la que el promover productos de chocolate artesanal tendrán una buena aceptación en la zona q se va a expandir el producto, la cual dará como resultado conseguir ingresos y empleo a los habitantes de la zona.
4. Al realizar el análisis de prefactibilidad financiera se observó que el proyecto es viable y factible ya que el VAN muestra un resultado de \$ 9448,24 y una tasa interna de retorno del 25%, lo que nos permitirá obtener y alcanzar los objetivos propuestos.
5. Al observar los escenarios posibles se determinó que en un escenario optimista se dan las condiciones necesarias para la proyección de los costos, ingresos y egresos que generara el proyecto.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Ejecutar de manera periódica una investigación del mercado que permita monitorear los gustos que tienen los clientes sobre el producto a poner al mercado para posteriormente desarrollar estrategias innovadoras.
2. Pedir ayuda a más instituciones de la zona para que los productores puedan hacer que la empresa salga adelante.
3. Realizar campañas de publicidad en la zona debido a que el producto es nuevo para que los clientes conozcan y que cuenta con todos los reglamentos que la ley exige para su comercialización, y de esta forma evitar una baja en las ventas.
4. Aprovechar los meses de mayor demanda para subir las ventas de chocolate para así solventar posibles bajas de las ventas en los meses que menos se vende.
5. Programar talleres de capacitación al personal de la empresa con el fin de otorgar un servicio de calidad a los actuales y futuros clientes.
6. Controlar los productos que la empresa recibe de los proveedores verificando que cumplan los requisitos exigidos en la ley con el fin de que estén en buen estado para su procesamiento.
7. Buscar nuevos proveedores con los debidos requisitos que la empresa exige para obtener productos de mejor calidad y a su vez presentar a los clientes un producto sano con el cual se pongan a gusto.

6. BIBLIOGRAFIA

- ABC. (2015). *ABC Castilla y León*. Obtenido de Diez beneficios del chocolate para la salud.: <http://www.abc.es/local-castilla-leon/20150228/abci-diez-beneficios-para-salud-201502271814.html>
- Acosta, A., & Serrano, A. (2013). *Ecuador frente a la crisis económica internacional: un reto de múltiples aristas*. Quito: FLACSO.
- Alais, C. (1971). Ciencia de la Leche. En *Ciencia de la Leche* (págs. 16-17). Mexico, DF: Cia. Editorial Continental.
- Alvarez, J. (2017). *Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual*. Obtenido de Ecuador la tierra del cacao.: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/ecuador-la-tierra-del-cacao/>
- Alvarez, T. (2016). *Mundo del Chocolate*. Obtenido de FRUTOS Y TIPOS DEL CACAO: TODO LO QUE DEBES SABER: <http://www.mundodelchocolate.co/frutos-y-tipos-del-cacao-todo-lo-que-debes-saber/>
- Angamarca, D. (2016). *Emprendimiento y gestión*. Obtenido de <http://emprendimientoygestion300.blogspot.com/>
- Arcentales, J. (2015). *Matemáticas10*. Obtenido de Definicion de Muestra: <http://www.matematicas10.net/2015/12/ejemplos-de-muestra.html>
- ARCSA. (6 de 2018). *ARCSA*. Obtenido de Control Sanitario: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Arellano, E. E. (2016). Ganaderos exigen control en los precios al productor. *Revista_ElAgro*, 1. Recuperado el 14 de 02 de 2014, de <http://www.revistaelagro.com/ganaderos-exigen-control-en-los-precios-al-productor/>
- Arellano, E. E. (2016). Ganaderos piden que se respete precios de carne y leche. *Revista_ElAgro*, 1. Recuperado el 14 de 02 de 2017, de <http://www.revistaelagro.com/ganaderos-piden-se-respeten-los-precios-de-carne-y-leche/>
- Ares Cea, J. L. (15 de noviembre de 2002). *Centro de Investigación y formación agraria Alameda del Obispo*. Recuperado el 25 de junio de 2017, de Centro de Investigación y formación agraria Alameda del Obispo: <http://www.insacan.org/racvao/anales/2002/articulos/15-2002-11.pdf>
- Baltazar, Y. (2010). *Economía*. Obtenido de Teoría de la Producción: <http://economyisela.blogspot.com/2010/02/teoria-de-la-produccion.html>
- Barajas, R. E. (1991). Biotecnología. Transformación productiva y repercusiones sociales. *Sociológica*, 6(16), 18.
- Barrera, E. (2017). *Universo Formulas*. Obtenido de Poblacion estadística:

