CAPITULO I

1. MARCO CONTEXTUAL

1.1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El troliche a pesar de ser un dulce de consumo tradicional en el Ecuador y ser producido en varias provincias, por pocas familias de origen manabita, la tradición es cada vez más incipiente, debido a la falta de visión de los ecuatorianos, a la pérdida de identidad cultural que vive el país desde hace algunos años a causa de la globalización y del nefasto efecto de la inmigración. Lo que ha provocado que en las nuevas generaciones exista poco interés en conservar ésta tradición, así como tomar iniciativas que vayan enfocadas a la reactivación de la producción de éste dulce.

Esto hace que con el paso inminente del tiempo, sea aún más desconocida la receta y el secreto de preparación que según (Gómex Véles & Villón Panchana, 2010), hace cientos de años hizo del troliche el dulce de los reyes. Sin embargo éste tipo de iniciativas son apoyadas económicamente por el gobierno actual.

Pero:

- ✓ ¿Es factible la creación de una confitería que produzca y comercialice troliches en el cantón Esmeraldas?
- ✓ ¿Se conoce el proceso productivo del troliche y los requerimientos técnicos del mismo?
- ✓ ¿Se podrá financiar la instauración una confitería que produzca y comercialice troliches en el cantón Esmeraldas?

1.2. JUSTIFICACIÓN

El troliche es muy apetecido por los esmeraldeños, debido a su dulzura y suavidad, convirtiéndolo en un potencial producto de consumo nacional.

Con éste proyecto se busca repotenciar la producción tecnificada del troliche, su promoción y distribución, aprovechando que actualmente las iniciativas de emprendimiento, que se encaminan al rescate de la identidad cultural de los pueblos de manera sustentable, son apoyadas económica y técnicamente por el estado ecuatoriano.

Esta propuesta contribuye también a la reactivación económica del sector productivo de la ciudad de Esmeraldas, así como al crecimiento y desarrollo de las familias esmeraldeñas, pues se crean nuevas fuentes de empleo, mejorando las condiciones de vida de éstas familias.

Se beneficia también la conservación del medio ambiente, pues promueve el uso de productos biodegradables que no contaminen en gran medida el ambiente y que sean de rápida descomposición.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación de una confitería, especializada en la producción y comercialización de troliches, que rescate la tradición dulcera del Ecuador, en el cantón Esmeraldas; mediante el establecimiento de procesos tecnificados, para obtener un producto de calidad.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Elaborar un estudio de mercado que permita conocer el grado de aceptación que tendrá la confitería y el troliche, para plantear y establecer estrategias de venta y promoción, captando mayor porcentaje de mercado.

- ✓ Desarrollar un estudio técnico e ingeniería del proyecto, para determinar los procesos productivos tecnificados, necesarios para la elaboración del troliche.

- ✓ Realizar el estudio económico financiero del proyecto que me permita determinar su factibilidad.

CAPITULO II.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. EL PRODUCTO

2.1.1. GENERALIDADES DEL PRODUCTO

El troliche dulce manabita, es elaborado a base de leche y azúcar, con una contextura muy suave, que se deshace con facilidad en la boca de quien lo consume y su color café obscuro muy característico debido al proceso de elaboración.

2.1.2. NECESIDADES QUE CUBRE EL PRODUCTO

Es un producto alimenticio que pertenece a la familia de los dulces, entre las necesidades que cubre están las siguientes:

- ✓ El producto busca satisfacer principalmente las necesidades de identidad cultural, de pertenencia y de tradición, conservando una receta tradicional ecuatoriana.
- ✓ Rescatar un dulce elaborado a partir de materia prima natural, que no ha pasado por procesos químicos.
- ✓ Tener disponible el troliche, en cualquier tienda o supermercado de la ciudad de Esmeraldas, lo que actualmente no es posible.

2.1.3. CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

El troliche es una bolita de manjar duro, sus componentes principales son leche, azúcar, canela y un poco de harina.

Según entrevista con (Palacios, 2011) "para elaborar 250 troliches, a un productor actualmente le toma un tiempo de dos horas y media". Por tanto una persona puede llegar a hacer hasta 800 troliches en 8 horas de trabajo diarias.

Por su naturaleza es de sabor dulce, suave y de fácil dilución en la boca. Debido al proceso de producción y a sus ingredientes, el troliche toma un color café obscuro muy característico.

2.1.4. TIPO DE PRODUCTO

El producto contará con una presentación que contendrá 25 unidades de 1,5 cm. Su empaque será una funda de polietileno que conserve el sabor, que no permita la corrosión o añejamiento del producto y que proteja el medio ambiente, cada lote de fundas tendrá impresa, el nombre de la marca y un diseño llamativo que permita identificar el producto en el mercado, que harán alusión a temas tradicionales del Ecuador.

2.1.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS

a. Dulces hechos a partir del coco

Desde hace muchos años en el cantón de Esmeraldas, muchas personas que viven en las riberas del río Esmeraldas y las lomas, se dedican a la producción de dulces que contienen como materia principal el coco, dando paso a que el producto sea conocido como "Cocada", que a su vez es un dulce muy característico de la provincia de Esmeraldas.

b. Bombones de chocolate

Es uno de los productos de gran consumo a nivel provincial y nacional, éstos son elaborados con chocolate negro y blanco, en su gran mayoría están réyenos con algún tipo de manjar.

c. Bombones de coco

Es una variación de la "Cocada" esmeraldeña, su forma es redonda; éste a diferencia de la cocada tradicional se produce en pequeñas cantidades y es el que más se exporta, además puede ser mezclado con manjares de leche.

d. Chicles

Es un tipo de dulce basado en un polímero gomoso que se obtiene de la savia del árbol Manilkara zapota, éste es muy consumido en todos los estratos del mercado y existen muchas presentaciones.

e. Caramelos

Son dulces que se elaboran principalmente con azúcar, tienen gran aceptación en el mercado, ya que los hay en innumerables presentaciones, colores y sabores, son muy populares entre los niños y adolescentes.

f. Chocolates

Estos están dados a partir de la mezcla de azúcar y la manipulación de la semilla de cacao, es un dulce de gran consumo en todo el Ecuador, de lo puede encontrar en muchas formas, sabores y combinaciones con otros productos.

g. El manjar

El manjar es un tipo de dulce cremoso que se obtiene de la leche, por su sabor es muy consumido y cuenta con varias presentaciones, sabores y mezclas.

2.1.6. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

El producto presentado está en una etapa de maduración, dado que su crecimiento se viene dando desde hace décadas, lamentablemente éste no ha sido vertiginoso ni sostenido como en el caso de otros productos, sin embargo, ya pasó esa etapa. Los competidores del mercado esmeraldeño, no producen troliches, sólo se dedican a la venta de éste y otros dulces manabas, en su mayoría los vendedores son ambulantes según (Vendedores, 2011).

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El segmento de mercado al que está dirigido éste producto son las personas comprendidas entre las edades de 5 a 75 años del área urbana del cantón Esmeraldas, que corresponde a 109.305 habitantes, que representa 87,42% de la población cantonal comprendida en las edades antes mencionadas.

2.2.2. CONDUCTA DE COMPRA DE LOS CLIENTES

Para entender la conducta de compra de los clientes, es importante identificar en primera instancia cuales son las necesidades del segmento de mercado al que se dirige el proyecto. Así se determinó que existe la necesidad de rescatar el troliche dulce tradicional del país, que éste se pueda conseguir con mayor facilidad y que ofrezca las garantías sanitarias necesarias de producción y consumo del producto; por lo tanto necesitan una factoría que produzca y distribuya troliches cumpliendo con estándares de calidad y sanidad.

Es así que, se puede determinar que la conducta del consumidor para éste proyecto está influenciada por tres factores según (Providencia, 2008). El primero es cultural, a través de la subcultura de los jóvenes, que indica que "El mercado de los adolescente no solo gasta mucho dinero propio, sino que hacen gastar a sus familiares también". El factor social, influenciado por el grupo de primario (familiar) que señala "Es aquel en que las relaciones personales son cara a cara con cierta frecuencia y aun nivel íntimo y afectivo, en el cual se desarrollan valores, creencias, etc., éste ejerce un control informal sobre sus miembros, un control no institucionalizado pero no por ello menos eficaz". Por último el factor psicológico, "En el que influye en gran medida la personalidad y el estado de ánimo del consumidor".

Por tanto, debido a que el público al que se dirige el proyecto tiene características muy marcadas por su cultura, sociedad y estado psicológico, el principal objetivo de la confitería será caracterizarse en el mercado por la calidad y el sabor del troliche, así como su presentación y cumplimiento de las normas de sanidad.

2.2.3. ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS

Se necesitaron de varias fuentes para poder estudiar la demanda y oferta de troliches en el mercado del cantón Esmeraldas, entre ellas tenemos: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Servicio de Rentas Internas (SRI), Municipio del Cantón de Esmeraldas, Internet.

- ✓ INEC: Donde se obtuvo información respecto a la población del Cantón Esmeraldas, número de habitantes de la zona urbana, tasa de crecimiento poblacional y otros indicadores estadísticos que nos brindaron la información requerida.
- ✓ SRI: Institución que brindó información sobre el número de empresas dedicadas a la producción y distribución de troliches en el cantón Esmeraldas, además de toda la información sobre las obligaciones tributarias de la confitería.
- ✓ Municipio de Esmeraldas: Aquí se adquirió información referente a las patentes municipales, así como de los impuestos municipales en los que nuestra empresa incurriría.
- ✓ Cuerpo de Bomberos: Institución que dio información sobre los permisos de funcionamiento de una empresa como la que se propone.
- ✓ Ministerio de Salud Pública: En ésta se obtuvo los requisitos necesarios para obtener el registro sanitario y todo aquello correspondiente a los cuidados de salubridad.
- ✓ IEPI: Proporcionó la información necesaria para el registro y protección de la propiedad intelectual e industrial.
- ✓ INTERNET: A través de este medio pudimos conocer recetas de elaboración y costos de los equipos necesarios para la fabricación del producto.

2.2.4. ANÁLISIS DE FUENTES PRIMARIAS

2.2.4.1. Definir Objetivos

2.2.4.1.1. Objetivo General

Cuantificar el consumo promedio anual de troliches de las personas comprendidas entre las edades de 5 a 75 años de edad del área urbana del cantón Esmeraldas.

2.2.4.1.2. Objetivos Específicos

- ✓ Planificar cada una de las partes del proceso de investigación de mercado, encuestas y entrevistas, que permita conocer el comportamiento del mercado.
- ✓ Recolectar, tabular y analizar, la información obtenida del mercado, aplicando técnicas de recolección y análisis.
- ✓ Interpretar la factibilidad de la creación de una confitería especializada en la producción y distribución de troliches.

2.2.5. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Es fundamental contar con información veraz y de primera mano, directa del mercado, por lo que se han aplicado técnicas de recolección de la información, procesamiento e interpretación, de manera que los resultados sean un insumo lo suficientemente competente y precisa para el desarrollo de la investigación, y la determinación de su factibilidad.

Para el estudio del presente proyecto se necesitó recopilar la siguiente información:

- ✓ Se necesita saber del segmento poblacional la cantidad de personas que conocen el troliche.
- ✓ Determinar entre el segmento de la población escogida (5 a 75 años), la edad de los usuarios que más tendencia tienen a consumir este producto.
- ✓ Conocer el porcentaje actual de consumo del troliche.
- ✓ Identificar por qué se consume o no actualmente el troliche.

- ✓ Averiguar cómo le gustaría al segmento que consume actualmente el troliche, que fuese su presentación.
- ✓ Determinar la cantidad de troliches que les gustaría que contenga la presentación.
- ✓ Identificar cuál es el precio promedio que podría pagar la población por el producto.

2.2.6. DETERMINAR FUENTES DE DATOS

Las principales fuentes de datos han sido las personas encuestadas y las entrevistas realizadas a los vendedores ambulantes de troliches de la ciudad de Esmeraldas, así como a los pequeños productores de troliche del cantón Rocafuerte de la provincia de Manabí.

Para analizar a los consumidores nos dirigimos a las parroquias de la zona urbana del cantón Esmeraldas, entre los cuales tenemos: Luis Tello, Bartolomé Ruíz, Esmeraldas, 5 de Agosto y Simón Plata Torres.

2.2.7. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

- ✓ Elaborar el diseño de la encuesta y entrevista, redactando preguntas claves que proporcionen la información necesaria para conocer lo concerniente la producción, consumo, oferta, gustos, preferencias, necesidades de los clientes, etc.
- ✓ Tomar una muestra representativa del universo al cual se dirige el producto.
- ✓ Elegir en que sectores vamos a desarrollar la investigación, tomando en cuenta la segmentación del mercado realizada.
- ✓ Realizar un cronograma de trabajo, que indique la cantidad de encuestas y entrevistas diarias a efectuar, así como la fecha del viaje al cantón Rocafuerte de la Provincia de Manabí.
- ✓ Realizar las encuestas a adolescentes y adultos de 15 a 75 años de edad, entrevistar a los vendedores ambulantes de dulces manabitas de la ciudad, así como a los pequeños productores del cantón Rocafuerte de la Provincia de Manabí.
- ✓ Tabulación y análisis de los resultados.

2.2.8. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Las encuestas se realizaron a la población esmeraldeña mayor de los 15 años. La población de la provincia de Esmeraldas es de 460.668 habitantes, al cantón Esmeraldas le corresponden 188.694 habitantes, lo que representa un 40% del total de habitantes de la provincia.

Dentro del cantón Esmeraldas la población está dividida en dos áreas, una la rural a la cual le corresponden 63.660 habitantes, que representa el 33.73% de la población cantonal, y otra urbana a la cual le corresponden 125.034 habitantes, que representan el 66.26% de la población. Información obtenida de (INEC, 2010).

Para éste estudio el target está comprendido en las edades de 5 a 75 años del área urbana, que corresponde a 109.305 habitantes, que representa 87,42% de la población cantonal comprendida en las edades antes mencionadas. Este target se encuentra distribuida de la siguiente manera: Luis Tello con 12,941 que corresponde al 10,35% de habitantes, Bartolomé Ruíz con 20,630 de habitantes correspondientes a un 16.50%, Esmeraldas 23,381 corresponde a un 18,70%, 5 de Agosto con 26,882 corresponde a 21,50% y Simón Plata Torres con 41,198 correspondientes a 32,95%.

Una vez aplicada la fórmula para determinación de la muestra se determinó que el número de encuestas a aplicar fueran 390.64. Sin embargo para trabajar con números cerrados se decidió aplicar 400 encuestas, mismas que se distribuyeron en las diferentes parroquias urbanas del cantón Esmeraldas.

2.2.9. TRABAJO DE CAMPO

Las encuestas y las entrevistas fueron realizadas por el investigador, quien está capacitado para realizar la recopilación de los datos y a su vez coordinar y organizar toda la información.

Para éste proceso se contó con los recursos económicos, técnicos y materiales necesarios, que permitieron realizar exitosamente la investigación.

Las encuestas se aplicaron a las personas entre 15 y 75 años de edad del cantón Esmeraldas, duró cuatro semanas, cumpliendo el plan de trabajo que indicaba realizar 100 encuestas cada semana, logrando terminar la cantidad de encuestas determinadas por el tamaño de la muestra (400 encuestas).

Así mismo durante un día se visitó el cantón Rocafuerte de la provincia de Manabí, en dicha visita se entrevistó a 15 pequeños productores de troliches, de los cuales únicamente 2 productores facilitaron información, pero de esos dos productores uno proporcionó información parcial y otro información completa sobre la producción, venta y promoción del troliche. Sin embargo ninguno de los dos productores que facilitaron información, permitieron observar directamente, ni tomar fotos del proceso de producción, ni de la cocina donde se los elabora.

Durante el viaje se visitó el municipio de Rocafuerte y la biblioteca de la misma institución para recabar mayor información, lamentablemente no existe ningún tipo de registro del dulce mencionado.

En el proceso de investigación se visitó también la Cámara de Comercio de Rocafuerte, de manera que se pueda conseguir un dato de cuántos productores de troliches hay en el cantón, sin embargo en la institución no se quiso proporcionar la información, puesto que el día de la visita el titular de la institución había sido víctima de la fuerte ola de delincuencia que vive actualmente el cantón y no había quien proporcione la información requerida.

En esta investigación se intentó realizar 4 entrevistas a los vendedores ambulantes de la zona urbana de la ciudad de Esmeraldas. De ellos sólo 2 concedieron la apertura necesaria para ser entrevistados.

2.2.10. VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Fue el autor quien realizó la investigación, certificando la veracidad y objetividad de la información obtenida de las encuestas y las entrevistas, asegurando que el proyecto quedará fundado sobre bases sólidas que permitirán su implementación.

2.2.11. TABULACIÓN

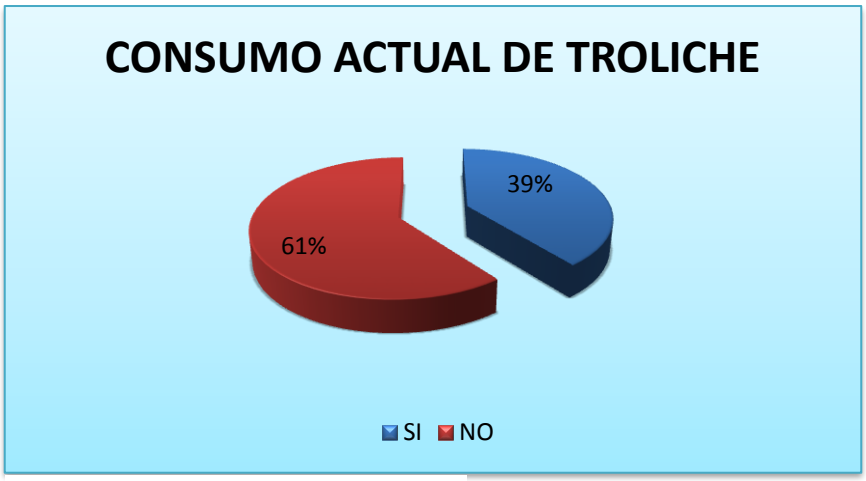
La tabulación de las encuestas se realizó utilizando la herramienta de Excel del paquete de Microsoft Office, agilitando y dando mayor certeza a la tabulación. La recopilación de datos se la hizo a través de las encuestas a personas que podrían convertirse en nuestros clientes potenciales, estos datos son presentados de manera descriptiva y a través de tablas estadísticas. La técnica es la de porcentaje y lo podemos visualizar a través de los gráficos de pastel.

2.2.12. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Gráficos de las encuestas aplicadas a la muestra de la población, a personas de 15 a 75 años de edad. (VER ANEXOS DEL V AL XII)

GRÁFICO N° 1

Conocimiento Sobre El Troliche



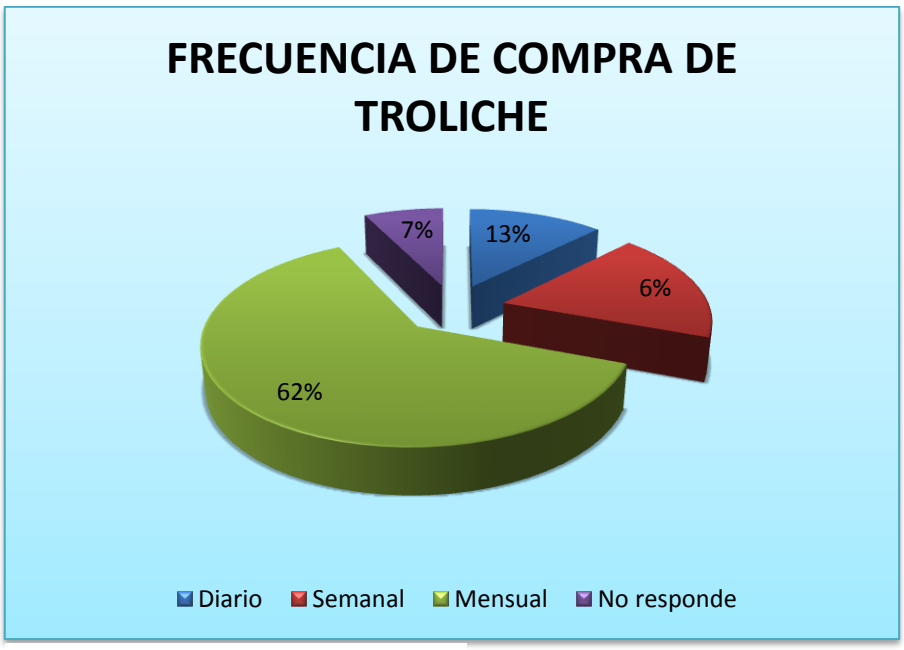
FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

ANÁLISIS

Se preguntó a las personas sobre el consumo actual del troliche, el 39% de los encuestados mencionó que sí consume actualmente el troliche, mientras que 61% dice no consumirlo. Lo que pone en evidencia el bajo consumo actual de troliches, que de acuerdo con los resultados de las encuestas se debería a que es vendido en pocos lugares y es difícil de encontrar en tiendas y supermercados.