- <http://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/poblacion-estadistica/>
- BBVA. (2017). *La teoría del empresario innovador de Schumpeter*. Obtenido de BBVA: <http://www.bbvacontuempresa.es/a/la-teoria-del-empleado-innovador-schumpeter>
- Better, J. (2016). *Producción económica*. Obtenido de Economía: <http://economiaes.com/cuentas/produccion.html>
- Cevallos, J. (2014). *Repositorio UG*. Obtenido de Producción del Cacao: [repositorio.ug.edu.ec/gle.combitstream/redug/1637/1/JOSÉ MIGUEL CEVALLOS BARRIGA.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/gle.combitstream/redug/1637/1/JOSÉ_MIGUEL_CEVALLÓS_BARRIGA.pdf)
- Chocolates Valor. (2017). *Como se hace nuestro chocolate*. Obtenido de Chocolates Valor: <http://www.valor.es/proceso-de-elaboracion-del-chocolate/>
- CIL. (2015). La leche del Ecuador. *La leche del Ecuador*, 58-59.
- Clemente, O. (2018). *Cinco casos exitosos de emprendimiento femenino en el Ecuador*. Obtenido de Pacarina del Sur: <http://pacarinadelsur.com/home/mascaras-e-identidades/1288-cinco-casos-exitosos-de-emprendimiento-femenino-en-el-ecuador>
- Club del chocolate.com. (2016). *La fabricación del chocolate*. Obtenido de Club del chocolate: <http://www.clubdelchocolate.com/82-la-fabricacion-del-chocolate.html>
- Córdova, S. (16 de junio de 2016). *El Telégrafo*. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/10/ecuador-es-de-los-que-mas-chocolate-organico-consume-en-latinoamerica>
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones - PRO ECUADOR. (2016). Recuperado el 10 de febrero de 2017, de proecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/PERFIL-AGROINDUSTRIA.pdf>
- El Comercio. (8 de marzo de 2015). *El Comercio*. Recuperado el 24 de enero de 2017, de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/arancel-alimentos-importados-ecuador-balanzadepagos.html>
- El Comercio. (23 de febrero de 2016). *El Comercio*. Recuperado el 24 de enero de 2017, de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/menor-consumo-impacta-industria-lactea.html>
- El Comercio. (20 de mayo de 2016). *El Comercio*. Recuperado el 24 de enero de 2017, de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/actualidad/ley-solidaria-terremoto-vigencia-ecuador.html>
- El Telegrafo. (2018). *Ecuador lidera la producción de cacao fino de aroma*. Obtenido de El Telegrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-lidera-la-produccion-de-cacao-fino-de-aroma>
- Enriquez, G. (2015). *Wikipedia*. Obtenido de Theobroma cacao: https://es.wikipedia.org/wiki/Theobroma_cacao

- EsDesign. (2015). *La guía del chocolate*. Obtenido de Elaboración del chocolate:
<http://www.guia-chocolate.com/elaboracion-del-chocolate>
- Estrada, I. (2016). *De Guate*. Obtenido de Historia del Cacao:
http://www.deguate.com/artman/publish/hist_losmayas/historia-del-cacao.shtml
- FAO. (2016). *FAO*. Obtenido de Análisis Microeconomico de la producción:
<http://www.fao.org/docrep/003/V8490S/v8490s07.htm>
- Fire, A. (2017). *Teoría de la Producción*. Obtenido de
<http://www.angelfire.com/bc3/valle/capitulo7a.htm>
- Fortaleza del Valle. (2016). *Ecuador tiene dos tipos de cacao*. Obtenido de
<http://fortalezadelvalle.org/ecuador-tiene-dos-tipos-de-cacao/>
- FUNDESYRAM. (2016). *FUNDESYRAM*. Obtenido de Morfología de la planta de cacao :
<http://www.fundesyram.info/biblioteca.php?id=3096>
- Gabriel, L. (2018). *Teoría de la Utilidad*. Obtenido de Aula de Economía:
<http://www.auladeeconomia.com/micro-material3.htm>
- Galarza, L. (2015). *Historia del cacao ecuatoriano*. Obtenido de Monografías Plus+:
<https://www.monografias.com/docs/Historia-del-cacao-ecuatoriano-PKZEVJSZMY>
- Garcilazo, J. (2016). *Diccionario de economía y finanzas*. Obtenido de Eumet:
<http://www.eumed.net/cursecon/dic/P11.htm>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Cumandá. (2014). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Cumandá*. Cumandá: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Cumandá.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de El Triunfo. (2016). *Gobiernos rurales-CONAGOPARE*. Obtenido de Gobiernos rurales-CONAGOPARE:
<http://www.asogoparza-ch.gob.ec/index.php/noticias/77-triunfo-el-dorado-apuesta-por-producci%C3%B3n-de-caf%C3%A9-y-cacao>
- Gomez, M. (2006). *Wikipedia*. Obtenido de Elasticidad en Economía:
[https://es.wikipedia.org/wiki/Elasticidad_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Elasticidad_(econom%C3%ADa))
- González, M. (2016). *Teoría de la Utilidad en Economía*. Obtenido de Gestipolis:
<https://www.gestipolis.com/teoria-utilidad-economia/>
- González, P. C. (21 de mayo de 2017). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio:
<http://www.elcomercio.com/actualidad/60-expositores-participan-salon-chocolate.html>
- Gonzalez, R. (2014). *El cambio de matriz productiva se cimentará en la economía del conocimiento*. Obtenido de El ciudadano: <http://www.elciudadano.gob.ec/el-cambio-de-matriz-productiva-se-cimentara-en-la-economia-del-conocimiento/>
- Grajales, T. (2000). *Universidad Nacional*. Recuperado el 22 de 12 de 2016, de Universidad

Nacional:

http://datateca.unad.edu.co/contenidos/204011/204011_CONTENTIDO_EXE/leccin_1_aspectos_metodologicos_de_la_investigacin_tipo_de_estudio_mtodo_de_investigacin_tnicas_y_procedimientos_para_la_recoleccin_de_informacin_tratamiento_de_la_informacin.html#_ftn2

Guerrero, K. (2016). *Emprendimiento y Gestión*. Obtenido de <http://gestion1987.blogspot.com/2013/05/definicion.html>

Gutierrez, J. (2015). *Chocolate*. Obtenido de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Chocolate>

Herald, A. (2017). *Cambio en la Matriz Productiva*. Obtenido de <http://economiaenbicileta.com/cambio-de-la-matriz-productiva/>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). Mexico, Mexico: Mc Graw Hill.

Hidalgo, E., & Vanegas, K. (2014). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO Y ENFRIAMIENTO DE LECHE, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS EN BENEFICIO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE LA PARROQUIA ATAHUALPA CANTÓN QUITO*. QUITO: Universidad Politécnica Salesiana.