GRÁFICO N°2

Frecuencia De Compra



FUENTE: Investigación de Mercado
INVESTIGADOR: Autor del Proyecto

ANÁLISIS

Sobre la frecuencia de consumo el 62% de las personas dijo que lo consumiría mensualmente, el 7% no responde, un 16 % lo consumiría diariamente y un 6% lo haría una vez por semana. Deduciendo que la mayoría de los encuestados lo consumirían mensualmente, debido a que los gustos de las personas son variados, es decir que a demás del troliche consumirían otros tipos de dulces.

2.2.13. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Según los datos obtenidos y aplicando la fórmula de regresión lineal, la demanda proyectada está dada de la siguiente manera:

TABLA N° 1

Proyección De La Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA FUTURA
2012	2.738.810,69
2013	2.773.003,35
2014	2.807.195,71
2015	2.841.387,77
2016	2.875.579,53
2017	2.909.770,98
2018	2.943.962,12
2019	2.978.152,94
2020	3.012.343,44
2021	3.046.533,62

Fuente: Cálculo realizado con la fórmula de regresión lineal
Elaborado: Autor del Proyecto

En la proyección de la demanda, se muestra el crecimiento anual de la demanda insatisfecha para los 10 años que se elaboró la propuesta. Dando como resultado que para el 2012, que sería el primer año de aplicación del proyecto, existirá una demanda insatisfecha de 2.738.810,69 cajas de troliches.

La tabla muestra la demanda futura, con un crecimiento a razón del 1,35%, que es la tasa de crecimiento poblacional según el INEC proyección 2010.

2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.3.1. ASPECTOS CUALITATIVOS

2.3.1.1. COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA

La principal competencia directa son los pocos vendedores de troliches, mismos que vienen de ciudades como Rocafuerte de la provincia de Manabí o Santo Domingo de la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas.

La competencia indirecta está compuesta por todos los pequeños productores de dulces que tienen como materia prima principal el coco, así como por aquellos microempresarios que le están dando un valor agregado al dulce de coco tradicional.

2.3.1.2. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA COMPETENCIA

Los productores de troliches que proviene de otras ciudades, venden sus productos de forma ambulante por lo que no se puede establecer un lugar específico donde encontrarlos, sin embargo gracias al estudio realizado se pueden establecer los puntos de la ciudad donde se los puede encontrar con cierta regularidad. Así determinamos que en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, cada dos semanas es visitada por dos vendedores provenientes de la ciudad de Santo Domingo, de la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas, quienes se turnan en sus visitas a la universidad. De igual manera en las inmediaciones de Banco Guayaquil, ubicado en las calles Bolívar entre Juan Montalvo y Rocafuerte, se encuentra un vendedor de dulces manabita con quien se intentó hablar pero no accedió, de igual manera si intentó hablar con el vendedor de troliches ubicado en las inmediaciones del IESS ubicado en las calles 10 de Agosto y Sucre, sin obtener mayor éxito, dato obtenido de (Vendedores, 2011).

La competencia indirecta vendedores de “cocadas”, por el contrario tienen bien definida su ubicación, las cuales son particularmente dos. La primera son las afueras de los edificios donde quedaban anteriormente las oficinas de las cooperativas de transporte interprovincial “Transportes Occidentales” y “Transesmeraldas”, sitios en los que por muchos años debido a la afluencia de gente se ubicaron los llamados “cocaderos” o chacareros, actualmente por

la construcción del terminal terrestre de Esmeraldas “Green Center”, fueron reubicadas las cooperativas de transporte, por lo que también tuvieron que trasladarse al ya mencionado terminal. Sin embargo quedaron en los antiguos lugares muy pocos vendedores pues no tuvieron el dinero suficiente para pagar un local en el Green Center.

2.3.1.3. PRODUCTOS QUE OFRECE LA COMPETENCIA

Los productos que ofrece la competencia se detallan en siguiente cuadro:

TABLA N° 2

Productos De La Competencia

COMPETENCIA DIRECTA	COMPETENCIA INDIRECTA
Troliches	Cocada en bolitas (blanca y negra)
Rompope	Cocada en tabletas (blanca y negra)
Alfajor	Conservas
Suspiros	Cocada
Biscochos	

Fuente: Vendedores ambulantes
Investigador: Autor del Proyecto

2.3.1.4. CARACTERÍSTICAS DE SUS CLIENTES

Los pocos vendedores ambulantes han dirigido sus productos de manera general a todo el mercado de la ciudad de Esmeraldas, pero según la investigación de campo realizada en la urbe, se pudo notar que todos ellos venden varios productos propios de la cultura manabita y es el troliche el producto de mayor venta, este se puede determinar debido a que es el primero en acabarse, además se ubicación no es fija de manera que brindan poca oportunidad de consumo, representando así una debilidad para la competencia actual del mercado. Además, las personas son parte de un mercado cuyo principal objetivo es ofrecerles productos de calidad.

En el caso de las “cocadas”, por ejemplo, los clientes compran por impulso puesto que sirven de regalo para familiares o amigos provenientes de otras partes.

2.3.1.5. INFRAESTRUCTURA

En la visita realizada al cantón Rocafuerte de la provincia de Manabí, de 15 productores de troliches y dulces manabitas, sólo 2 dieron cierta apertura, ellos fueron el señor Washintong Alfredo Chávez Anchundia propietario de la dulcería "Samoareo" y doña Martha García propietaria de "Delicias de Rocafuerte". Vale destacar que de los dos señores antes mencionados, sólo el señor (Chávez, 2011), respondió a todas las inquietudes consultadas, a pesar de aquello no permitió ver personalmente el proceso productivo, ni el lugar donde los elabora "la cocina", según dijo, esto se debe a que en la zona las personas son muy celosas de sus recetas y secretos de elaboración, sin embargo describió el proceso en palabras. Por su parte la señora (García M. , 2011), sólo hablo del proceso de elaboración con cierto sigilo, pues siente temor de que su competencia directa descubra su secreto de producción.

Por tanto y según la descripción verbal del señor Chávez los troliches los realizan en la cocina de su negocio, en la cual cuenta con una cocineta, 2 hoyas de 6 libras, un lavamanos y un mesón con cerámica, entre los utensilios de cocina que se ocupan en el proceso están 3 cucharones de madera, y 3 cucharas de acero y 3 platos que son con los que elabora los troliches.

En cuanto al lugar en el que expende sus productos es de aproximadamente 5m de frente y 4m de fondo, en el cual tiene 3 vitrinas de vidrio para exhibir los dulces, mismas que estaban completamente llenas de varios dulces, cuenta también con 3 mesas de plástico y 3 sillas plásticas en cada mesa, en el lugar hay también una vitrina congelador para las gaseosas.

Visualmente del local de la señora Martha, se pudo observar un local de 6m de frente y 6m de fondo con 4 mesas plásticas acompañadas por 3 sillas plásticas cada una, en el lugar también se pudo ver la existencia de 1 vitrina, que para la hora "10:00 a.m." de la visita estaba recién la estaban llenando de los productos.

En la ciudad de Esmeraldas, por ser vendedores ambulantes no cuentan con un local fijo ni con infraestructura, pero se puede destacar la utilización de canastas hechas de piquigua para transportar los diferentes dulces.

2.3.1.6. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA

TABLA N° 3

Fortalezas Y Debilidades

PRODUCTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Dulcería Samoareo	✓ Cuenta con gran variedad de productos ✓ El local es agradable ✓ Producto de buen sabor ✓ Atención amable y personal ✓ Productos económico ✓ Ubicado en lugar estratégico, el centro del cantón ✓ Abierto los 7 días de la semana ✓ Registrado en el SRI como dulcería ✓ Expendio de gaseosas	✓ Promoción y Publicidad ✓ Empaque ✓ Marca registrada ✓ Registro sanitario ✓ Los productos que se consumen en el local son servidos en fundas de papel craft ✓ Las ventanillas pasan abiertas ✓ Higiene
Delicias de Rocafuerte	✓ Producto de buen sabor ✓ Cuenta con varios dulces ✓ Expende gaseosas	✓ Lugar es caluroso ✓ Mala atención al cliente ✓ Las vitrinas pasan abiertas

Fuente: Productores de duces manabitas del cantón Rocafuerte provincia de Manabí
Investigador: Autor del Proyecto

En el cuadro se muestran las fortalezas y debilidades de los dos productores del cantón Rocafuerte de la provincia de Manabí, que facilitaron información para la investigación, dejando en evidencia que de los dos locales con los que se trabajó, “Dulcería Samoareo”, brinda a sus clientes un servicio medianamente aceptables, pues sus fortalezas se ven afectadas por debilidades que no permiten que el negocio crezca. La información se obtuvo de la observación directa realizada.

2.3.1.7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA

En Rocafuerte el señor Chávez expende su producto en su propio local, sin embargo también tiene a una persona que vende ambulantemente el producto en las paradas de las cooperativas de transporte intercantonal, sitio en el que se congregan varios vendedores ambulantes para vender a las personas que esperan el transporte y a aquellas que se encuentran dentro de él. La señora García por lo observado, expende sus productos en su propio local. En los dos casos la venta en directa y el costo del producto tanto del local como los expendidos por los vendedores ambulantes es el mismo. En la ciudad y cantón de Esmeraldas los vendedores ambulantes, expenden de manera directa al consumidor.

2.3.1.8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO DE LA COMPETENCIA

TABLA N° 4

Estrategias De La Competencia

PRODUCTORES	ESTRATEGIAS
Dulces Samoareo	✓ Cuenta con mesas, sillas y gaseosas en su local para que los consumidores tengan comodidad ✓ Tiene un vendedor ambulante en Rocafuerte ✓ Atiende amablemente a los compradores ✓ Cuenta con gran variedad de dulces ✓ Precios baratos
Delicias de Rocafuerte	✓ El local cuenta con sillas, mesas y gaseosas para atender al público ✓ Precios baratos
Vendedores ambulantes Esmeraldas	✓ Venta directa al cliente

Fuente: Productores de duces manabitas del cantón Rocafuerte provincia de Manabí – Vendedores ambulantes
Investigador: Autor del Proyecto

Según el cuadro, las personas entrevistadas y que facilitaron información en el cantón Rocafuerte de la provincia de Manabí, así como los vendedores ambulantes de esmeraldas, no se han planteado estrategias de mercadeo, sino que han ido realizando pequeñas acciones para atraer y llegar a los consumidores.

2.3.2. ASPECTOS CUANTITATIVOS DE LA OFERTA

2.3.2.1. OFERTA ACTUAL E HISTÓRICA

El mercado de la ciudad de Esmeraldas debido a que los vendedores de troliches son ambulantes es difícil contabilizarlos, sin embargo son 4 los más reconocidos, éstos venden además varios dulces manabitas.

Para determinar la oferta actual de troliches en la ciudad de Esmeraldas, fue necesario recopilar información mediante las entrevistas realizadas, las cuales permitieron estimar la cantidad de troliches vendidos en un día por los vendedores ambulantes, en los diferentes lugares donde se ubican.

Así mismo para obtener los valores históricos de la oferta, se empleó la tasa de crecimiento derivada de la fórmula del monto.

TABLA N° 5

Oferta Histórica

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA EN UNIDADES
2002	1.418,10
2003	1.437,24
2004	1.456,64
2005	1.476,31
2006	1.496,24
2007	1.516,44
2008	1.536,91
2009	1.557,66
2010	1.578,69
2011	1.600,00

Fuente: Entrevistas aplicadas a los vendedores ambulantes
Elaborado: Autor del Proyecto

En el cuadro anterior se muestra el crecimiento de la oferta histórica durante los 10 últimos años, es decir, en el 2002 los vendedores ambulantes de la ciudad de Esmeraldas vendieron un estimado de 1.418,10 tarrinas de traliches, esto de acuerdo con (Vendedores, 2011).

2.3.2.2. PRECIOS

Los precios en el cantón Rocafuerte son los mismos y se establecen así:
1 troliche $0,02
100 troliches $3,00
1000 troliches $30,00

En la ciudad de Esmeraldas, se venden 2 troliches por $0,05 y las tarrinas de 20 unidades a un valor de $1,00. Lo que demuestra el crecimiento de los P.V.P. en Esmeraldas, que presumiblemente se debería a que el producto se debe trasladar de Manabí o Santo Domingo de los Tsachilas a Esmeraldas.

2.3.2.3. CAPACIDAD INSTALADA Y CAPACIDAD UTILIZADA DE LA OFERTA

Según la descripción del señor Chávez, la capacidad instalada es de 2m de ancho x 2m de fondo y la capacidad utilizada es total, pues cuenta con una cocineta de dos hornillas, un mesón y lava platos. Con ésta capacidad produce a la semana 3000 troliches, en temporadas normales y bajas, mientras en las temporadas altas produce hasta 7000 troliches.

En el caso de los vendedores ambulantes de la PUCESE, al respecto sólo supo decir que la producción la realizan en el área de la cocina de su casa, que es pequeña y la ocupan totalmente, el joven no pudo calcular un tamaño aproximado. Con esas condiciones mencionó que producen 2000 troliches a la semana, de los que vende 800 troliches cada dos semanas en Esmeraldas.

Esto indicaría que la producción de troliches, no demanda de grandes espacios para hacerlo, pues según la investigación, es suficiente con el espacio que destina una familia para cocinar sus alimentos.

2.3.2.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para determinar la oferta futura se partió del comportamiento histórico y de la situación actual de la oferta, para lo cual se trabajó con la tasa de crecimiento de la oferta, la misma que dio un crecimiento poblacional de 1,35%.

2.4. ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE OFERTA Y DEMANDA

2.4.1. CUADRO COMPARATIVO

TABLA N° 6

Oferta vs. Demanda

OFERTA VERSUS DEMANDA			
AÑOS	**OFERTA FUTURA EN UNIDADES**	**DEMANDA HISTÓRICA EN UNIDADES**	**DEMANDA INSATISFECHA**
2012	1.621,60	(2.740.432,29)	(2.738.810,69)
2013	1.643,49	(2.774.646,84)	(2.773.003,35)
2014	1.665,68	(2.808.861,39)	(2.807.195,71)
2015	1.688,17	(2.843.075,94)	(2.841.387,77)
2016	1.710,96	(2.877.290,48)	(2.875.579,53)
2017	1.734,05	(2.911.505,03)	(2.909.770,98)
2018	1.757,46	(2.945.719,58)	(2.943.962,12)
2019	1.781,19	(2.979.934,13)	(2.978.152,94)
2020	1.805,24	(3.014.148,68)	(3.012.343,44)
2021	1.829,61	(3.048.363,23)	(3.046.533,62)

Elaborado: Autor del Proyecto

Al hacer la comparación entre oferta y demanda, se denota un alto nivel de mercado que no es cubierto por la competencia, además tanto la demanda como la oferta, muestran un crecimiento del 1,35%.

2.5. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DEL PROYECTO

2.5.1. DEMANDA DEL PROYECTO

TABLA N° 7

Demanda del Proyecto

AÑOS	DEMANDA ANUAL INSATISFECHA	PARTICIPACIÓN %	DEMANDA DEL PROYECTO		
			NÚMERO DE DEMANDANTES		
			Producción Anual	Producción Mensual	Producción Diaria
2012	2.738.810,69	3%	82.164,81	6.847,07	342,35
2013	2.773.003,35	3%	83.191,14	6.932,59	346,63
2014	2.807.195,71	3%	84.217,45	7.018,12	350,91
2015	2.841.387,77	4%	113.658,34	9.471,53	473,58
2016	2.875.579,53	4%	115.026,73	9.585,56	479,28
2017	2.909.770,98	4%	116.395,11	9.699,59	484,98
2018	2.943.962,12	4%	117.763,48	9.813,62	490,68
2019	2.978.152,94	4%	119.131,83	9.927,65	496,38
2020	3.012.343,44	5%	150.625,22	12.552,10	627,61
2021	3.046.533,62	5%	152.335,63	12.694,64	634,73

Fuente: Demanda del Proyecto
Elaborado: Autor del Proyecto

Partiendo de la demanda insatisfecha que se obtuvo en el análisis comparativo de la oferta y demanda potencial o futura, se pude establecer como mete cubrir el 3% de ésta, para ello se consideraron varios factores como: el crecimiento de la oferta por parte de los actuales o posibles nuevos oferentes, además se decidió esta participación en el mercado por la innovación del en la presentación del producto y todo lo que aquello conlleva (empaque, diseño, envoltura, código de barras, tabla nutritiva, etc.), así como el registro de la marca, registro sanitario y todos los permisos de ley, factores que le faltan a la competencia, además de la campaña publicitaria y el pago de comisiones a los vendedores.

Ya calculada la demanda insatisfecha y la participación de mercado para el proyecto, se establecen la producción por personas en el mercado anual, mensual y diario.

2.5.2. TIPOS DE MERCADO

El presente proyecto se implementará en un mercado de competencia perfecta o libre, en el cual según (CULTURAL S.A, 1999), "La competencia perfecta es un tipo o modelo de mercado en el que existen numerosos vendedores y compradores que están dispuestos a vender o comprar libremente entre ellos productos que son homogéneos o iguales, pero, sin tener influencia distinguible en el precio de venta porque éste es fijado de manera impersonal por el mercado". Es por el cual, el presente proyecto establece desarrollar ventajas comparativas, planteando estrategias de diferenciación del producto en cuanto al sabor, calidad, presentación y empaque.

2.5.3. PRECIOS

La determinación del precio del producto es compleja dada la gran cantidad de variables los costos de producción más el margen de utilidad establecido. Se tomará en cuenta también los objetivos financieros deseados. El precio se justifica también con el valor agregado que le imprime al producto el empaque, la envoltura, el registro sanitario y todo lo que las normas de salud alimentaria exigen.

Es así que el costo de una funda con 25 unidades de troliches, tendrá un costo de $1,00 para los clientes y $1,25 para el consumidor final.

2.5.4. VENTAJAS COMPETITIVAS

Se propone varios elementos generadores de ventajas y valor sobre los competidores para que el producto se diferencie en el mercado, estas son:

- ✓ **Presentación y Empaque:** Se ofrece un nuevo concepto de presentación del producto, pasando de venderlo en tarrinas como lo vende la competencia, a una funda de plástico biodegradable, con diseño innovador, colores vivos, registro sanitario, tabla nutricional, y cada troliche envuelto en láminas de aluminio para evitar su contaminación.

- ✓ **Precio:** El precio en relación a los cambios y mejoras en la presentación del producto, es muy accesibles y se ajusta a la economía de la ciudadanía esmeraldeña.

- ✓ **Distribución:** Es un factor clave de diferenciación, pues la meta principal del proyecto es llegar a lugares que la competencia no llega, que sea permanente la venta del producto, de manera que los clientes puedan acceder al producto.

- ✓ **Segmentación del Mercado:** El producto estará dirigido a niños, adolescentes y adultos de 5 a 75 años de edad, ofreciéndoles un producto barato, y accesible de buen sabor, calidad y cumplimiento de las leyes de salud alimenticia, aumentando así el valor del servicio en el mercado.

2.5.5. ESTRATEGIAS GENÉRICAS PARA COMPETIR

Lograr ventajas competitivas que diferencien el producto en el mercado, la confitería, diseñará estrategias que permitan esta diferenciación para poder competir y posicionarse en el mercado, logrando suplir las necesidades insatisfechas de los clientes. Las principales estrategias serán:

- ✓ **Estrategia de Costos:** Se controlarán los costos en los que incurra la confitería, para evitar mal gastar los recursos económicos.

- ✓ **Estrategia de Promoción y Publicidad:** Se realizarán campañas publicitarias, a través de los medios de comunicación, con spots publicitarios, afiches y BTL, con la finalidad de impactar y penetrar el inconsciente los consumidores, con el concepto base de que con el producto ofrecido se está rescatando las tradiciones y costumbres ecuatorianas, apelando a los sentimientos del consumidor y utilizando los medios de comunicación disponibles para la difusión del producto.

- ✓ **Estrategia de Comisiones en Ventas:** Para alcanzar las ventas propuestas, se plantea el pago del 5% del total de las ventas mensuales a los vendedores, de manera que se incentive a vender cada vez más.

- ✓ **Estrategia de Diferenciación del producto:** Ofrecer un producto de dulce sabor, excelente calidad, renovada presentación y empaque, tabla nutricional, elaborado por personal calificado.