IEPS. (30 de Enero de 2015). *Informe de rendición de cuentas Enero a Diciembre 2014*. (R. Zurita, Editor) Recuperado el 13 de mayo de 2017, de Economíasolidaria.gob.ec: <http://www.economiasolidaria.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-Nacional-IEPS-2014-VF-21.04.2015-Completo.pdf>

INEC. (2008-2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-produccion-agropecuaria-continua/>

INEC. (2008-2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-produccion-agropecuaria-continua/>

INEC. (2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 21 de 02 de 2017, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2>

INEC. (2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censo: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2>

INEC. (2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 21 de 02 de 2017, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2>

Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS). (2013). *La economía Popular y*

- Solidaria. El Ser Humano sobre el capital 2007-2013*. Quito: Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- Junta de Andalucía. (2014). *Junta de Andalucía*. Obtenido de Sustancias puras: www.juntadeandalucia.es/.../Tema_1-Sustancias_puras-mezclas_y_disoluciones.pdf
- Ladines, R. (2014). *Agricultura Tropical Ecuador*. Obtenido de <http://agricultura-tropical-ecuador.blogspot.com/2010/11/historia-del-cacao.html>
- Landeta, R. (2017). *ANECACAO*. Obtenido de Historia del cacao: <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/historia-del-cacao.html>
- Lebrón, M. (2017). *Analytica*. Obtenido de Teoría del Consumidor: <https://www.analytica.com.do/2016/11/macroconcept-teoria-del-consumidor/>
- Lopez, R. (2018). *ECUADOR Y CHOCOLATE*. Obtenido de Ecuador ama la vida: El cacao aporta con más de USD 700 millones a su economía y sigue manteniendo su prestigio a través del valor agregado; es así que ya son varias las marcas de chocolate fino que se exportan, y que entran con pie firme en los mercados más exigentes de Euro
- Lujan, J. (2016). *Teoría del consumidor*. Obtenido de Zona Economica: <http://www.zonaeconomica.com/teoria-del-consumidor>
- MAGAP. (2018). *MAGAP impulsa proyecto de reactivación del Cacao Fino y de Aroma*. Obtenido de MAGAP: <http://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-proyecto-de-reactivacion-del-cacao-fino-y-de-aroma/>
- Menéndez, J. (2018). *La teoría de la Utilidad*. Obtenido de Finanzas Prácticas: <https://www.finanzaspracticas.com.mx/finanzas-personales/el-arte-de-presupuestar/compras-inteligentes/la-teoria-de-la-utilidad?print=y>
- Mercado, A. (2014). *Choco listo*. Obtenido de Monografias.com: www.monografias.com/trabajos7/choco/choco.shtml
- Mercola, D. (17 de 07 de 2013). *Mercola*. Obtenido de El Queso—Un Superpoder Nutricional que Puede Ayudarle a Proteger su Corazón, Cerebro y Huesos: <http://espanol.mercola.com/boletin-de-salud/beneficios-del-queso.aspx>
- Merino, M. (2016). *Concepto de Producción*. Obtenido de <https://definicion.de/produccion/>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (23 de Octubre de 2015). *Agricultura.gob.ec*. Obtenido de Agricultura.gob.ec: <http://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-proyecto-de-reactivacion-del-cacao-fino-y-de-aroma/>
- Ministerio de Salud Publica. (15 de 11 de 2013). *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Recuperado el 14 de 02 de 2017, de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=2797&force=0>.
- Ministerio de turismo de la República del Ecuador. (31 de Diciembre de 2015). *Resultados de*