2.5.6. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La Confitería, utilizará un canal de comercialización directo con los clientes, ofreciendo los troliches a los dueños de tiendas, minimarkets y cadenas de que expenden productos de consumo masivo en la zona urbana de la ciudad de Esmeraldas, para que de ellos pase al consumidor final.

La publicidad que se realizará del producto y de la confitería será por medio de la radio, prensa, televisión, revistas y auspicio de eventos sociales, permitiendo a los clientes y consumidores finales conocer las características del producto.

2.5.7. MODELO DEL NEGOCIO

TABLA N° 8

Modelo de Negocio

<table>
<tr>
<td rowspan="2">ALIADOS ESTRATÉGICOS

✓ Tienda barriales
✓ Tiendas al paso
✓ Productores de leche
✓ Productores de azúcar
✓ Supermercados</td>
<td>ACTIVIDAD

✓ Producción de troliches
✓ Comercialización
✓ Venta del producto</td>
<td rowspan="2">PROPUESTA DE VALOR

✓ Presentación del producto
✓ Cantidad de unidades por funda
✓ Registro de marca
✓ Registro sanitario
✓ Tabla alimenticia</td>
<td>RELACIÓN CLIENTE

Entrevistas y diálogos con los clientes, acerca del comportamiento del consumidor final, del producto y de la rotación del mismo</td>
<td rowspan="2">SEGMENTO CLIENTE

✓ Personas entre 5 a 75 años de edad
✓ Sin distinción de nivel económico, ni sexo.
✓ Clientes potenciales los comprendidos entre las edades de 5 a 17 años

Necesidades Comunes

✓ Rescatar y conservar una tradición ecuatoriana
✓ Tecnificar el proceso de fabricación del producto</td>
</tr>
<tr>
<td>RECURSOS

✓ Talento Humano
✓ Materiales
✓ Tecnológicos
✓ Naturales
✓ Financieros</td>
<td>DISTRIBUCIÓN

✓ Venta directa a través de vendedores
✓ Vehículo propio</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">ESTRUCTURA DE COSTOS

✓ Materia prima
✓ Mano de obra directa
✓ Equipos
✓ Maquinaria
✓ Infraestructura física
✓ Tecnología
✓ Costos administrativos
✓ Costos indirectos de fabricación</td>
<td colspan="3">GENERACIÓN DE INGRESOS

✓ Venta de troliches</td>
</tr>
</table>

Elaborado por: Autor del proyecto

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1. ESTUDIO TÉCNICO

3.1.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO OPTIMO

Con el estudio de mercado finalizado y conociendo el porcentaje de participación de mercado, es imperativo determinar la condiciones físicas y técnicas del lugar donde funcionaría la confitería, de manera que se cumpla con los requerimientos de ley y garanticen que el producto será de excelente calidad.

De acuerdo con el estudio que se ha realizado habrá 812.744,45 personas que demanden el producto al año, el presente proyecto establece como objetivo cubrir el 3% de los mismos, esto se debe a que es un proyecto nuevo para el mercado y está en etapa de introducción, también a los recursos que se disponen en cuanto a capital, mano de obra, talento humano, materia prima y equipos.

3.1.2. LOCALIZACIÓN OPTIMA DEL PROYECTO

En ésta etapa se procedió a realizar la micro y macro localización de la planta, con la finalidad de lograr determinar con exactitud la ubicación idónea, así como determinar la distribución y ubicación estratégica de cada área y sus respectivas dimensiones.

3.1.2.1. MACROLOCALIZACIÓN

Se determinó que la planta y las oficinas estarán ubicadas en la zona urbana de la ciudad y cantón de Esmeraldas.

3.1.2.2. MICROLOCALIZACIÓN

Las oficinas y la planta de la confitería estarán ubicadas en el sector de la Cananga, en la segunda entrada y calle principal, en el edificio 37.

Esta pertenece a la familia del autor del proyecto, fue utilizada anteriormente como bodega para almacenar materiales de construcción.

La construcción es de hormigón armado estilo galpón, sólo tiene construida las paredes externas y las divisiones interiores, por lo que solo tiene que ser adecuado para el funcionamiento de la empresa. Las dimensiones de éste terreno son de 12m de frente y 16m de fondo.

IMAGEN N°1

Croquis la Cananga



Fuente: Google Earth - Esmeraldas
Elaborado: Autor del Proyecto

3.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2.1. DISEÑO DEL PRODUCTO

La confitería será una empresa que se dedique a la producción y comercialización del troliche. Cumpliendo con todos los permisos de funcionamiento y los requerimientos de sanitarios que garanticen la salubridad del producto, además contará con el valor agregado propio de los cambios implementados en el empaque, diseño presentación y en la distribución del producto, logrando causar mayor impacto en el cliente y en el consumidor final.

El personal con el que contará la confitería será personal altamente calificado para la producción de troliches, de la misma manera que el personal de las áreas administrativas, contables y de ventas, asegurando un excelente servicio al cliente y un producto de calidad.

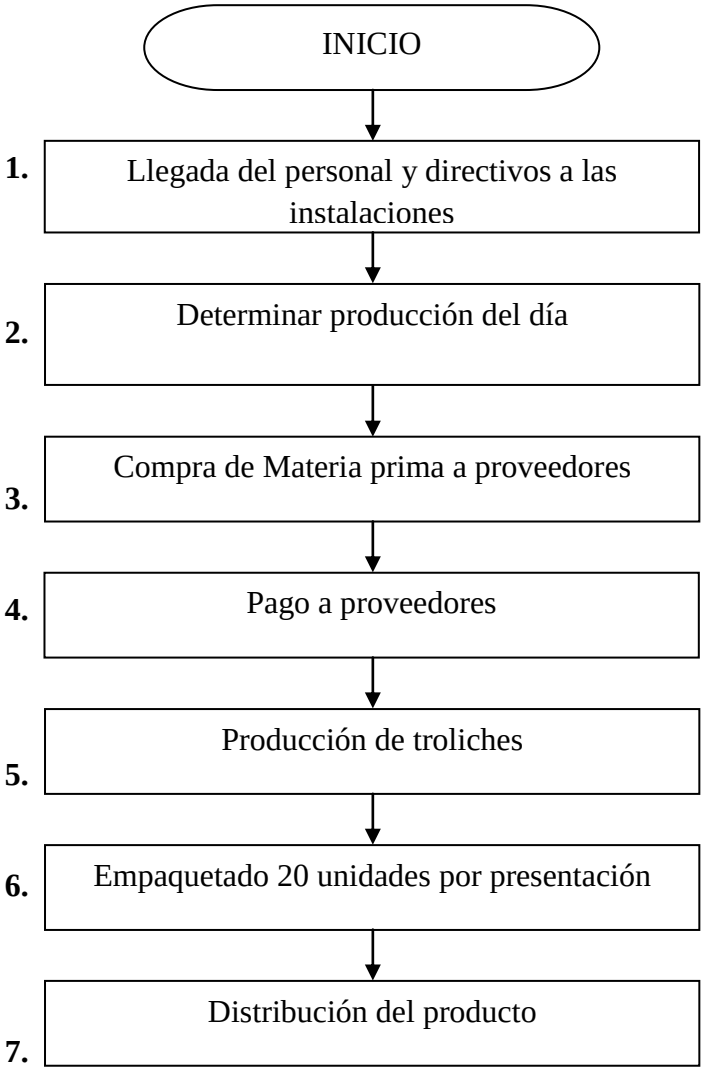
La confitería se caracterizará por el abastecimiento constante y permanente del producto en el mercado, por la variedad de presentaciones del producto (en el futuro), por las campañas publicitarias encaminadas a rescatar una tradición ecuatoriana y por el renovado empaque.

3.2.2. DISEÑO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

3.2.2.1. DIAGRAMAS Y MANUALES DE PROCESOS GENERALES

3.2.2.1.1. Diagrama de Bloques

DIAGRAMA DE BLOQUES



3.2.2.1.2. Manual General de Procedimientos

1- **Llegada del personal y directivos a las instalaciones:** Todos los miembros de la organización llegarán a la misma a las 08:00, registrarán la hora de llegada en el reloj biométrico.

2- **Determinación de producción diaria:** El jefe de producción y adquisiciones determinará la cantidad de productos a elaborar por día, para ello tendrá en cuenta las sugerencias del jefe del departamento de ventas.

3- **Compra de materia prima:** El departamento de producción y adquisiciones determinará los requerimientos, contactará a proveedores para realizar la compra.

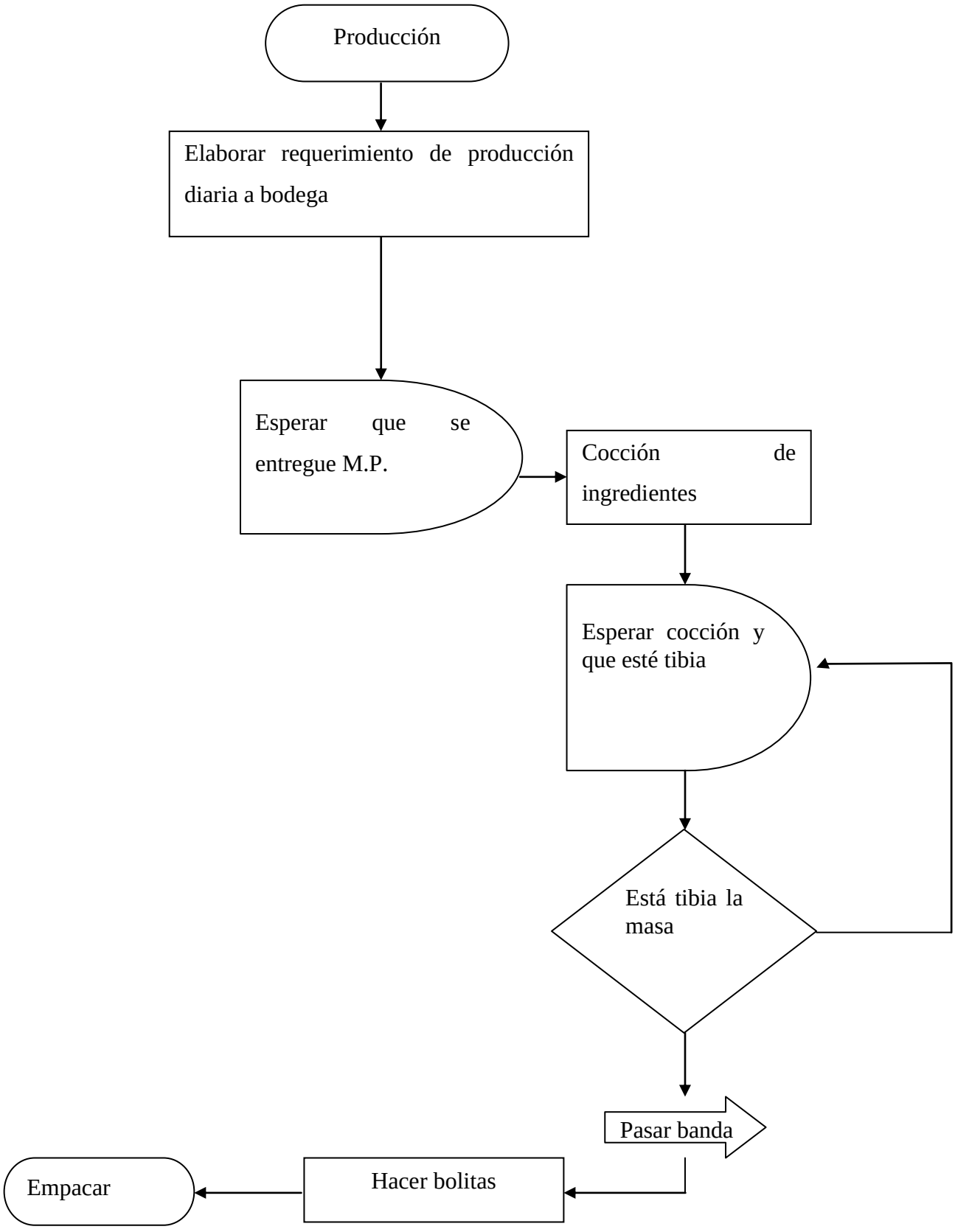
4- **Pago a proveedores:** Una vez recibida la materia prima e inspeccionada en departamento de producción enviará a contabilidad la orden de pago con la factura para el desembolso del pago a proveedores.

5- **Producción de troliches:** El jefe de producción determinará las actividades del personal a su cargo para la producción de troliches, ésta se iniciará una vez se cuente con el requerimiento diario y la materia prima necesaria.

6- **Empaquetado:** A medida que van saliendo las unidades de troliches, a través de una banda movilizadora los troliches serán dirigidos a la máquina de empaquetado y sellado, que agregará a cada funda 20 unidades de troliches.

7- **Comercialización:** El departamento de venta y comercialización se encargará de ofrecer y distribuir el producto a los diferentes clientes, así como buscar clientes nuevos.

3.2.2.1.3. Diagrama de Flujos del Producto



3.2.2.1.4. Manual General de Producción

1- **Elaborar orden de requerimiento diario a bodega:** El jefe de producción una vez determinada la producción diaria debe solicitar a bodega la cantidad de materia prima necesaria para iniciar la producción.

2- **Esperar que se entregue materia prima:** Se esperará que el bodeguero despache la materia prima.

3- **Cocción de ingredientes:** Los ingredientes se cocinarán durante 45 minutos, esto dependerá de la cantidad de unidades que se vayan a elaborar, la cocción se hará a 120 °c.

4- **Esperar cocción y que la masa esté tibia:** Se debe esperar el tiempo de cocción de los ingredientes y que la masa esté un poco tibia.

5- **Pasar por banda:** La masa será pasada a través de una banda transportadora, hasta máquina de moldeado.

6- **Empacar:** Se empacarán 25 unidades de troliches por cada funda de polipropileno.

3.2.2.1.5. Proceso del Producto

TABLA N° 9

CURSO-GRAMA ANALÍTICO									**OPERARIO/MATERIAL/EQUIPO**
DIAGRAMA # 1 **HOJA #**	**RESUMEN**								
OBJETO: Producción	**ACTIVIDAD**		**ACTUAL**			**PROPUESTA**			**ECONOMÍA**
	OPERACIÓN		4						
ACTIVIDAD: Elaborar troliches	TRANSPORTE		3						
	DEMORA		0						
	INSPECCIÓN		0						
	ALMACENAMIENTO		0						
	COMBINADA		0						
MÉTODO: Actual / Propuesto	**Distancia (metros) 13m**								
LUGAR	**Tiempo (horas - hombre) 1:57:16**								
Operarios: 4 **Ficha n°: 1**									
DESCRIPCIÓN	**DISTANCIA**	**TIEMPO**	○	⇨	D	□	▽	◎	**OBSERVACIÓN**
Determinar producción diaria		0:15:00	•						Producción
Trasladar de la bodega a producción la materia prima	5m	0:10:00		•					Bodega
Cocción de ingredientes 120 °c	2m	0:45:00	•						Producción
Mezcla de masa hasta que tome textura		0:45:00	•						Producción
Pasar masa por banda hasta máquina moldeadora	1m	0:02:00		•					Producción
Pasar por la banda movilizadora los troliches a empacadora	2m	0:00:08		•					Producción
Pasar por banda las fundas de 25u a meza encartonadora	2m	0:00:08	•						Producción
TOTAL	13m	1:57:16	4	3					

Elaborado por: Autor del proyecto

3.2.2.1.6. Descripción del Proceso de Elaboración del Troliche

La producción del troliche se realiza de la siguiente manera:

- ✓ Se hierve la leche con el azúcar a 120 °C
- ✓ Se colocan los huevos, esto según la cantidad de unidades a elaborar
- ✓ Se coloca canela
- ✓ Agregar esencia de vainilla
- ✓ Dejar que se consuma hasta que espese y se haga una maza
- ✓ La maza se deja que enfríe un poco o esté tibio
- ✓ Colocar un poquito de harina
- ✓ Hacer las bolitas.

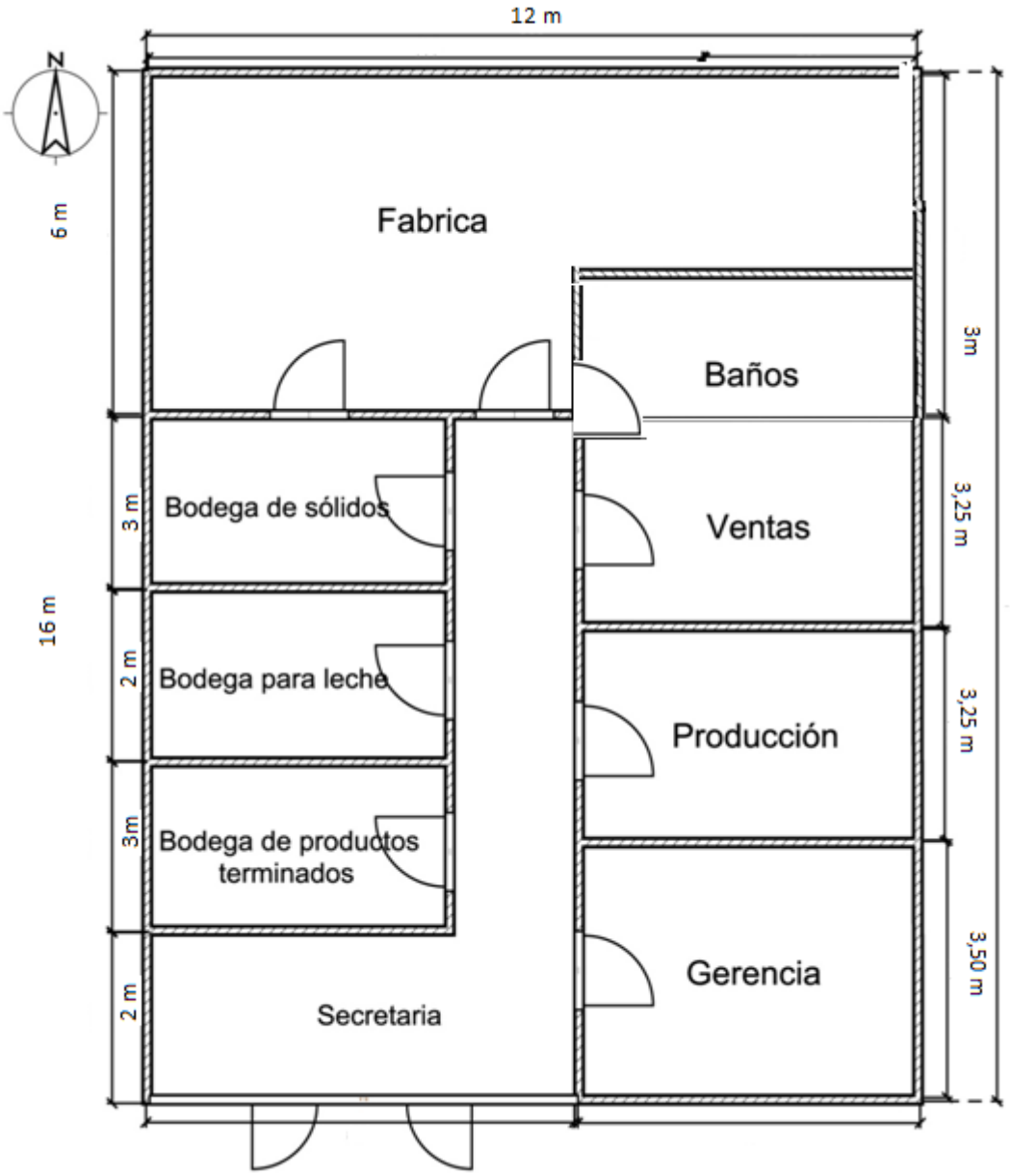
Para producir 3000 unidades de troliches, son necesarios:

- ✓ 10 litros de leche
- ✓ 2 kilos de azúcar
- ✓ 10 mililitros de esencia de vainilla
- ✓ 14 huevos

3.2.3. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

IMAGEN N°2

Plano de Distribución de la Planta



Elaborado por: Autor del Proyecto

Confitro Ltda., contará con tres oficinas tipo cubículos para ventas producción y gerencia, una recepción, tres bodegas y un baño general, en la parte posterior de las instalaciones se ubicará la fábrica

IMAGEN N°3

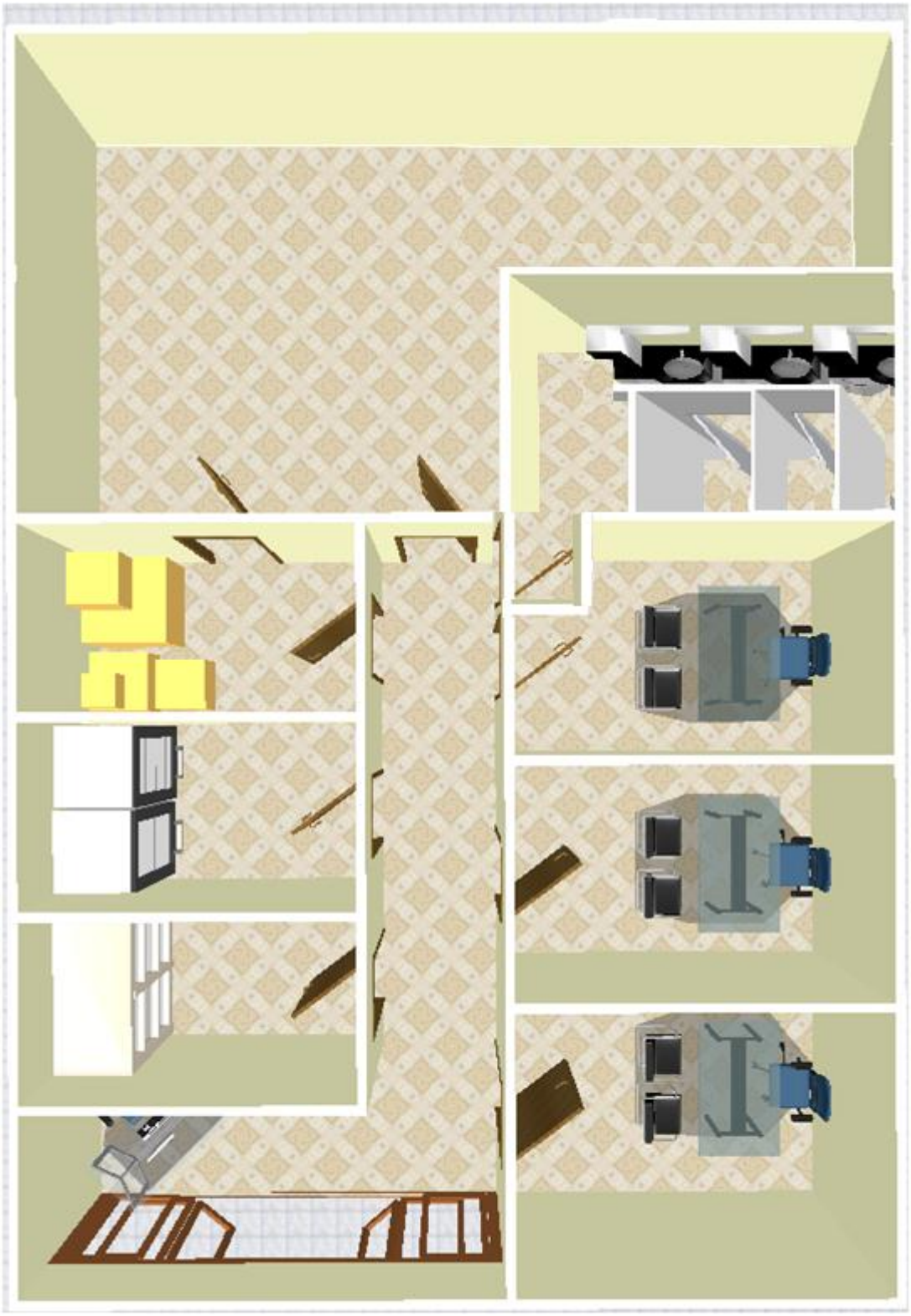
Fachada de la Planta



Elaborado por: Autor del Proyecto

IMAGEN N°4

Distribución en 3D de la Planta Vista Superior Horizontal



Elaborado por: Autor del Proyecto

3.2.4. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL Y ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

3.2.4.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



3.2.4.2. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

Puesto: *Junta de Accionistas*
Nivel: *Primer Nivel*

Misión del Puesto

Tomar decisiones acertadas acerca de las directrices principales que guían el funcionamiento de la organización y que permitan el desarrollo y mejoramiento de la misma. Serán los encargados de elegir al gerente de la empresa para un periodo de 2 años.

Principales Funciones

- ✓ Resolver sobre las reformas al contrato constitutivo y al estatuto, para lo cual se requerirá los votos de las dos terceras partes del capital social.
- ✓ Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente.
- ✓ Resolver el aumento o disminución del capital social, la fusión o transformación de la compañía, el cambio de nombre, la disolución anticipada y la prórroga del plazo de duración.
- ✓ Nombrar y remover de sus cargos al presidente, al gerente general y a los empleados de la compañía.
- ✓ Fijar la remuneración del presidente, del gerente general y de los empleados.
- ✓ Resolver sobre la forma de reparto de utilidades.
- ✓ Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios.
- ✓ Acordar la exclusión de socios, por las causales establecidas en la Ley.
- ✓ Disponer que se entablen las acciones legales correspondientes en contra de los administradores o gerentes, en caso de robo, hurto, malversación de fondos y bienes de propiedad de la empresa.
- ✓ Dictar las normas conducentes a la buena marcha de la compañía.
- ✓ Acordar la venta o gravamen de los bienes inmuebles de la compañía.
- ✓ Acordar los reglamentos de la compañía.
- ✓ Fijar la clase y monto de las cauciones para los empleados bajo cuya responsabilidad están los bienes y valores de la compañía.

- ✓ Fijar el monto máximo para los actos y contratos que puede celebrar el gerente general, de los que puede celebrar conjuntamente con el presidente y de los que son privativos de la junta.

Puesto: *Gerente General*
Nivel: *Primer Nivel*

Misión del Puesto

Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de Confitro Ltda., a fin de cumplir eficazmente los planes y objetivos estratégicos establecidos para el buen funcionamiento de la compañía.

Principales Funciones

- ✓ Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente.
- ✓ Conducir la gestión, los negocios y la marcha administrativa, económica y financiera de la compañía.
- ✓ Establecer los planes de marketing.
- ✓ Vigilar el desempeño de los empleados y servidores de la compañía.
- ✓ Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía.
- ✓ Realizar los pagos por gastos administrativos.
- ✓ Realizar inversiones y adquisiciones hasta por la suma que le fije la junta general de socios, ya sea individual o conjuntamente con el presidente, sin perjuicio en lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías.
- ✓ Reclutar y seleccionar e inducir al personal que trabajará en la organización.
- ✓ Planificar las capacitaciones y todo lo concerniente al personal.
- ✓ Convocar a las reuniones de la junta general
- ✓ Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo.
- ✓ Subcontratar los procesos que la organización no esté en capacidad de afrontar.
- ✓ Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el registro mercantil.
- ✓ Suscribir con el presidente, las actas de las sesiones de junta general.
- ✓ Llevar los libros de actas y expedientes de las sesiones de junta general.

- ✓ Llevar las cuentas bancarias según sus atribuciones.
- ✓ Presentar a la junta general de socios el informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la Ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;
- ✓ Presentar a la junta general el proyecto de reformas al contrato social y al estatuto.
- ✓ Subrogar al presidente, en su ausencia.
- ✓ Ejercer y cumplir las atribuciones, deberes, obligaciones y responsabilidades señalados expresamente en la Ley de Compañías, este estatuto y reglamentos de la compañía, y los que resuelva la junta general de socios.

Puesto: *Secretaria(o)*
Nivel: *Tercer Nivel*

Misión del Puesto

Facilitar en la organización la comunicación; entre el gerente, mandos medios y con personas ajenas al establecimiento mediante la redacción, recepción y custodia de los documentos necesarios para el óptimo funcionamiento de la organización y adecuada interacción con el entorno que le rodea.

Principales Funciones

- ✓ Organizar la comunicación en todos los niveles.
- ✓ Atender a las personas ajenas a la empresa que requieran información o guía.
- ✓ Redactar cartas, actas, estatutos, acuerdos, solicitudes y demás escritos que solicite la gerencia general.
- ✓ Extender las actas.
- ✓ Reservar y registrar reuniones de gerencia.
- ✓ Custodiar la información confidencial.
- ✓ Custodiar, archivar y manipulas los documentos contables necesarios para el labor del profesional que será contrata do por honorarios

- ✓ Llevar un registro diario de las actividades en la agenda de gerencia.
- ✓ Administrar caja chica.

Puesto: *Contador(a)*
Nivel: *Segundo Nivel*

El contador (a), será contratados por honorarios según se acuerde con el profesional, sin embargo en el momento en el que la gerencia y la junta de accionistas considere necesario contar con el profesional permanentemente, será agregado a la nómina

Puesto: *Jefe de Producción*
Nivel: *Segundo Nivel*

Misión del Puesto

Coordinar y delegar las actividades propias del departamento, así como cumplir con las metas presupuestales de producto, reducir gastos e incrementar ingresos en la empresa, asegurar la calidad del producto, Hacer más con menos.

Principales Funciones

- ✓ Lograr un retorno de inversiones.
- ✓ Incrementar la producción con una estrategia que no haga que pierda la empresa.
- ✓ Diseñar presupuestos de productos y gastos del área.
- ✓ Aportar a la empresa para que tenga una rentabilidad. Medición y métodos del trabajo.
- ✓ Organizara a los operarios
- ✓ Análisis, supervisión y control de la producción.
- ✓ Planeación y distribución de instalaciones.
- ✓ Verificar la higiene y seguridad industrial.
- ✓ Control de los inventarios.
- ✓ Control de Calidad.

Puesto: *Operarios*
Nivel: *Tercer Nivel*

Misión del Puesto

Se encargará de ejecutar los procesos productivos, realizando las operaciones determinadas por el jefe de producción, de manera que se cumplan con las metas de producción, sin desperdicios, aprovechando el tiempo y con calidad.

Principales Funciones

- ✓ Revisar la maquina a su cargo al inicio de su labor.
- ✓ Operar la máquina en forma adecuada y responsable bajo los parámetros y normas establecidas a fin de cumplir con su labor.
- ✓ Efectuar la limpieza de las máquinas según se requiera.
- ✓ Detectar e informar las fallas y/o desperfectos que obstaculicen el normal desenvolvimiento de la producción.
- ✓ Apagar adecuadamente las maquinas

Puesto: *Vendedores*
Nivel: *Tercer Nivel*

Misión del Puesto

El vendedor de lograr una distribución ordenada y eficiente de nuestros productos, establecer relación estrecha con el cliente, será también el responsable de hacer publicidad directa del producto y de la empresa.

Principales Funciones

- ✓ Vender
- ✓ Establecer un primer contacto.
- ✓ Construir relaciones duraderas y redituables con los clientes.
- ✓ Evaluar sus necesidades y problemas

- ✓ Encaminan los esfuerzos de la compañía hacia su resolución
- ✓ Negociar condiciones de venta
- ✓ Analizar los daros de ventas
- ✓ Medir el potencial de un mercado
- ✓ Obtener información estratégica sobre algún mercado
- ✓ Desarrollar estrategias y planes de marketing

Puesto: *Auxiliar de Limpieza*
Nivel: *Tercer Nivel*

Misión del Puesto

Precautelar y controlar la existencia de los materiales y utensilios que se emplean tanto para la limpieza de la organización, como para la producción, además de desempeñar las actividades de limpieza en cada una de las áreas de la organización y colaborar en cualquier tarea encomendada.

Principales Funciones

- ✓ Almacenar y ordenar los materiales para la limpieza de la empresa, y utensilios y materiales que se utilizan en la empresa.
- ✓ Almacenar e inspeccionar la materia prima de bodega
- ✓ Llevar un registro de la existencia de materia prima, materiales y utensilios;
- ✓ Reportar con antelación la poca existencia de materia prima, material o un utensilio.
- ✓ Mantener en buen estado los materiales y utensilios.
- ✓ Mantener a la organización limpia y sin ningún tipo de suciedad.
- ✓ Sacar la basura en el momento apropiado.
- ✓ Realizar cualquier tarea que se le encomiende siempre y cuando esta apegue a las actividades de la empresa.
- ✓ Optimizar los materiales de limpieza.

Puesto: *Guardia*
Nivel: *Tercer Nivel*

Misión del Puesto

Salvaguardar la integridad física y económica de Confitro Ltda., así como de sus trabajadores.

Principales Funciones

- ✓ Será el responsable de vigilar la seguridad del local.
- ✓ Prever de posibles inconvenientes con los clientes y terceros.

3.2.5. RAZÓN SOCIAL, LOGOTIPO Y ESLOGAN

3.2.5.1. RAZÓN SOCIAL

Se determina que la razón social será "Confitro Ltda.", mismo que resulta de la unión de las palabras confitería y troliches. Para la identificación de la empresa y como imagen corporativa de la misma, se usará el nombre en el letrero publicitario a la entrada de las instalaciones, publicidad contratada a través de los medios de comunicación social, hojas con membretes para oficios, comunicaciones, reportes, facturas, balances y tarjetas de presentación.

3.2.5.2. LOGOTIPO DE LA EMPRESA

IMAGEN N°5

Logotipo de la Empresa



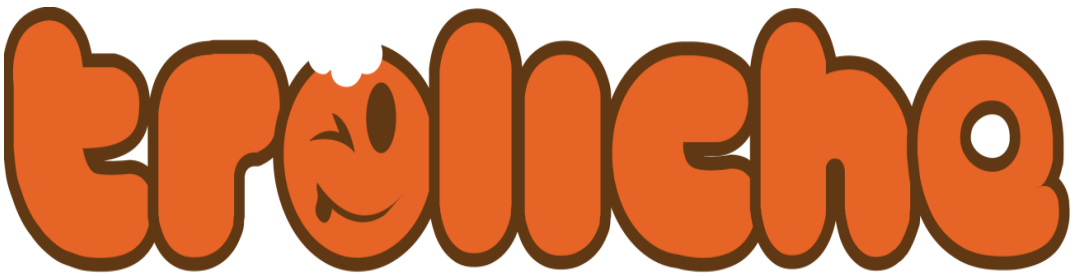
Elaborado por: Autor del proyecto

3.2.5.3. LOGOTIPO DEL PRODUCTO

Se determinó que para lograr un mayor posicionamiento del producto en la mente del consumidor final y en vista de que el nombre no está registrado en el IEPI, se debe conservar como nombre del producto “troliche”.

IMAGEN N°6

Logotipo del Producto



Elaborado por: Autor del proyecto

3.2.5.4. EMPAQUE

IMAGEN N°7

Empaque del producto



Elaborado por: Autor del proyecto

3.2.5.5. ESLOGAN DEL PRODUCTO

El eslogan resalta y sintetiza lo que la empresa quiere transmitir con el producto, por lo que el eslogan es “Tradicionalmente deliciosos”.

3.2.6. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

3.2.6.1. MISIÓN

Confitro Ltda., es una organización confitera dedicada a la producción y comercialización de troliches, que rescata las tradiciones dulceras del Ecuador, con un producto de calidad fácil de hallar en el mercado, siempre comprometida con la investigación de nuevos mercados y las nuevas tecnologías. Siempre apegados al marco legal establecido por las leyes ecuatorianas.

3.2.6.2. VISIÓN

Para 2016 Confitro Ltda., será una empresa fortalecida, en busca permanente de nuevos productos y procesos que permitan ofrecer un producto de calidad al mercado, teniendo al consumidor final como eje central del desarrollo y crecimiento de la organización.

Contará con una variedad de duces tradicionales del Ecuador, reafirmando en compromiso de rescatar las tradiciones propias del País y de Esmeraldas.

3.2.6.3. OBJETIVO GENERAL

Ofrecer al mercado un producto de calidad, mediante la producción semi tecnificada y distribución de troliches con una nueva presentación e imagen. Provocando evocar en el consumidor final recuerdos de su juventud o genere nuevos sentimientos, conservando así una tradición arraigada en los esmeraldeños, aportando su desarrollo y normal desempeño de las actividades.

3.2.6.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar el espacio físico, con una infraestructura adecuada que permita el desarrollo integral de las personas y los procesos.
- ✓ Contar con un personal profesional y capacitado para el desarrollo de las actividades, lo cual permita un mejoramiento continuo en la calidad del producto.
- ✓ Compromiso de desarrollo y crecimiento del personal administrativo, de ventas y producción.
- ✓ Reducir los costos evitando el desperdicio de los recursos materiales de la empresa.
- ✓ Dar a conocer a la empresa dentro del ámbito local logrando que se posicione en el mercado y en las mentes de los consumidores.

3.2.7. ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

3.2.7.1. CONSTITUCIÓN

El presente proyecto se pondrá en marcha a través de la creación de una empresa con responsabilidades limitadas, que de acuerdo con (Superintendencia de Compañías, 1999) en la Ley reformatoria para Cías. Ltda. Artículo 68, establece que "Se constituirá con mínimo dos socios y máximo 15, quienes responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus acciones individuales".

En el artículo reformatorio de las Cías. Ltda., se establece la necesidad elegir un nombre y esperar a que el mismo sea aprobado por la institución, una vez aprobado se elaboraran los estatutos de la empresa mismos que también deben ser aprobados por la Superintendencia de Compañías.

Esta misma ley establece la apertura de una cuenta en cualquier institución bancaria para proceder a la aportación del capital social, mismo que puede iniciar con un monto mínimo de $400 dólares americanos, registrados íntegramente, de los cuales el 50% puede ser en especies.
Se establecen en la ley reformatoria la afiliación a la Cámara de Comercio afiliarnos, que el Municipio de la Ciudad otorgue el permiso de funcionamiento y obtener del Servicio de Rentas Internas correspondiente RUC, además se debe obtener el permiso del cuerpo de bomberos.

En el caso particular de éste proyecto, por trabajar con alimentos de consumo humano, se debe obtener un registro sanitario otorgado por el Ministerio de Salud Pública.

3.2.7.1.1. Registro Sanitario

De acuerdo con el art. 137 (Ministerio de Slud Pública, 2006), "Están sujetos a registro sanitario todos los alimentos procesados" "fabricados en el territorio nacional o extranjero para su importación, exportación, comercialización, dispensación y expendio."

Se establece como requisito el siguiente:

Solicitud de análisis del alimento: Esto incluye, composición química, concentración de componentes, conservantes, envases, tapas, sellados, lotes y tiempos de conservación. Esta solicitud se dirige al Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez.

Es éste mismo instituto quien emitirá un informe favorable o no de aprobación del registro sanitario, el registro de otorgarse tendrá una duración de cinco años, tras los cuales se renovará, sin embargo durante éste tiempo se podrá revocar el registro si se detectare un mal uso del mismo según lo establecido en la ley.

3.2.7.1.2. REQUISITOS COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

3.2.7.1.2.1. Nombre

Según lo establecido por la (Superintendencia de Compañías, 1999). Textualmente dice que "En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala**,** Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de "propiedad" y de "inconfundibilidad" o "peculiaridad". (Art. 16 LC).

El "principio de propiedad" consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra. El "principio de inconfundibilidad o peculiaridad" consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías

De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

3.2.7.1.2.2. Solicitud de aprobación

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

3.2.7.1.2.3. Socios

Según la Ley Reformatoria de Compañías Limitadas, la sociedad pueda estar conformada por mínimo 2 socios y un máximo de 15 socios.

3.2.7.1.2.4. Capacidad

Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías

3.2.7.1.2.5. Números Mínimos y Máximos de Socios

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

3.2.7.1.2.6. CAPITAL

La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato.

Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de,

Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001 El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo

Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones.

En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

3.2.7.1.2.7. Participaciones

Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

3.2.7.1.2.8. Objeto social

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.

Cabe indicar que además para implementar este proyecto debemos acercarnos a la Cámara de Comercio para afiliarnos, al Municipio de la Ciudad para obtener el permiso de funcionamiento al Servicio de Rentas Internas para obtener el correspondiente RUC, y al cuerpo de bomberos para obtener el correspondiente permiso del cuerpo de bomberos.

3.2.7.1.2.9. Cámara de Comercio

Los requisitos para afiliar a una empresa con personería jurídica en la ciudad de Esmeraldas (no es obligatorio), son los siguientes:

Copia de resolución de la Superintendencia de Compañías:

- ✓ Llenado de Solicitud de afiliación.
- ✓ Copia de la Escritura de la Compañía.
- ✓ Copia de nombramiento del representante legal.
- ✓ Copia de cedula de identidad.
- ✓ Dos fotos tamaños carnet.
- ✓ Copia del Ruc.

3.2.7.1.2.10. Permisos municipales

Se debe asistir a esta institución con la finalidad que otorgue el permiso de funcionamiento, para lo cual se debe presentar:

- ✓ Solicitud de permiso de funcionamiento.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia de cédula del representante legal.
- ✓ Papel de votación del representante legal.