- gestión 2015: Año de la calidad turística en Ecuador*. Recuperado el 29 de Diciembre de 2016, de Página web del Ministerio de turismo de la República del Ecuador: <http://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>
- Monteros Guerrero, A., & Salvador Sarauz, S. (Diciembre de 2015). *SINAGAP*. Recuperado el 10 de febrero de 2017, de SINAGAP: http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudios_agroeconomicos/panorama_agroeconomico_ecuador2015.pdf
- Montilla, F. (2008). *Teoría del Consumidor*. Obtenido de Econlink: <https://www.econlink.com.ar/teoria-del-consumidor>
- Morcillo, F. M. (2009). Economía, Teoría y Política. En F. M. Morcillo, & C. Sánchez (Ed.), *Economía, Teoría y Política* (Sexta ed., pág. 51). Madrid, España: McGraw-Hill. Recuperado el 14 de 02 de 2017
- Moreno, M. (2017). *El blog Salmón*. Obtenido de La Elasticidad de la demanda: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-elasticidad-de-la-demanda>
- NaturSan. (2016). *valores Nutricioanles del chocolate*. Obtenido de <https://www.natursan.net/valores-nutricionales-del-chocolate/>
- Nestle. (2016). *Fabricación del chocolate*. Obtenido de Nestle: <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/fabricacion-chocolate>
- Nestle Ecuador. (2016). *Los beneficios del chocolate*. Obtenido de Nestle Ecuador: <https://ww1.nestle.com.ec/marcas/chocolates/losbeneficiosdelchocolate>
- Nieto, L. (2017). *Gestiopolis*. Obtenido de Que es la elasticidad?: <https://www.gestiopolis.com/que-son-elasticidad-elasticidad-de-la-demanda-y-de-la-oferta/>
- Novy, A. (2015). *Elasticidades*. Obtenido de Lateinamerika: <http://www.lateinamerika-studien.at/content/wirtschaft/ipoesp/ipoesp-766.html>
- Olmedo, N. (2018). *Origen Botánico Prehistórico y sus antecedentes*. Obtenido de Museo del cacao y Chocolate : <http://www.kakaw.org/historia-y-origenes-del-cacao.html>
- Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y la Agricultura*. (17 de 02 de 2017). Obtenido de Producción y productos lácteos: http://www.fao.org/agriculture/dairy-gateway/leche-y-productos-lacteos/composicion-de-la-leche/es/#.WK49um_hCUk
- Paco, I. (2017). *Historia del chocolate*. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_chocolate
- Pajares, A. (2015). *Producción*. Obtenido de La Gran Enciclopedia de la Economía: <http://www.economia48.com/spa/d/produccion/produccion.htm>

- Paladar.com. (2016). *Elaboración del chocolate*. Obtenido de Paladar: <https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/elaboracion-del-chocolate>
- Palma, K. (2016). *Historias y Biografías*. Obtenido de Historia del Cacao Producción y Fabricación del Chocolate: https://historiaybiografias.com/historia_cacao/
- Parco, L. (2018). *La teoría del Consumidor*. Obtenido de La Economía: <http://laeconomia.com.mx/teoria-del-consumidor/>
- Pérez, A. (2015). *Teoría de la Elasticidad*. Obtenido de Scrib: <https://es.scribd.com/document/317662307/Teoria-de-La-Elasticidad>
- Pinos, J. (2017). *Revista Lideres*. Obtenido de El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV: <http://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuadoriano-historia-empezo-siglo.html>
- Pinza, B. (2015). *El cambio de la matriz productiva: significado*. Obtenido de Crónicas las noticias al día: <https://www.cronica.com.ec/opinion/columna/columnista/item/4810-el-cambio-de-la-matriz-productiva-significado>
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador . (2018). *Efi Economía y Finanzas internacionales*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/58-teoria-del-valor-trabajo-adam-smith>
- Praga, J. (2017). *Club del chocolate.com*. Obtenido de <http://www.clubdelchocolate.com/82-la-fabricacion-del-chocolate.html>
- PRO ECUADOR. (2013-2014). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 22 de 02 de 2017, de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: <http://www.proecuador.gob.ec/sector1-3/>
- Ramirez, C. (1942). *Revista Facultad Nacional de Agronomía*. (U. N. Agrarias., Editor) Obtenido de <http://revistas.unal.edu.co/index.php/refame/article/view/33914/33986>
- Registro Oficial del Ecuador. (2016). *Registro Oficial No. 722*. Quito: Registro Oficial.
- Revista Ekos. (13 de septiembre de 2016). *Ekosnegocios*. Obtenido de Ekosnegocios: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8091>
- Revista Líderes. (2017). *Ecuador lidera la tasa de emprendimiento por necesidad en la región*. Obtenido de Lideres: <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-lidera-tasa-emprendimiento-necesidad.html>
- Revista_ElAgro. (2016). EXCEDENTE DE LECHE PROVOCA DISMINUCION EN EL PRECIO AL PRODUCTOR. *Revista_ElAgro*, 1. Recuperado el 14 de 02 de 2017, de <http://www.revistaelagro.com/excedente-de-leche-ocasiona-disminucion-en-el-precio-al-productor/>
- Rionda, J. (2006). *Microeconomía*. Obtenido de Eumey.Net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/jirr-mic/1b.htm>