3.2.7.1.2.11. Servicio de Rentas internas

Para que la empresa pueda obtener el RUC, y sabiendo que la misma es considerada como una sociedad y se encontrará bajo el control de la Superintendencia de Compañías, se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ✓ Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- ✓ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Original y copia a color de cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.

- ✓ Original del certificado de votación.
- ✓ Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción; u,
- ✓ Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u,
- ✓ Original y copia del contrato de arrendamiento.

3.2.7.1.2.12. Permiso del cuerpo de bomberos

Se deberán presentar los siguientes documentos:

- ✓ 2 copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- ✓ Copia del papel de votación del representante legal.
- ✓ 2 copias del RUC.
- ✓ Previa inspección del local.

3.2.7.2. ASPECTOS RELACIONADOS CON LA EMPRESA

3.2.7.2.1. SISTEMA TRIBUTARIO Y LEGAL

Obligaciones Tributarias

Para que una empresa pueda realizar la actividad de producción en el Ecuador, deberá registrarse en el Servicio de Rentas Internas y obtener un Registro Único del Contribuyente (RUC); así mismo tendrá el compromiso de cumplir con las siguientes obligaciones tributarias tal como lo determina la Ley de Control Tributario:

- ✓ Anexo de Compras y Retenciones en la Fuente por otros Conceptos.
- ✓ Anexo de Relación de Dependencia.
- ✓ Declaración del Impuesto a la Renta.
- ✓ Declaración de Retenciones en la Fuente.
- ✓ Declaración Mensual de IVA.

Se debe conocer también que según la Ley Orgánica de Régimen Municipal, se debe cancelar las respectivas patentes municipales, la cual se establecerá en función del capital en giro, la localización, y el tamaño del negocio; cabe indicar que según la Ley de Control Tributario y Financiero toda organización está obligada a pagar un impuesto anual sobre el 1.5 por mil de los activos totales de la empresa en el Municipio respectivo.

Posteriormente, se deberá pagar el recargo del 12% del IVA, por la compra de materiales, utensilios e insumos que se requieran para desempeñar sus funciones, ya que éstos no son productos de primera necesidad

3.2.7.2.2. CONTRATACIÓN LABORAL

Leyes que regulan la contratación laboral

Actualmente el aspecto laboral en el Ecuador es regido por dos estatutos. La LOSEP, (Ley Orgánica de Servidores y Empleados Públicos), es aplicable a todos los servidores, empleados e instituciones del sector público. Para las empresas privadas es aplicable el Código del Trabajo, en cual se detallan todas las obligaciones, derechos y responsabilidades de los trabajadores y directivos.

Confitro Ltda., siendo una organización privada se regirá en lo que dicta el Código del Trabajo.

3.2.7.2.3. OBLIGACIONES PATRONALES EN CASO DE ACCIDENTES LABORALES

De acuerdo al código de trabajo, en su Título IV DE LOS RIESGOS DEL TRABAJO, Capítulo I Determinación de los Riesgos y de la Responsabilidad del Empleador; y Capitulo II de los Accidentes, todo empleado tiene derecho a indemnización por accidentes y enfermedades causadas por su labor.

Confitro por ser una empresa de producción, y siendo el talento humano el factor esencial para la ejecución de los procesos productivos y administrativos con eficiencia y

eficacia, cumplirá con la afiliación de su personal al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), y basarse en la normativa que rige el Código de Trabajo, así como el pago de todos los beneficios que por ley le corresponden a los todos los miembros de la organización.

3.2.7.2.4. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

3.2.7.2.4.1. Reglamento Interno

La empresa contará con Políticas y Procedimientos que rijan el comportamiento de los empleados, que conlleven a un adecuado clima organizacional:

- ✓ Todos los empleados deberán presentarse diariamente a sus labores, de acuerdo al horario de trabajo establecido.
- ✓ Confitro funcionará de lunes a viernes, en horarios de 08h00 am a 16h30 pm, los trabajadores contaran con media hora libre para alimentación, este horario se debe cumplir según lo establecido en el contrato.
- ✓ Todos los miembros de la organización deben registrar su entrada en el reloj biométrico, teniendo un periodo de 10 minutos como máximo para que no se les considere atraso, si por alguna causa no pueden llegar deberán reportarlo y la razón deberá ser justificada.
- ✓ Se deberá vestir con orgullo y elegancia el uniforme de la empresa, le trabajadores del área de producción deberán portar adecuadamente el uniforme para sus labores.
- ✓ Está prohibido leer revistas, periódicos o libros ajenos al trabajo durante horas de labor.
- ✓ Deberán mantener limpio y en buen estado sus lugares de trabajo, maquinarias y equipos.
- ✓ El teléfono es sólo para uso laboral, por lo que se debe utilizar lo menos posible en asuntos personales.
- ✓ Cada vez que algún empleado deba salir de la empresa, es necesario que notifique a la secretaria a donde va y a la vez registrar su hora de salida en la bitácora del local.

- ✓ El equipo con el que labora cada empleado es responsabilidad suya por lo que deberá cuidarlo y mantenerlo en buenas condiciones.
- ✓ La última persona que salga de las instalaciones es responsable de cerrar y dejar apagadas las luces.
- ✓ Se deberá cuidar el comportamiento (vocabulario, vestido, etc.) dentro de la organización.
- ✓ Cada lunes deberá llevarse a cabo una reunión interna en la que se revisarán los planes de trabajo así como las actividades desarrolladas y a desarrollar.
- ✓ Debe existir un ambiente cordial de trabajo, por lo que en caso de haber algún mal entendido, se debe aclarar inmediatamente, ya sea entre los involucrados o con la intervención de un superior.
- ✓ Todo aquello que no está en este reglamento y que pudiera generar dudas o conflictos, deberá ser tratado directamente con el Gerente.

3.2.7.2.5. Procedimientos

La empresa contará con ciertos procedimientos que rigen la relación con las distintas áreas de la empresa:

- ✓ **Pagos Menores**

Confitro contará con una cantidad de dinero para financiar los gastos que se deriven de alguna emergencia, la cual deberá ser justificada y autorizada por el gerente, cada vez que los gastos han cubierto el 80% de dicha cantidad deberá hacerse una solicitud de cheque para reembolsarla; dicha solicitud deberá llevar adjuntas las notas o facturas que cubren los gastos debidamente llenadas con el nombre dirección y registro de la empresa, así como la firma del gerente y el IVA desglosado; las notas deberán ser pagadas sobre hojas y no deberán estar alteradas.

- ✓ **Solicitud de Orden de Compra**

Cuando se requiera de materiales, equipos o accesorios, deberá solicitar la compra a través de una solicitud, en la cual deberá indicarse la fecha, el nombre del solicitante y él, o los artículos requeridos, además de la(s) firma(s) de autorización.

- ✓ **Solicitud de Cheque**

Cada que se requiera hacer un pago ya sea por concepto de honorarios u algún otro gasto que no sea de emergencia, deberá solicitarse un cheque mediante una solicitud, en el cual se debe indicar la fecha, el nombre del beneficiario (a quien se le va a pagar), la cantidad y el concepto, además de la(s) firma(s) de autorización.

- ✓ **Contratación de Personal**

Un adecuado talento humano es imprescindible para el buen funcionamiento del negocio, por lo tanto es necesario dictar un procedimiento para que las contrataciones se hagan de una manera apropiada.

1. Una vez que se tiene conocimiento de que una persona dejará de laborar en la empresa, el Gerente deberá reclutar candidatos de acuerdo al puesto a cubrir, y los requisitos indispensables que deberá cumplir.
2. El gerente debe reclutar candidatos, haciéndoles llenar una solicitud para conocer si pueden postular al puesto, se iniciará el proceso con los miembros de la organización, de no cumplir con el requerido se exteriorizará el proceso.
3. De acuerdo a lo anterior, el gerente procederá a entrevistarlos y en relación al cumplimiento de los requisitos previamente establecidos, aplicando su criterio deberá elegir a uno. En caso de que ninguno cubra satisfactoriamente el puesto se procederá hacer otro reclutamiento.
4. Una vez elegida la persona se entrevistará con el gerente para que conozca un poco más respecto a la cultura y objetivos organizacionales, posteriormente se procederá al arreglo de los documentos y firma del contrato temporal.
5. Al inicio de sus labores se le realizará la inducción que consiste en presentarle al personal, las herramientas con las que va a trabajar a partir de ese momento y el proceso productivo.
6. La persona que se seleccione trabajará por 6 meses, con un contrato de complimiento de objetivos. Cumplido ese período de evaluará su desempeño y en caso de calificar se le hace contrato definitivo.

3.2.7.2.6. Préstamos Bancarios

Confitro Ltda., recurrirá a un préstamo bancario, sujetándose a las políticas de pago establecidas por la Institución Financiera en la que se aplique el préstamo; ya que no se cuenta con suficiente capital para financiar la totalidad del proyecto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO ECONÓMICO

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO ECONÓMICO

- ✓ Definir los costos y gastos totales del servicio en cuanto a las funciones administrativas y de operación.

- ✓ Valorar las ventas proyectadas en el estudio de mercado.

- ✓ Identificar el capital de trabajo con que la empresa va a iniciar su actividad económica, para conocer los orígenes financieros de la misma.

- ✓ Determinar la inversión inicial requerida para poner en marcha el proyecto.

- ✓ Establecer el costo de capital, para conocer el rendimiento requerido, de acuerdo a la fuente de financiamiento que se eligió.

- ✓ Determinar los márgenes de seguridad del proyecto en cada año de vida útil, con base en las ventas proyectadas y el correspondiente punto de equilibrio.

4.2. DETERMINACIÓN DE COSTOS TOTALES

4.2.1. COSTOS DEL PRODUCTO

TABLA N°10

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
	MENSUAL	**ANUAL**
Materiales		
Costos de Materia Prima	57,70	692,40
Subtotal	**57,70**	**692,40**
Personal Operativo		
Personal Operaciones	1.196,70	14.360,45
Subtotal	**1.196,70**	**14.360,45**
Costos Generales de Producción		
Personal de Seguridad	396,28	4.755,38
Energía Eléctrica	465,12	5.581,44
Costo de Depreciación Activos fijos	515,59	6.187,02
Materiales de Embalaje y Etiquetado	213,00	2.556,00
Subtotal	**1.376,99**	**16.523,84**

Elaborado: Autor del Proyecto

En el cuadro anterior se detalla los costos en los que se incurriría para la producción mensual y anual de los troliches, mismos que son: materia prima, personal operativo y de seguridad, energía eléctrica, depreciaciones de los activos fijos y los materiales de embalaje y etiquetado (Ver Anexos XIII y XIV).

4.2.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

TABLA N°11

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
	MENSUAL	**ANUAL**
Sueldos	1.210,37	14.524,44
Décimo Tercero	100,86	1.210,37
Décimo Cuarto	88,00	1.056,00
Aporte Patronal	147,06	1.764,72
Vacaciones	50,43	605,19
Fondo de Reserva	100,86	1.210,37
Provisiones Sociales	69,47	833,66
Depreciación	264,00	528,00
Servicios Profesionales	84,62	1.015,42
Servicios Básicos	117,47	1.409,64
Materiales de Limpieza	11,50	138,00
Útiles de Limpieza	114,87	580,10
Materiales de Oficina	507,94	2.694,08
Mantenimiento de Vehículo	80,00	160,00
Mantenimiento de Maquinas	50,00	100,00
Mantenimiento de Computador	60,00	60,00
Auxiliar de Servicio	396,23	4.754,74
TOTAL	**3.453,69**	**32.644,73**

Elaborado: Autor del Proyecto

Aquí se detallan los gastos en los que se incurriría haciendo referencia a la parte administrativa de la empresa, entre los datos que se encuentran detallados tenemos los sueldos y salarios, las depreciaciones, los mantenimientos, etc. (Ver Anexos XIII Y XIV)

4.2.3. GASTOS DE VENTA

TABLA N° 12

GASTOS DE VENTA		
DETALLE	**MENSUAL**	**ANUAL**
Comisiones en Ventas	547,77	1.095,53
Publicidad en TV	392,00	2.352,00
TOTAL	**939,77**	**3.447,53**

Fuente: El cálculo de las comisiones en ventas es del 1% sobre el total de ventas mensuales. El costo de la publicidad está dado en base a los gastos de publicidad en los que incurre una empresa similar de otra ciudad. Anexo proforma Telemar.
Elaborado: Autor del Proyecto

Los gastos de venta son aquellos inherentes con la actividad de venta del producto así se determinó que estos serían, comisiones en ventas y la publicidad. (Ver Anexos XIII Y XIV)

4.2.4. GASTOS FINANCIEROS

TABLA N°13

GASTOS FINANCIEROS		
CAPITAL	**INTERESES**	**CUOTA S/**
-48.906,08	11,20%	$ 1.068,22
AÑOS	**# DE PAGOS AL AÑO**	
N	12 Meses	
5		

Fuente: Banco Nacional del Fomento
Elaborado: Autor del Proyecto

En éste cuadro se muestra el capital a financiar, la tasa activa del Banco Nacional del Fomento, los años y meses que dura el crédito, así como la primera cuota, de éste cuadro nace la tabla de amortización, en la que se establecen los dividendos, el pago de capital y la amortización de intereses mensual y anualmente (Ver Anexo XVIII).

4.2.5. COSTO PROMEDIO DE CAPITAL

CPP				
CAPITAL PROPIO	20959,75	30%	1,33%	0,40%
CAPITAL AJENO	48906,08	70%	11,20%	7,84%
TOTAL	69865,83			8,24%

Fuente: Anexo Vehículo.
Elaborado: Autor del Proyecto

El costo promedio de capital según (Geovanny E., 2007), "Es la tasa de rendimiento que debe obtener la empresa sobre sus inversiones para que su valor en el mercado permanezca inalterado, es también la tasa de descuento de las utilidades empresariales futuras", se lo conoce además como costo de oportunidad, es decir, es la tasa de rendimiento que esperan ganar los inversionistas al ejecutar el proyecto, para la presente propuesta esta tasa de oportunidad es del 8,24%.

Este CPP, está compuesto por las tasas de financiamiento, la tasa activa y la tasa pasiva.

4.2.5.1. COSTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

TABLA N°14

DETERMINACIÓN DE COSTOS ADMINISTRATIVOS											
DETALLE DE REMUNERACIONES											
N°	**CARGO**	**MENSUAL NOMINAL**	**ANUAL NOMINAL**	**DECIMO TERCERO**	**DECIMO CUARTO**	**APORTE PATRONAL**	**VACACIONES**	**FONDO DE RESERVA**	**TOTAL ANUAL**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
1	Gerente	350,00	4.200,00	350,00	264,00	510,30	175	350,00	5.849,30	487,44	5.849,30
1	Secretaria	279,72	3.356,64	279,72	264,00	407,83	139,86	279,72	4.727,77	393,98	4.727,77
2	Vendedor	299,20	3.590,40	299,20	264,00	436,23	149,6	299,20	5.038,63	419,89	10.077,27
1	Guardia	281,45	3.377,40	281,45	264,00	410,35	140,725	281,45	4.755,38	396,28	4.755,38
	TOTAL		**14.524,44**	**1.210,37**	**1.056,00**	**1.764,72**	**605,19**	**1.210,37**	**20.371,08**	**1.697,59**	**25.409,72**

Fuente: Datos obtenidos en base a las tablas sectoriales del Ministerio del Trabajo
Elaborado: Autor del Proyecto

Aquí se detallan los sueldos con todas las provisiones sociales a las que tiene derecho de todo trabajador, pues la ley permite aprovisionar en el primer año para a partir del segundo año hacer los correspondientes pagos (Ver Anexo XV). Este cuadro hace referencia a la nómina administrativa anualmente, y fue un gran insumo para la elaboración del Balance General Proyectado.

4.2.5.2. COSTOS DE PERSONAL OPERATIVO

TABLA N°15

DETERMINACIÓN DE COSTOS OPERATIVOS											
DETALLE DE REMUNERACIONES											
N°	**CARGO**	**MENSUAL NOMINAL**	**ANUAL NOMINAL**	**DECIMO TERCERO**	**DECIMO CUARTO**	**APORTE PATRONAL**	**VACACIONES**	**FONDO DE RESERVA**	**TOTAL ANUAL**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
1	Jefe de Producción	287,44	3.449,28	287,44	264,00	419,09	143,72	287,44	4.850,97	404,25	4.850,97
3	Operarios	281,41	3.376,92	281,41	792,00	410,30	140,705	281,41	5.282,74	440,23	15.848,22
1	Auxiliar de Servicio	281,41	3.376,92	281,41	264,00	410,30	140,705	281,41	4.754,74	396,23	4.754,74
	TOTAL		**10.203,12**	**850,26**	**1.320,00**	**1.239,68**	**425,13**	**850,26**	**14.888,45**	**1.240,70**	**25.453,93**

Fuente: Datos obtenidos en base a las tablas sectoriales del Ministerio del Trabajo
Elaborado: Autor del Proyecto

Aquí se detallan los sueldos con todas las provisiones sociales a las que tiene derecho de todo trabajador, pues la ley permite aprovisionar en el primer año para a partir del segundo año hacer los correspondientes pagos (Ver Anexo XV). Este cuadro hace referencia a la nómina del personal operativo anualmente, y fue un gran insumo para la elaboración del Balance General Proyectado.

4.3. RESUMEN INVERSIÓN TOTAL INICIAL

TABLA N°16

RESUMEN INVERSIÓN TOTAL INICIAL	
INVERSIÓN FIJA	**CIFRAS**
Muebles y Enseres	1.991,06
Equipos de Oficina	907,24
Equipos de Computación	2.177,00
Equipos y Maquinarias	20.490,21
Edificios	6.000,00
Vehículo	19.190,00
SUBTOTAL	**50.755,51**
Capital de Trabajo	18.255,24
SUBTOTAL	**69.010,75**
INVERSIÓN DIFERIDA	
Gasto de Constitución	855,08
Inversión Total	**69.865,83**

Fuente: Anexo Proforma.
Elaborado: Autor del Proyecto

Se presenta el resumen de la inversión inicial, lo que comprende la inversión fija, haciendo referencia a: muebles y enseres, los muebles de oficina, equipos de computación, equipos y maquinarias, edificios, vehículo y capital de trabajo; también se establece la inversión diferida que estará determinada por los gastos de constitución de la empresa. (Ver Anexo XVI)

4.4. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

TABLA N°17

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
ACTIVOS		
Activos Corrientes:		**18.255,24**
Bancos	18.255,24	
Activos Fijos:		**50.755,51**
Muebles y Enseres	1.991,06	
Equipos de Oficina	907,24	
Equipos de Computación	2.177,00	
Equipos y Maquinarias	20.490,21	
Edificio	6.000,00	
Vehículo	19.190,00	
Otros Activos:		**855,08**
Gastos de Constitución	855,08	
TOTAL ACTIVOS		**69.865,83**
PASIVOS		
Pasivos Corrientes:		**9.105,58**
Obligaciones Bancarias a Corto Plazo	9.105,58	
Pasivos a Largo Plazo:		**39.800,50**
Obligaciones Bancarias a Largo Plazo	39.800,50	
TOTAL DE PASIVOS		**48.906,08**
PATRIMONIO		**20.959,75**
Capital Social	20.959,75	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		**69.865,83**

Elaborado: Autor del Proyecto

Este balance muestra cual sería la estructura financiera de los activos, pasivos y del patrimonio al iniciar operaciones la empresa Confitro Cía. Ltda. (Ver Anexo XVIII)

4.5. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para realizar la inversión inicial, se financiará el 30% con fondos propios y el 70% restante a través de un crédito en Banco Nacional del Fomento.

Se solicitara un crédito de $48.906,08 a una tasa de interés efectiva del 11.20% y el plazo a 5 años.

4.5.1. REQUISITOS PARA EL CRÉDITO

Los requisitos son los siguientes:

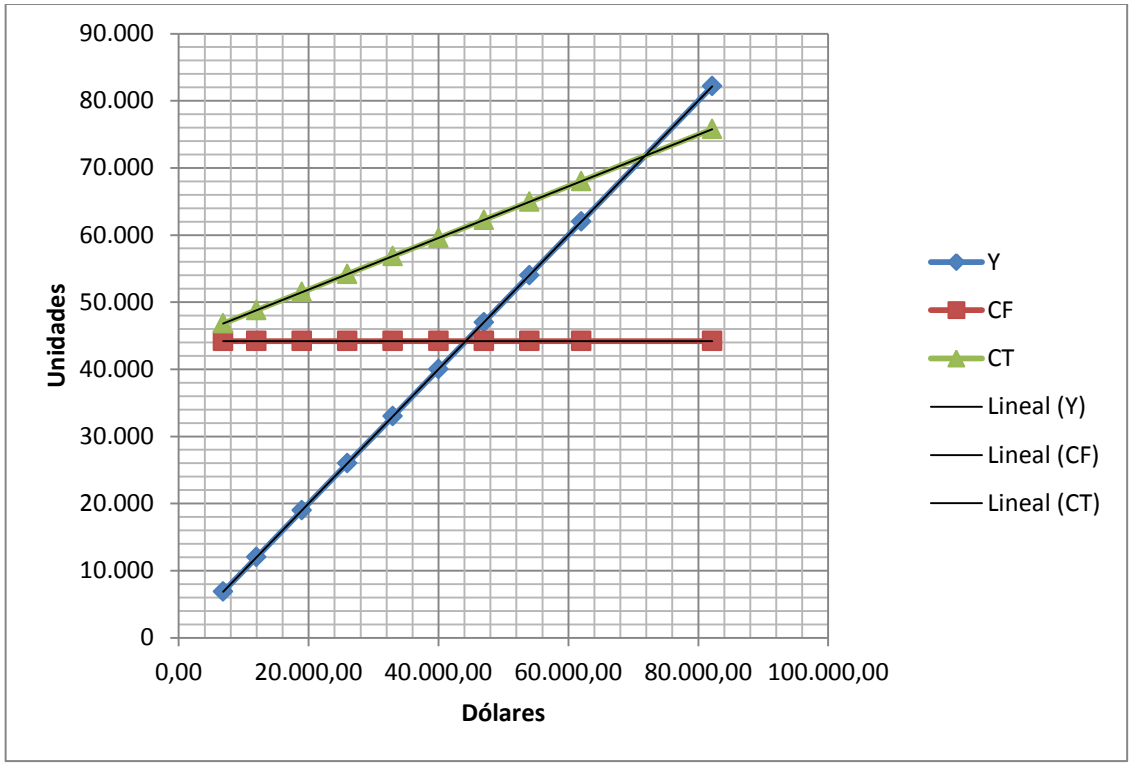
1. Solicitud de crédito y declaración de situación financiera firmada por el Representante Legal.
2. Fotocopia de la Cedula de Identidad del Presidente y del Representante legal.
3. Balance General y Estados de Pérdidas y Ganancias actualizados presentados en la Superintendencia de Compañías de los tres últimos años, incluye corte de año en curso, firmados por el Representante Legal y el Contador.
4. Certificado de nómina de accionistas otorgado por la Superintendencia de Compañías.
5. Declaración del Impuesto a la Renta presentado al SRI de los tres últimos años (según el caso).
6. Fotocopia del Registro Único Contribuyente (RUC).
7. Escrituras de Constitución de la Empresa.
8. Informe de Auditores Externos con corte al último año, de ser el caso.
9. Escrituras de aumento de capital, si lo tiene.
10. Nombramiento de Presidente y Gerente General (Representante Legal).
11. Acta de autorización del Directorio de la empresa para endeudamiento con el BNF, de ser pertinente.
12. Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales concedido por el IESS.
13. Referencias comerciales, bancarias y de proveedores.
14. Prestamos sobre los USD$100.000 estudio de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar con el préstamo.

15. Facturas proformas de las inversiones a realizar con el préstamo.
16. Copia del comprobante de pago de servicios básicos: luz, agua o teléfono, o un documento que permita la verificación del domicilio de la compañía.
17. Permisos de funcionamiento y/o Medio Ambiente.
18. Mantener activa una cuenta corriente o de ahorros en el BNF.

4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

GRÁFICO N°3

Punto de Equilibrio en Unidades y en Dólares



Elaborado: Autor del Proyecto

Según (Váquiro, 2010) punto de equilibrio "es aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos".

En el gráfico queda en evidencia el punto de equilibrio en dólares y unidades que sería de 71.778,94 cajas de troliches con 25 unidades y $71.778,94 (Ver Anexo XIX). Todos los valores que se ubicasen sobre esta cantidad representarían ganancias y aquellos que estén por debajo de ésta serían pérdidas para la empresa, para el primer año y todos los subsiguientes.

4.7. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

TABLA N°18

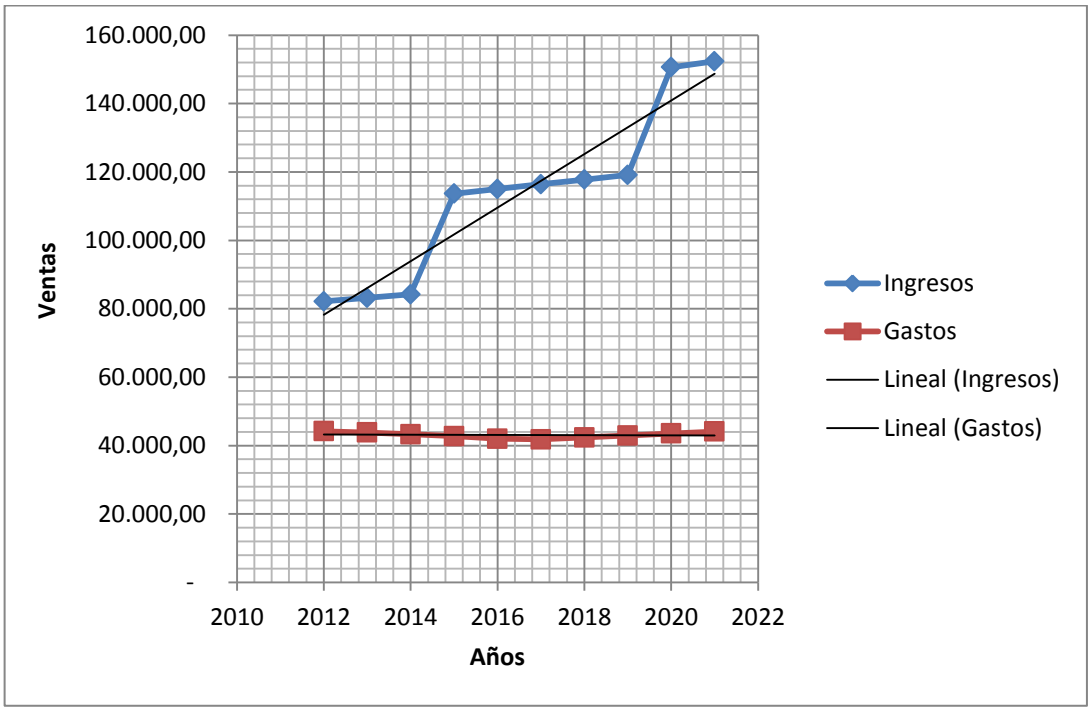
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO										
INGRESOS DE OPERACIÓN	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
INGRESOS POR PRODUCCIÓN	82.164,81	83.191,14	84.217,45	113.658,34	115.026,73	116.395,11	117.763,48	119.131,83	150.625,22	152.335,63
SUBTOTALES OPERATIVOS	**82.164,81**	**83.191,14**	**84.217,45**	**113.658,34**	**115.026,73**	**116.395,11**	**117.763,48**	**119.131,83**	**150.625,22**	**152.335,63**
COSTOS DEL PRODUCTO	**31.576,69**	**32.002,97**	**32.435,01**	**32.872,89**	**33.316,67**	**33.766,45**	**34.222,29**	**34.684,29**	**35.152,53**	**35.627,09**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	**50.588,12**	**51.188,16**	**51.782,43**	**80.785,45**	**81.710,06**	**82.628,66**	**83.541,18**	**84.447,54**	**115.472,69**	**116.708,54**
GASTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS ADMINISTRATIVOS	32.644,73	33.085,44	33.532,09	33.984,77	34.443,57	34.908,56	35.379,82	35.857,45	36.341,53	36.832,14
GASTOS DE VENTAS	6.460,24	6.547,45	6.635,84	6.725,43	6.816,22	6.908,24	7.001,50	7.096,02	7.191,82	7.288,91
GASTOS FINANCIEROS	5.088,66	4.177,05	3.157,92	2.018,61	744,94					
TOTAL GASTOS	**44.193,63**	**43.809,94**	**43.325,86**	**42.728,82**	**42.004,73**	**41.816,80**	**42.381,32**	**42.953,47**	**43.533,34**	**44.121,04**
Utilidad antes del 15%	**6.394,49**	**7.378,22**	**8.456,57**	**38.056,63**	**39.705,32**	**40.811,87**	**41.159,86**	**41.494,07**	**71.939,34**	**72.587,50**
15% Trabajadores	959,17	1.106,73	1.268,49	5.708,49	5.955,80	6.121,78	6.173,98	6.224,11	10.790,90	10.888,12
Utilidad antes de impuestos	**5.435,32**	**6.271,49**	**7.188,09**	**32.348,14**	**33.749,52**	**34.690,09**	**34.985,88**	**35.269,96**	**61.148,44**	**61.699,37**
25% impuesto a la renta	1.358,83	1.567,87	1.797,02	8.087,03	8.437,38	8.672,52	8.746,47	8.817,49	15.287,11	15.424,84
Utilidad después de impuesto	**4.076,49**	**4.703,62**	**5.391,07**	**24.261,10**	**25.312,14**	**26.017,56**	**26.239,41**	**26.452,47**	**45.861,33**	**46.274,53**
UTILIDAD NETA	**4.076,49**	**4.703,62**	**5.391,07**	**24.261,10**	**25.312,14**	**26.017,56**	**26.239,41**	**26.452,47**	**45.861,33**	**46.274,53**

Elaborado: Autor del Proyecto

En el Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado se muestra los ingresos por venta, los costos de producción, los gastos operativos, que tendría la empresa al final del primer año fiscal, así como el 15% de participación de los trabajadores y el 25% de impuesto a la renta, quedando una utilidad neta después de utilidad e impuesto de $4.076,49 para el primer año de ejecución del proyecto y los nueve subsiguientes.

GRÁFICO N°4

Comportamiento de los Ingresos y Gastos Proyectados



Elaborado: Autor del Proyecto

En el gráfico anterior se representó el comportamiento de la curva del ingreso y del gasto para los 10 años de vida del proyecto.

La curva de ingresos es creciente en la proyección, mientras que la del gasto es decreciente los cinco primeros años, debido a la disminución año a año del pago de intereses y a partir del sexto año se muestra creciente.

4.8. ESTADO DE SITUACIÓN GENERAL PROYECTADO

TABLA N°19

ESTADO DE SITUACIÓN GENERAL PROYECTADO										
ACTIVOS										
Activos Corrientes:	**60.153,97**	**60.966,05**	**61.789,09**	**62.623,24**	**63.468,65**	**64.325,48**	**65.193,87**	**66.073,99**	**66.965,99**	**67.870,03**
Caja										
Bancos	56.741,79	57.507,80	58.284,16	59.070,99	59.868,45	60.676,68	61.495,81	62.326,00	63.167,41	64.020,17
Cuentas por cobrar										
Materiales de Limpieza	138,00	139,86	141,75	143,66	145,60	147,57	149,56	151,58	153,63	155,70
Utensilios de Limpieza	580,10	587,93	595,87	603,91	612,07	620,33	628,70	637,19	645,79	654,51
Materiales de Oficina	2.694,08	2.730,45	2.767,31	2.804,67	2.842,53	2.880,91	2.919,80	2.959,22	2.999,17	3.039,65
Activos Fijos:	**26.305,68**	**27.010,67**	**27.734,55**	**28.477,84**	**29.241,05**	**30.024,71**	**30.829,37**	**31.655,60**	**32.503,97**	**33.375,07**
Muebles y Enseres	1.991,06	2.017,94	2.045,18	2.072,79	2.100,77	2.129,13	2.157,88	2.187,01	2.216,53	2.246,46
Equipos de Computación	2.177,00	2.206,39	2.236,18	2.266,36	2.296,96	2.327,97	2.359,40	2.391,25	2.423,53	2.456,25
Equipos de Oficina	907,24	919,49	931,90	944,48	957,23	970,15	983,25	996,53	1.009,98	1.023,61
Equipos y Maquinarias	22.400,00	22.702,40	23.008,88	23.319,50	23.634,32	23.953,38	24.276,75	24.604,49	24.936,65	25.273,29
Instalaciones	6.000,00	6.081,00	6.163,09	6.246,30	6.330,62	6.416,08	6.502,70	6.590,49	6.679,46	6.769,63
Vehículo	19.190,00	19.449,07	19.711,63	19.977,73	20.247,43	20.520,77	20.797,80	21.078,57	21.363,14	21.651,54
Depreciación Acumulada	7.169,62	7.266,41	7.364,51	7.463,93	7.564,69	7.666,82	7.770,32	7.875,22	7.981,53	8.089,29
Otros Activos:	**855,08**	**866,62**	**878,32**	**890,18**	**902,20**	**914,38**	**926,72**	**939,23**	**951,91**	**964,76**

Gastos de Constitución	855,08	866,62	878,32	890,18	902,20	914,38	926,72	939,23	951,91	964,76
TOTAL ACTIVOS	**87.314,72**	**88.843,34**	**90.401,96**	**91.991,26**	**93.611,90**	**95.264,56**	**96.949,96**	**98.668,82**	**100.421,87**	**102.209,87**
PASIVOS	61.228,06	53.989,72	45.875,89	47.083,91	37.022,12	25.492,02	25.762,59	26.030,11	37.214,87	37.600,17
Pasivos Corrientes	**12.321,98**	**12.813,63**	**13.341,41**	**24.210,16**	**24.948,41**	**25.492,02**	**25.762,59**	**26.030,11**	**37.214,87**	**37.600,17**
15% utilidad trabajadores por pagar	959,17	1.106,73	1.268,49	5.708,49	5.955,80	6.121,78	6.173,98	6.224,11	10.790,90	10.888,12
Impuesto a la renta por pagar 25%	1.358,83	1.567,87	1.797,02	8.087,03	8.437,38	8.672,52	8.746,47	8.817,49	15.287,11	15.424,84
Provisiones Sociales	10.003,97	10.139,03	10.275,90	10.414,63	10.555,23	10.697,72	10.842,14	10.988,51	11.136,85	11.287,20
Pasivos a Largo Plazo:	**48.906,08**	**41.176,09**	**32.534,48**	**22.873,75**	**12.073,71**	-	-	-	-	-
Préstamos	48.906,08	41.176,09	32.534,48	22.873,75	12.073,71					
PATRIMONIO	**26.086,67**	**34.853,62**	**44.526,07**	**44.907,35**	**56.589,78**	**69.772,54**	**71.187,37**	**72.638,71**	**63.207,00**	**64.609,70**
Capital Social	22.010,18	30.150,00	39.135,01	20.646,25	31.277,64	43.754,98	44.947,96	46.186,24	17.345,67	18.335,17
Utilidad Neta del Ejercicio	4.076,49	4.703,62	5.391,07	24.261,10	25.312,14	26.017,56	26.239,41	26.452,47	45.861,33	46.274,53
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	**87.314,72**	**88.843,34**	**90.401,96**	**91.991,26**	**93.611,90**	**95.264,56**	**96.949,96**	**98.668,82**	**100.421,87**	**102.209,87**

Elaborado: Autor del Proyecto

El Estado de Situación General Proyectado, muestra los activos con los que cuenta contaría la empresa durante los diez años para los cuales se proyecta, estos serían banco (Ver Anexo XX), Materiales de Limpieza, Utensilios de Limpieza, Materiales de Oficina (Ver Anexo XIV). También se reflejan las que serían las obligaciones con terceros (Ver Anexo XV y XX).

En el patrimonio se reflejan el capital social y la utilidad neta del cada uno de los periodos proyectados. Por último se refleja el cuadre entre los activos y la suma de los pasivo más el patrimonio, quedando cuadrados los diez periodos de vida del proyecto.

CAPITULO V.

5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. CONSTRUCCIÓN DE FLUJO DE FONDO CON FINANCIAMIENTO

5.1.1. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

5.1.1.1. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

TABLA N°20

FLUJO DE CAJA PROYECTADO											
AÑOS											
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Inversión	**-69.865,83**										
Utilidad Líquida		**4.076,49**	**4.703,62**	**5.391,07**	**24.261,10**	**25.312,14**	**26.017,56**	**26.239,41**	**26.452,47**	**45.861,33**	**46.274,53**
Depreciación		7.169,62	7.169,62	7.169,62	2.306,03	2.306,03	2.306,03	2.306,03	2.306,03	2.306,03	2.306,03
Amortización		7.729,99	8.641,61	9.660,73	10.800,04	12.073,71					
Rescate											3.000,00
		3.516,12	3.231,63	2.899,96	15.767,09	15.544,46	28.323,59	28.545,44	28.758,50	48.167,36	51.580,56
Total Flujo de Caja	**-69.865,83**	**3.516,12**	**3.231,63**	**2.899,96**	**15.767,09**	**15.544,46**	**28.323,59**	**28.545,44**	**28.758,50**	**48.167,36**	**51.580,56**
Flujos de Caja Acumulados	-69.865,83	3.516,12	6.747,75	9.647,71	25.414,80	40.959,27	69.282,86	97.828,30	126.586,80	174.754,16	226.334,72

Suma de los flujos de caja	226.334,72
Costo (Inversión del Proyecto)	-69.865,83
Valor Actual Neto (VAN)	56.639,03
Relación Costo Beneficio (C/B)	3,24
Tasa Interna de Retorno (TIR %)	18%
Periodo Real de Recuperación Años	6,02
CPP	8,24%

Elaborado: Autor del Proyecto

La tasa interna de retorno de un proyecto de inversión, es aquella tasa de descuento que logra igualar el valor actual de la corriente de beneficios netos, con el valor actual de la corriente neta de costos, dicho de otra forma, es aquella tasa de descuento que logra que el VAN del proyecto sea cero.

En el presente proyecto la TIR es del 18% que frente a nuestra tasa de corte del 11.20% representa un resultado positivo, para hacer viable el proyecto.

El valor actual neto es uno de los métodos básicos que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos de inversión no deben efectuarse.

El valor actual neto es positivo, lo que quiere decir que los flujos generados por el proyecto y traídos al valor presente a una tasa de costo de capital del 8,24% que cubre la inversión inicial y nos deja un saldo positivo de USD $56.639,03.

La inversión se recuperaría en un período de 6,02 años, lo que se considera un tiempo adecuado para el retorno de la inversión (Ver Anexo XXI).

5.1.1.2. ESCENARIOS

A continuación se presentan dos posibles escenarios, a los cuales podría enfrentarse el actual proyecto, el escenario pesimista y el escenario optimista.

TABLA N°21

	PESIMISTA	OPTIMISTA
VAN	19.947,52	79.970,04
C/B	2,42	3,77
TIR	12%	22%
PRC	7,40	5,42
CPP	8,24%	8,24%

Elaborado: Autor del Proyecto

Para los dos escenarios se considero un aumento y disminución, de acuerdo al escenario, de los ingresos y costos en un 5%.

Resultando que en el escenario pesimista el proyecto tiene un riesgo muy alto de fracaso, pues a pesar de que el VAN es positivo, es a su vez muy bajo y la TIR, que también es positivos, esta a tan solo 4 puntos del costo de oportunidad que es de 8,24%, lo que hace que el proyecto sea muy frágil en su estructura financiera, lo que significaría que de existir un cambio abrupto en el sistema financiero nacional, la empresa corre el riesgo de quebrar, además tiene un periodo de recuperación de 7 años 4 meses.

Sin embargo el escenario optimista arrojó un VAN de $79.970,04, una TIR del 22% y un periodo de recuperación de 5,42 años. Denotando que este sería el mejor escenario para el proyecto, pues la estructura financiera es muy sólida.

5.1.1.3. ANÁLISIS FINANCIERO

TABLA N°22

ÍNDICES FINANCIEROS		
LIQUIDEZ		
CAPITAL DE TRABAJO	Act. Corriente - Pas. Corriente	**47.831,99**
ACTIVIDAD		
ROTACIÓN DE ACTIVO TOTAL	Ventas / Act. Total	**0,77**

Este índice indica que tengo $0,77 en ventas sobre cada activo de mi empresa

ESTRUCTURA FINANCIERA		
APALANCAMIENTO	Activo Total / Patrimonio	**2,35**

En este índice nos damos cuenta que tenemos $2,35 dólares en activo patrimonio sobre cada unidad

RENTABILIDAD		
MARGEN NETO EN VENTAS	Utilidad Neta / Ventas	**0,05**

Significa que tengo $ 0.05 Ctvs. de beneficio neto por cada unidad vendida.

RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)	Utilidad Neta / Patrimonio	**0,09**

Tengo $ 0.09 Ctvs. de beneficio neto por cada unidad monetaria de mi Patrimonio

RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)	Utilidad Neta / Act. Total	**0,04**

En la Rentabilidad del Activo mantengo $ 0.04 Ctvs. de beneficio por unidad monetaria en mis activos totales

Elaborado: Autor del Proyecto

CAPÍTULO VI

6. IMPACTOS DEL PROYECTO

6.1. ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PROYECTO

Para éste proyecto se determinaron tres impactos socio-cultural, económico y ambiental, los cuales fueron analizados para dejar en evidencia las huellas positivas o beneficios que el proyecto va a generar en los diferentes ámbitos, los mismos que para una mejor interpretación se los analiza sobre la base de matrices de impactos que tiene la siguiente estructura y metodología.

Para lograr una adecuada interpretación se estableció rango o niveles de impacto que van con valores numéricos desde -3 hasta +3, de acuerdo a la siguiente tabla.

TABLA N°23

Parámetros de Calificación del Impacto

NIVEL DE IMPACTO	INTERPRETACIÓN
-3	Alto Negativo
-2	Mediano Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Bajo Impacto
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Elaborado: Autor del Proyecto

Dónde se consideró a -3 como alto negativo, a +3 como alto positivo y cero dónde no hay impacto.

6.2. IMPACTOS SOCIO-CULTURAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL

Se elaboró una matriz en la que se ubicó horizontalmente el rango de impactos establecidos en el cuadro anterior y verticalmente se colocaron una serie de indicadores que determinen el nivel de impacto y se le asignó un valor para cada indicador, para luego realizar la sumatoria total que será dividida para el número de indicadores que nos permitió encontrar el nivel de impacto.

TABLA N°24

Impacto Socio-Cultural

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**
Socialización con la comunidad							x
Mejor calidad de vida							x
Revalorización de las tradiciones							x
TOTAL							**9**

Elaborado: Autor del Proyecto

$$\textbf{SITUACIÓN SOCIO-CULTURAL} = \frac{\textbf{E}}{\textbf{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\textbf{SITUACIÓN SOCIO-CULTURAL} = \frac{\textbf{9}}{\textbf{3}} = \textbf{3}$$

ANÁLISIS:

El impacto socio-cultural del proyecto es alto positivo, por lo que se podría decir que dentro del aspecto social creará un mejor ambiente y se revalorizará una de las tradiciones ecuatorianas, pues el troliche tiene un alto porcentaje de aceptación entre los jóvenes y adultos esmeraldeños.

TABLA N°25

Impacto Económico

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**
Dinamización el Aparato Económico							x
Fuentes de empleos							x
Generación de Utilidades							x
TOTAL							**9**

Elaborado: Autor del Proyecto

$$\textbf{SITUACIÓN ECONÓMICA} = \frac{\textbf{E}}{\textbf{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\textbf{SITUACIÓN ECONÓMICA} = \frac{\textbf{9}}{\textbf{3}} = \textbf{3}$$

ANÁLISIS:

El impacto económico será alto positivo pues generará fuente 10 nuevas de empleo en la ciudad, y a la vez ayudará a muchos proveedores locales o nacionales a incrementar sus ventas; ya que se utilizarán como materia prima leche y azúcar en cantidades grandes, de manera periódica de acuerdo a las exigencias del mercado.

TABLA N°26

Impacto Ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	**-2**	**-1**	**0**	**1**	**2**	**3**
Creación de ruido					x		
Emanación de gases tóxicos							x
Producción de desechos tóxicos							x
TOTAL					1		**6**

Elaborado: Autor del Proyecto

$$\textbf{SITUACIÓN AMBIENTAL} = \frac{\textbf{E}}{\textbf{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\textbf{SITUACIÓN AMBIENTAL} = \frac{7}{3} = \textbf{2,33}$$

ANÁLISIS:

El impacto ambiental sería medio positivo, lo que indicaría que CONFITRO ltda., al relacionarse fuera del ambiente de la urbe esmeraldeña, el nivel de riesgo en el que se perjudique la naturaleza, serían poco probable, pues la naturaleza del producto y la forma en la que está concebido el proyecto evitaría algún tipo de afectación al medio ambiente.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

7.1.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado realizado deja en evidencia la existencia de un gran número de demandantes para éste producto, debido a que no existe una empresa que produzca troliches con procesos tecnificados y que se encargue de distribuirlos de manera que permita tenerlo en el mercado con mayor frecuencia.

Se determinó que los competidores directos son vendedores ambulantes y el producto que venden lo traen del cantón Rocafuerte de la provincia de Manabí, o del cantón Santo Domingo de la provincia de Santo Domingo de los Tsachilas.

Es importante recalcar el interés de los consumidores por productos que cumplan con registros sanitarios, etiqueta, marca, logotipo y sobre todo un empaque distinto al que tradicionalmente se ha utilizado, que le den una mejor imagen.

El mejor medio para difundir el producto es visualmente a través de los canales de televisión de la provincia.

7.1.2. ESTUDIO DE TÉCNICO

Según el estudio técnico existen en el medio los recursos necesarios para poner en funcionamiento el proyecto, tales como: Talento humano, materiales, financieros y técnicos.

La planificación estratégica debe ser el punto de orientación para la puesta en marcha del proyecto, pues ella establece los lineamientos generales para el logro las metas y objetivos planteados.

Es necesario establecer los procesos, diagramas de flujo y manuales, que guíen y mejoren el proceso productivo, administrativo y de ventas.

Es imperativo la utilización de máquinas que tecnifiquen los procesos de producción, para que la respuesta de la empresa al mercado sea con rápida y con calidad.

7.1.3. ESTUDIO DE ECONÓMICO FINANCIERO

La estructura financiera que establece el proyecto es muy sólida, posibilitando que la empresa pueda cubrir a futuro sus posibles deudas con terceros y generar utilidades.

Según los índices financieros es factible la implementación de la confitería, pues se obtiene un VAN de $56.639,03, una TIR del 18%, una relación costo beneficio de 3,24 y un período de recuperación del capital de 6,02 años, indicadores que demuestran la sostenibilidad del proyecto. Además existen facilidades para el acceso a créditos de compra de maquinarias y para capital de trabajo.

7.2. RECOMENDACIONES

7.2.1. ESTUDIO DE MERCADO

Implementar la confitería CONFITRO Cía. Ltda., y aprovechar la alta demanda del troliche en el mercado, ofreciendo un producto con mejores características que la presentación actual.

Mantener relaciones directas con los clientes que permitan conocer el comportamiento del consumidor final y sirva de insumo para el mejoramiento continuo de la empresa y del producto.

Estudiar continuamente las nuevas tendencias del mercado para que la innovación en las futuras presentaciones del producto, sean el valor agregado del mismo, y posibilidad de aumentar la participación de mercado.

Difundir por los medios de comunicación el producto y pagar un porcentaje de comisiones sobre las ventas a los vendedores para cumplir con los objetivos planteados.

7.2.2. ESTUDIO TÉCNICO

Cumplir con los requerimientos necesarios que se establecen en el Estudio Técnico para implementar la confitería de troliches CONFITRO, en las áreas Operativa, administrativa y legal.

Estar en constante investigación y desarrollo de nuevas formas de producción, que favorezcan al ambiente y mejoren la calidad del producto que se ofrece al mercado.

Que los programas del Ministerio de la producción den un acompañamiento constante a las pequeñas empresas que estén iniciando y se les apoye técnicamente.

7.2.3. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Implementar el proyecto, puesto que desde el punto de vista financiero se ha comprobado la factibilidad del mismo, el estudio arroja un VAN de $56.639,03, una TIR del 18%, una relación costo beneficio de 3,24 y un período de recuperación del capital de 6,02 años, indicadores que demuestran la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Las instituciones financieras deben ampliar las líneas de crédito y reducir los requisitos, de manera que a los pequeños productores se les facilite el acceso a créditos.

El Gobierno Central al igual que las universidades, deberían fomentar y fortalecer la creación de empresas asociativas que permitan el crecimiento y desarrollo de aquellos grupos poblacionales con grandes potencialidades.

DISCUSIÓN

La presente propuesta plantea la creación de una confitería que se especialice en la producción de troliches en la ciudad y cantón de Esmeraldas, con una mejorada presentación, analizando los aspectos de mercado, técnicos y económicos-financieros, que permitan conocer su factibilidad, para lo cual se planteó un objetivo para cada aspecto; los que se cumplieron durante la investigación.

En el año 2007, en la Universidad Superior Politécnica del Litoral, facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas, se realizó el estudio similar al que se plantea en esta propuesta, el que tenía como tema: "Proyecto de desarrollo para la producción y comercialización de dulces, como impulsador del desarrollo del cantón Rocafuerte – Manabí", por Valentina Gómez Vélez y Elsa Villón Panchana, el cual en su parte medular estaba estructurado, en primer lugar por el tipo de empresa a constituir, para aquel caso asociativa, en segundo el estudio de mercado, tercero el proceso de producción, cuarto un análisis de requerimientos y termina con un estudio financiero, que busca implementar una asociación de productores, que produzcan y comercialicen de dulces manabitas, en el cantón Rocafuerte de la provincia de Manabí. En la propuesta actual se ha establecido una estructura compuesta por un estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y un estudio financiero, que ha permitido realizar una comparación técnica y metodológica que ha permitido contrastar los objetivos planteados y realizar la siguiente discusión:

En la investigación las autoras no hacen un estudio adecuado de la capacidad de producción de la empresa, pues no se determina la capacidad instalada y utilizada, tampoco se establece si el proceso de producción continuará siendo artesanal o si se implementará máquinas que mejoren el proceso. Contrastado con la presente investigación, en la que se deja muy clara la capacidad de producción y la implementación de maquinaria que mejore el proceso productivo y optimice recursos.

En aquel estudio se concluye que, "Los beneficios de agruparse en una sociedad, está el hecho de que pueden disminuir sus costos individuales y beneficiarse al comprar materia prima, manteniendo la calidad del producto, así mismo vender sus productos a

un precio unificado, posicionar una marca y competir con otros productos", en teoría lo expresado en dicho estudio es correcto, sin embargo en la presente investigación se pudo determinar que los pequeños productores de dulces manabitas, no tienen la predisposición para asociarse, pues existe desconfianza entre ellos y hasta cierto punto una competencia desleal.

En el estudio de Valentina Gómez y Elsa Villon se determina que "La inversión del proyecto es considerable puesto que plantea aumentar la producción, aumenta, la mano de obra y los materia prima y de plazas de trabajo"; en la propuesta actual, no sólo se incrementa la producción, si no, que se empieza a producir en grandes cantidades troliches en la ciudad de Esmeraldas, puesto que actualmente los vendedores de dulces manabitas en Esmeraldas, no lo producen en dicha ciudad, lo traen de Santo Domingo de los Tsachilas y Manabí. La propuesta crearía 10 nuevas plazas de trabajo.

En la investigación a la que se hace referencia se establece un VAN de $31.393.00 una TIR del 27% y un periodo de recuperación de 9 años, que siendo el VAN y la TIR positivos hacen factible su aplicación, a pesar de que no establece una relación costo beneficio, ni el costo de oportunidad. Mientras que en este estudio, se obtuvo un análisis de sensibilidad positivo, con un VAN de $56.639,03, una TIR del 18%, una relación costo beneficio de 3,24 y un período de recuperación del capital de 6,02 años, es decir, los dos estudios demuestran que es factible la producción de dulces manabitas.

Una de las limitaciones más importantes de ambas investigaciones, estuvo la desconfianza de los pequeños productores de dulces del cantón Rocafuerte de la provincia de Manabí, sin embargo las autoras, a pesar de ésta limitación consideraron que si es posible la asociación de los productores; lo que para la presente investigación es totalmente opuesto, ya que al ser ellos la principal fuente de información y al no querer brindarla, limitaba el trabajo del investigador y la asociatividad, aún más con el grado de desconfianza existente entre los pequeños productores de dulces manabitas.

GLOSARIO

ACTIVIDAD: Conjunto de tareas o acciones para alcanzar un fin.

ACTIVO CORRIENTE: Activos que no perduran en la empresa, sino que están destinados a ser comprados y vendidos a corto plazo (productos fabricados o con los que se comercia) o que se pueden convertir en liquidez de forma inmediata.

ACTIVO DIFERIDO: Salidas de dinero que deben ser destinadas a gastos o costos de periodos futuros.

ACTIVO FIJO: Bien tangible convertible en liquidez pero no inmediatamente (instalaciones, maquinaria, etc.)

ACTIVO: Bien o derecho que posee una persona física o jurídica que puede convertirse en liquidez, es decir, que se puede valorar en términos monetarios.

AMORTIZACIÓN: Anotación contable que permite imputar el monto de una inversión como gasto durante varios años.

BALANCE GENERAL PROYECTADO: Estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

BIENES SUSTITUTOS: Bienes o servicios que pueden servir como sustitutos unos de otros.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: Medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

CAPACIDAD INSTALADA: Cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

CAPACIDAD UTILIZADA: Proporción de la capacidad instalada de una empresa que se utiliza, o también se pude definir como parte de la capacidad para producir empleada.

CAPITAL DE TRABAJO: Monto de recursos económicos que la empresa tiene destinado a cubrir las salidas de dinero necesarias para su operación.

COMPETENCIA DIRECTA: Oferentes que comercializan productos o servicios iguales o similares.

COMPETENCIA INDIRECTA: Oferentes que comercializan productos o servicios que pueden sustituir a otros.

COMPETENCIA: Conjunto de empresas que ofrecen productos iguales (o similares) a los de nuestra empresa o producen bienes que sustituyen en el consumo a nuestros productos.

COSTOS FIJOS: Aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción.

COSTOS VARIABLES: Los costos que varían directamente con el nivel de actividad o producción de un negocio.

CRONOGRAMA DE INVERSIÓN: Detalle de las inversiones que se realizarán desde que se toma la decisión de construir el proyecto hasta el final de su vida útil.

DEMANDA INSATISFECHA: Cantidad de bienes o servicios que es posible que el mercado adquiera en años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún oferente actual podrá satisfacer si permanecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

DEMANDA: Cantidad de bienes y servicios que el mercado necesita o solicita para satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.

DEPRECIACIÓN: Disminución del valor de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc.

DIAGRAMA DE BLOQUE: Representación gráfica general de las actividades de un proceso.

DIAGRAMA DE FLUJO: Representación grafica de un procedimiento o parte de este.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO: Documento contable que muestra los resultados tentativos de las operaciones (utilidad, perdida, remanente y excedente), preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

ESTRATEGIAS DE MERCADO: Acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO: Estado que muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos futuros.

FUENTES PRIMARIAS: Son aquellas en las que la información se encuentra en su origen, y por lo tanto debe ser elaborada por primera vez y de forma específica.

FUENTES SECUNDARIAS: Son aquellas que presentan información ya elaborada, o existente, que fue generada anteriormente con otra finalidad.

ÍNDICES FINANCIEROS: Números abstractos que representa el movimiento en conjunto de varios activos financieros que lo componen.

INVERSIÓN DIFERIDA: Salida de dinero durante la fase previa a la operación del proyecto, en bienes o servicios intangibles; es decir, inmateriales.

INVERSIÓN FIJA: Salida de dinero, que se efectúa en elementos tangibles que no son sujetos de transacciones corrientes o usuales, durante la vida útil del proyecto.

INVERSIÓN: Incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO: Proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como: clientes, competidores y el mercado.

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA: Lugar para las instalaciones, que favorezca el desarrollo de las operaciones.

MANUAL DE PROCEDIMIENTO: Documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos ò más de ellas.

MERCADO: Lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

MISIÓN: Es la razón de ser de la empresa considerando sobre todo la actividad del negocio.

MUESTRA: Parte de la población a estudiar qué sirve para representarla.

OBJETIVOS: Situación deseada que la empresa intenta lograr.

OFERTA: Cantidad de bienes o servicios que una cantidad específica de oferentes o productores están dispuestos a poner a disposición dl mercado a un precio determinado.

ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL: Representación gráfica de la estructura de una empresa u organización.

ORGANIZACIÓN FUNCIONAL: Estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea.

PASIVO CORRIENTE: Aquel que se ha adquirido con la finalidad de ser liquidados en un plazo de un año o menos.

PASIVO NO CORRIENTE: Obligaciones que se adquieren para ser liquidados a un plazo mayor a un año.

PASIVO: Obligaciones totales de una empresa o persona con terceros, en el corto plazo o el largo plazo.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: Proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos, recursos de la organización y las cambiantes oportunidades del mercado.

POBLACIÓN: Grupo o serie de personas que viven en un área específica o que comparten características similares (tales como ocupación, edad, etc.).

PRESUPUESTO DE EFECTIVO: Pronóstico de las entradas y salidas de efectivo que diagnostica los faltantes y sobrantes futuros y, en consecuencia, obliga a planear la inversión de los sobrantes y la recuperación-obtención de los faltantes.

PROCESO: Conjunto de actividades sistematizadas que se realizan o tienen lugar con un fin.

PUNTO DE EQUILIBRIO: Punto en donde el número de unidades producidas y vendidas genera ingresos para cubrir los costos y gastos en que se han incurrido para la producción y venta de la misma.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO: Proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

TAMAÑO OPTIMO: Volumen de producción en el cual el costo de la unidad promedio es mínimo (depende de la asignación de costos generales del proyecto).

TIR: Tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero. (V.A.N. =0).

VAN: Suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial.

VENTAJA COMPETITIVA: Cualquier característica de la organización o marca que el público considera conveniente y distinta de las de la competencia.

VISIÓN: Representación de lo que creemos que el futuro debe ser para nuestra empresa a los ojos de nuestros clientes, trabajadores, proveedores, etc.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Protectos.* México DF: Interamericana Editores S.A. de C.V.

Barrezueta, D. C. (2009). *Factibilidad para la creación de un Centro de Entretenimiento Electrónico.* Esmeraldas: Biblioteca PUCESE.

Borrero, D. C. (2002). Práctica Notarial. En D. C. Borrero, *Práctica Notarial* (pág. Tomo II). Loja.

Castillo, B. P. (1993). *Derecho Notarial.* México DF: Porrúa.

Chávez, W. A. (18 de julio de 2011). Producción de Troliches. (J. B. S., Entrevistador)

Contreras, R. D. (1994). Presentación en Evaluación de proyectos . En R. D. Contreras, *Presentación en Evaluación de proyectos* (págs. VII, VIII). Mexico DF: Costa-Amic Editores S.A.

CULTURAL S.A. (1999). *Diccionario de Marketing.* Madrid: Cultural S.A.

DECRETO PRESICENCIAL. (2002). *REGLAMENTO DE BUENAS PRACTICAS PARA ALIMENTOS PROCESADOS.*

Diccionario de Contabilidad y Finanzas. (1999). Madrid.

FAO, O. d. *SISTEMAS DE CALIDAD E INOOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS.* DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN DE LA FAO.

García, J., & Casanueva, C. *Prácticas de la Gestión Empresarial.*

García, M. (18 de julio de 2011). Producción de Troliches. (J. B. S., Entrevistador)

Gómex Véles, V., & Villón Panchana, E. (2010). *Proyecto de desarrollo para la producción y comercialización de dulces como impulsador del desarrollo del Cantón Rocafuerte.* Esmerladas.

Juan Trespacios, R. V. (2005). *Investigación de Mercados.* Madrid: España.

Kotler, P. (1989). *Mercadotecnia.* Prentice Hall, 2da Ed.

Laborales, M. d. (2009). *Código Laboral.* Quito.

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Marcados.* Naucalpan de Juárez: México.

Mendez, C. E. *Diseño y evaluación del proceso de investigación.*

Ministerio Coordinador de la Cultura. (s.f.). *Ministerio de Patrimonios CULTURALES.*

Ministerio de Slud Pública. (2006). *Ley Orgánica de Salud Pública.*

Palacios, D. (6 de 04 de 2011). Productora de Dulces. (J. Burbano, Entrevistador)

(2007). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de quesos.* Esmeraldas: Biblioteca PUCESE.

PUCESE, I. (2010). *INSTRUCTIVO DE GRADO.* Esmeraldas: PUCESE.

Pulido, H. G. (2010). *Calidad Total y Productividad.* México DF: Interamericana Editores S.A. de C.V.

Quintana, F. M. (2010). *Factibilidad para la creación de una empresa de mudanzas.* Esmeraldas: Biblioteca PUCESE.

Roser, R. P., & Pontón, P. Z. (2008). *Teoría de Microeconomía.* Quito.

Rosero, R. P., & Pontón, P. Z. (2008). *Teoría de Macroeconomía.* Quito.

Superintendencia de Compañías. (1999). *Ley de Compañías.* Quito.