- Rivera, R. (2015). *La elasticidad de la demanda*. Obtenido de Ecumed:
<http://www.eumed.net/coursecon/4/elasticidad-demanda.htm>
- Rodriguez, J. (2016). *Viva el cacao*. Obtenido de De la semilla de cacao a la historia del chocolate: <http://vivaelcacao.com/es/su-historia/>
- Safond, N. (2016). *CuidatePlus*. Obtenido de Chocolate: valor nutricional:
<http://www.cuidateplus.com/alimentacion/nutricion/2001/04/16/chocolate-nutricional-9652.html>
- Salazar, R. (2014). *Ecuador: Cambio de la Matriz Productiva*. Obtenido de FinanCoop:
<http://www.financoop.net/documentos/conferencias2014/Eco.%20Roberto%20Salazar.pdf>
- Sanchez, E. (2015). *Chocolatisimo.com*. Obtenido de Tipos de cacao:
<http://chocolatisimo.com/tipos-de-cacao/>
- Sanchis, J. (2014). *Emprendimiento, Economía Social y empleo*. Obtenido de Socio Eco:
http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-661_es.html
- Sarandón, S. J., & Flores, C. C. (2016). *Agroecología y agricultura sustentable*. Buenos Aires: Universidad de la Plata.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES. (2012). *Transformación de la matriz productiva*. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Quito: Edicuatorial.
- SENPLADES. (2017). *Cambio de la Matriz Productiva*. Obtenido de
<http://www.planificacion.gob.ec/cambio-de-la-matriz-productiva-es-un-desafio-para-el-gobierno-nacional/>
- Soria, J. (2017). *Un país con mas sabor a chocolate*. Obtenido de Ecuacocoa:
http://www.ecuacocoa.com/espanol/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=51
- Sosa, C. A. (2017). *¿Cuál cambio de la matriz productiva?* Obtenido de El Comercio:
<http://www.elcomercio.com/opinion/cambio-matriz-productiva-ecuador-cesaraugustososa.html>
- Tamayo, M. (2010). La Investigación Científica. En M. Tamayo, *El Proceso de la Investigación Científica: Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación* (págs. 40-42). Mexico D.F.: Limusa Noriega Editores.
- Travel Ecuador. (2016). *Visit Ecuador Travel*. (<http://visit.ecuador.travel/chocolate/ecuador-y-chocolate/>) Obtenido de Visit Ecuador Travel:
<http://visit.ecuador.travel/chocolate/ecuador-y-chocolate/>
- Vice Presidencia de la Republica del Ecuador. (2017). *Cambio de la Matriz Productiva: insumos para análisis*. Obtenido de Vice Presidencia de la República:
<http://www.vicepresidencia.gob.ec/objetivo-general-objetivos-estrategicos-y-entorno->

para-el-cambio-2/

Vicuña, A. (2017). *Economía Neoclásica*. Obtenido de Enciclopedia Financiera:
<http://www.encyclopediainanciera.com/teoriaeconomica/economia-neoclasica.htm>

Zambrano, E. (2017). *Teoría de la utilidad*. Obtenido de Economía General:
<http://elizabethzambrano.blogspot.com/2010/02/teoria-de-la-utilidad.html>

ZonaDiet.com. (17 de 02 de 2017). Obtenido de <http://www.zonadiet.com/comida/queso.htm>

7. ANEXOS

I. Cosecha de cacao.



II. Secado de cacao.



III. Tostado de cacao



IV. Descascarillado de cacao



V. Molienda de cacao



VI. Moldeado de cacao



VII. Empaquetado de cacao.