Vendedores, A. (18 de abril de 2011). Venta de Troliches. (J. Burbano, Entrevistador)

WEB SITE

CINCAE. (s.f.). *CINCAE.org.* Recuperado el 16 de Abril de 2011, de http://www.cincae.org/prueba.htm

CONSUMER. (s.f.). *CUNSUMER.es.* Recuperado el 16 de abril de 2011, de http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/curiosidades/2001/09/06/35349.php

De conceptos. (s.f.). *Deconceptos.com*. Obtenido de http://deconceptos.com/general/actividad

De Gerencia. (s.f.). *De Gerencia.com*. Obtenido de http://www.degerencia.com/glosario.php?pid=309

Definición ABC. (s.f.). *Definicionabc.com*. Obtenido de http://www.definicionabc.com/general/proceso.php

ESPOL. (s.f.). *www.dspace.espol.edu.ec.* Obtenido de http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/2094/1/4071.pdf

Finanzas, E. (s.f.). *Eco-Finanzas*. Obtenido de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPACIDAD_INSTALADA.htm

INEC. (17 de NOVIEMBRE de 2010). *INEC.* Recuperado el 17 de NOVIEMBRE de 2010

Instructivo, G. (Septiembre de 2010). *PUCESE.* Recuperado el 15 de Octubre de 2010, de www.pucese.net

MIMI. (s.f.). *MIMI*. Obtenido de http://es.mimi.hu/economia/capacidad_no_utilizada.html

Ministerio de Relaciones Laborales. (s.f.). *Ministerio de Relaciones Laborales.* Recuperado el 12 de julio de 2011, de http://www.mrl.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=276&Itemid=233

Monografías.com. (s.f.). Obtenido de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CONCEPTO_DE_GASTO.htm

Monografías.com. (s.f.). *Monografias.com.* Obtenido de http://www.monografias.com/trabajos17/canales-distribucion/canales-distribucion.shtml#CONCEP

Monografías.com. (s.f.). *Monografías.com.* Obtenido de http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#SEGMENT

Portal de recetas de cocina . (s.f.). *www.portalrecetasdecocina.com.* Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3CZ8ShMspC0J:www.portalrecetasdecocina.com/historia-de-la-confiteria-i.html+historia+azucar+y+confiterias&cd=1&hl=es&ct=clnk&source=www.google.com

Pro Negocios. (s.f.). *ProNegocios.com*. Obtenido de http://www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html

PROMONEGOCIOS. (s.f.). *promonegocios.net*. Recuperado el 16 de abril de 2011, de http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html

Providencia, C. (29 de Agosto de 2008). *Monografias.com*. Recuperado el 7 de Julio de 2011, de Monografías.com: http://www.monografias.com/trabajos22/psicologia-del-Pymes

Empresariales. (s.f.). *PymesEmpresariales.com*. Obtenido de http://pymesempresariales.com/definicion-de-pasivo-corto-y-largo-plazo/

Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). *rae.es.* Obtenido de http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=confiteria

Slideshare.net. (s.f.). *Slideshare.net.* Obtenido de http://www.slideshare.net/laciroc/4-tamao-ptimo

SRI. (s.f.). *SRI.com*. Obtenido de http://www.sri.gov.ec/sri/portal/content/documents.do?action=listDocuments&contentCode=358&typeCode=1&external=

Super Intendencia de Compañías. (s.f.). *SUPERCIAS.* Obtenido de http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Marco%20Legal/instructivo_soc.pdf

TU MERCADEO. (s.f.). *TUMERCADEO.COM*. Recuperado el 16 de ABRIL de 2011, de http://www.tumercadeo.com/2010/05/que-es-comercializar.html

UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIAS. (s.f.). *ULPGC.es.* Recuperado el 16 de abril de 2011, de http://www.ulpgc.es/hege/almacen/download/6/6692/Historia_y_origen_de_los_dulces.pdf

Váquiro, J. D. (7 de abril de 2010). *Pymes y Futuro*. Recuperado el 7 de octubre de 2011, de http://pymesfuturo.com/puntodequilibrio.htm

Wikipedia. (s.f.). Recuperado el 16 de abril de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Az%C3%BAcar

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa

Wikipedia. (Agosto de 2010). Recuperado el 11 de Octubre de 2010, de http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Ecuador

Wikipedia. (s.f.). *Wikipedia*. Recuperado el 7 de Diciembre de 2010, de Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Estad%C3%ADstica

ZONA ECONOMOICA. (s.f.). *zonaeconomica.com*. Obtenido de http://www.zonaeconomica.com/inversion/metodos

ANEXOS

ANEXO I

Buen día, soy estudiante del octavo ciclo de Ingeniería Comercial Mención Productividad de la PUCESE, la presente es una encuesta relacionada a una investigación, que servirá conocer su apreciación sobre un nuevo producto, requisito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial Mención Productividad. Sírvase en responder muy amablemente y con toda la sinceridad posible, pues de su respuesta depende mi investigación. MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Sírvase marcar con una X los espacios correspondientes

SEXO: M ☐ F ☐ SECTOR DONDE VIVE:

1. **¿Conoce el troliche (dulce manabita)?**

SI ☐ NO ☐

2. **Actualmente ¿Consume el troliche?**

SI ☐ NO ☐

3. **Si su respuesta anterior fue "NO" ¿Por qué no lo consume actualmente? Elija las opciones que considere.**

Es difícil de encontrar		Lo venden en pocos lugares	
No me gusta		Nunca he oído hablar del troliche	
Es caro			

4. **Si su respuesta a la pregunta dos fue "Si" ¿Por qué lo consume?**

Me gusta		Es una tradición ecuatoriana	
Lo consumía de niño/a			
Sé dónde lo puedo encontrar			

5. **¿Con qué frecuencia lo consumiría?**

Diario ☐ Semanal ☐ Mensual ☐

6. **¿La presentación del producto le gustaría que fuera en..?**

Caja con marca, etiqueta, registro sanitario, envoltura		Tarrina con envoltura	
Sólo envuelto en papel		Tarrina sin envoltura	

7. **¿Cuántas unidades le gustaría que contenga el producto?**

10 unidades ☐ 15 unidades ☐ 25 unidades ☐

8. **¿Cuánto pagaría por el producto?**

$1,00 ☐ $1,25 ☐ $1,50 ☐

ANEXO II

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS

PEQUEÑOS PRODUCTORES DE TROLICHE

Entrevista que se realizará para obtener información del proceso productivo, comercialización, vente, proveedores y de todo aquello que interviene en el proceso productivo y comercialización del troliche, para realizar el análisis de factibilidad de una confitería en la ciudad de Esmeraldas.

1. ¿Desde de cuando su familia se dedica a la elaboración de troliches?

_____
_____
_____

2. ¿Cuántos troliche producen al día?

_____
_____
_____

3. ¿Cuántos vende al día?

_____
_____
_____

4. ¿De qué manera vende el troliche?

_____
_____
_____

5. ¿Por qué los vende aquí y no en Manabí?

_____
_____
_____

6. ¿Cuál es el proceso de producción?

_____

_____

_____

7. ¿Cómo se provee de la materia prima?

_____

_____

_____

8. ¿Qué variedades se pueden hacer del troliche?

_____

_____

_____

9. Si tuviera el dinero, ¿Aumentaría la producción de troliches? ¿Por qué?

_____

_____

_____

ANEXO III

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS

VENDEDORES AMBULANTES DE TROLICHE

Entrevista que se realizará para obtener información sobre el mercado, comercialización, venta, precios y de todo aquello que interviene en el proceso comercialización del troliche, para realizar el análisis de factibilidad de una confitería en la ciudad de Esmeraldas.

1. ¿Por qué vende troliches?

_____
_____
_____

2. ¿En qué sectores o de la ciudad vende más?

_____
_____
_____

3. ¿Quiénes son sus principales clientes niños, jóvenes, adultos?

_____
_____
_____

4. ¿Cuántas cajas con troliches vende al día?

_____
_____
_____

5. ¿Cree que podría vender más? ¿Por qué? ¿Cómo?

_____
_____
_____

6. A su consideración ¿Esmeraldas es buen mercado para el troliche?

_____

_____

7. Si hubiese una empresa que produzca mayor cantidad de troliches con otra presentación ¿Cree que se venderían?

_____

_____

_____

8. Ud. vendería esos nuevos troliches?

_____

_____

_____

ANEXO IV

Proyección De La Oferta

AÑOS	OFERTA HISTÓRICA	OFERTA POTENCIAL
2002	1.418,10	
2003	1.437,24	
2004	1.456,64	
2005	1.476,31	
2006	1.496,24	
2007	1.516,44	
2008	1.536,91	
2009	1.557,66	
2010	1.578,69	
2011	1.600,00	
2012		1.621,60
2013		1.643,49
2014		1.665,68
2015		1.688,17
2016		1.710,96
2017		1.734,05
2018		1.757,46
2019		1.781,19
2020		1.805,24
2021		1.829,61

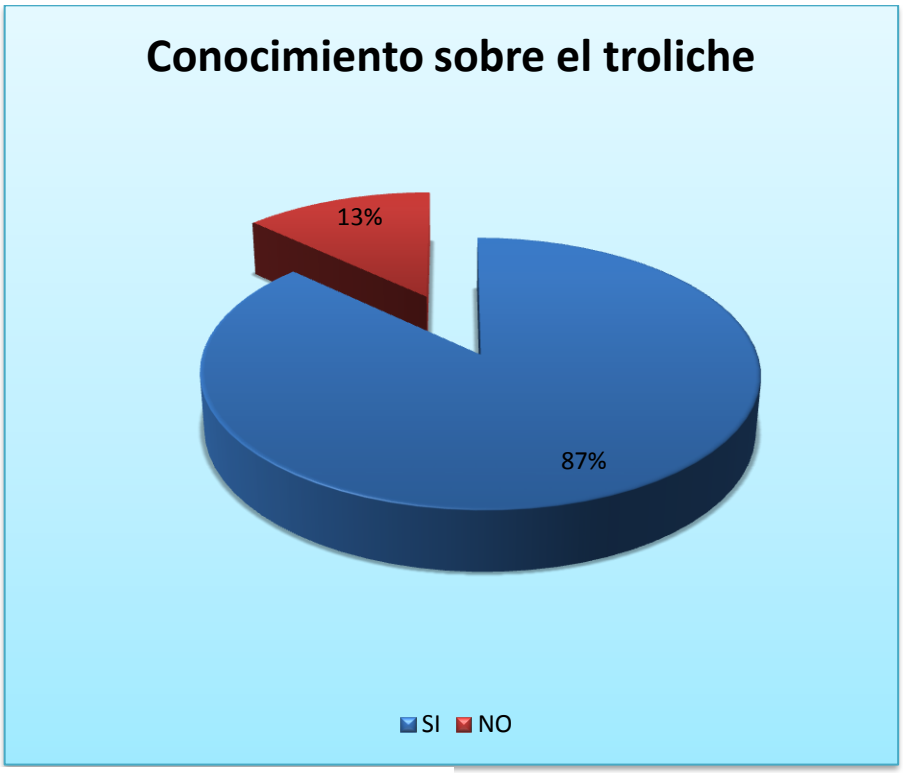
Fuente: Entrevistas aplicadas a los vendedores ambulantes
Elaborado: Autor del Proyecto

La tabla muestra el potencial crecimiento de la oferta de la competencia a razón del 1,35%.

ANEXO V

CONOCIMIENTO SOBRE EL TROLICHE

ASPECTOS	F	%	PROYECCIÓN
SI	348	87%	108779,58
NO	52	13%	16254,42
TOTAL	400	100%	125034



FUENTE: Investigación de Mercado

INVESTIGADOR: Javier Burbano S.

ANÁLISIS

Se preguntó a las personas sobre el conocimiento del troliche, el 87% de los encuestados si conoce el troliche, mientras que un 13% dice no conocerlo. Quedando en evidencia el alto índice de personas que conocen el troliche.

ANEXO VI

CONSUMO ACTUAL DEL TROLICHE

ASPECTOS	F	%	PROYECCIÓN
SI	348	87%	108779,58
NO	52	13%	16254,42
TOTAL	400	100%	125034

FUENTE: Investigación de Mercado

INVESTIGADOR: Javier Burbano S.

ANEXO VII

FRECUENCIA DE COMPRA

ASPECTOS	F	%	PROYECCIÓN
Diario	17	12%	5.405,29
Semanal	25	18%	7.948,96
Mensual	85	62%	27026,47
No responde	10	7%	3.179,58
TOTAL	**137**	**100%**	43.560,31

FUENTE: Investigación de Mercado

INVESTIGADOR: Javier Burbano S.

ANEXO VIII

RAZONES POR LAS QUE NO SE CONSUME EL TROLICHE

ASPECTOS	F	%	PROYECCIÓN
Lo venden en pocos lugares	93	44%	29.570,14
Es difícil de encontrar	60	28%	19.077,51
No me gusta	27	13%	8.584,88
Nunca he oído hablar	26	12%	8.266,92
Es caro	3	1%	953,88
No lo puedo consumir	2	1%	635,92
TOTAL	**211**	**100%**	67.089,24



FUENTE: Investigación de Mercado

INVESTIGADOR: Javier Burbano S.

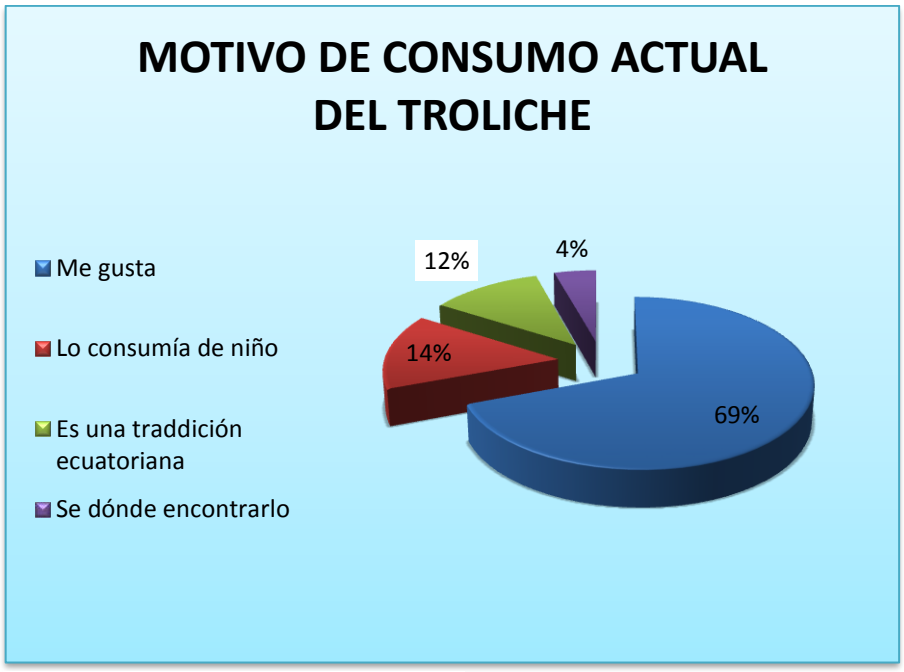
ANÁLISIS

Al porcentaje de ciudadanos que dijo que no consume actualmente el troliche se les pregunto por qué no lo consume, de un total de 211 personas el 44% dijo que lo venden en pocos lugares, el 29% que es difícil de encontrar, al 13% no le gusta, el 13% nunca ha oído hablar del troliche, para el 1% es cara y otro 1% dice que no lo puede consumir. La mayor razón por la que no se consume el troliche es porque se lo vende en pocos lugares.

ANEXO IX

MOTIVOS POR LOS QUE SI SE CONSUME EL TROLICHE

ASPECTOS	F	%	PROYECCIÓN
Me gusta	95	69%	30.206,06
Lo consumía de niño	20	15%	6.359,17
Es una tradición ecuatoriana	16	12%	5.087,34
Sé dónde encontrarlo	6	4%	1.907,75
TOTAL	**137**	**100%**	43.560,31



FUENTE: Investigación de Mercado

INVESTIGADOR: Javier Burbano S.

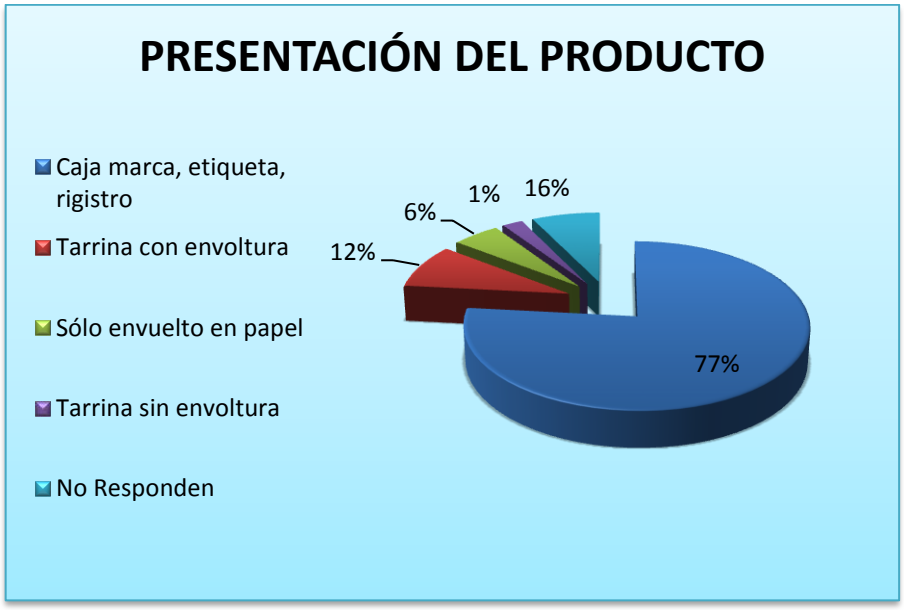
ANÁLISIS

Al total de personas que dijeron que si consumen el troliche se les pregunto sobre la razón por la cual aún consumen el troliche, un 69% dijo que le gusta, el 14% lo consume desde niño/a, para un 12% es una tradición ecuatoriana y un 4% menciona que sabe dónde comprar. Indicado que un gran porcentaje de quienes actualmente consumen el troliche lo hacen porque les gusta, pero muy pocos saben dónde comprarlo.

ANEXO X

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

ASPECTOS	F	%	PROYECCIÓN
Caja marca, etiqueta, registro	105	77%	33.385,64
Tarrina con envoltura	12	9%	3.815,50
Sólo envuelto en papel	7	5%	2.225,71
Tarrina sin envoltura	3	2%	953,88
No Responden	10	7%	3.179,58
TOTAL	**137**	**100%**	43.560,31



FUENTE: Investigación de Mercado

INVESTIGADOR: Javier Burbano S.

ANÁLISIS

Al ser consultados sobre el empaque del producto, el 77% de los encuestados dijo que prefiere que sea una caja, con marca, etiqueta, registro sanitario, fecha de expiración, código de barras, etc., el 16% no responde, al 12% le gustaría en una tarrina con una envoltura, al 6% le gustaría sólo envuelto en papel y a un 1% le gustaría en una tarrina sin envoltura. Indicando que un gran porcentaje de la población prefiere un empaque que asegure la salubridad del producto.

ANEXO XI

UNIDADES POR PRESENTACIÓN

ASPECTOS	F	%	PROYECCIÓN
10	43	31%	13.672,22
15	42	31%	13.354,26
25	42	31%	13.354,26
No responde	10	7%	3.179,58
TOTAL	**137**	**100%**	43.560,31



FUENTE: Investigación de Mercado

INVESTIGADOR: Javier Burbano S.

ANÁLISIS

Se preguntó a las personas sobre la cantidad de unidades que debería contener la presentación del producto, el 31% dijo 10 unidades, el 31% indico 25 unidades, el 31% dice 15 unidades, mientras que el 17% no responde. Lo que muestra que no hay una diferencia absoluta entre las cantidades, pero se puede decir que la población prefiere 10 unidades por presentación.

ANEXO XII

PRECIO DEL PRODUCTO

ASPECTOS	F	%	PROYECCIÓN
$ 1,00	79	58%	25.118,72
$ 1,25	27	20%	8.584,88
$ 1,50	21	15%	6.677,13
No responde	10	7%	3.179,58
TOTAL	**137**	**100%**	43.560,31



FUENTE: Investigación de Mercado

INVESTIGADOR: Javier Burbano S.

ANÁLISIS

En esta pregunta se consulta a los encuestados sobre cuanto pagaría por el producto, el 58% dijo que $1,00, el 20% pagaría $1,25, un 15% de los encuestados pagaría $1,50 y un 7% no responde. Lo que indica que la mayor parte de las personas prefieres pagar $1,00 por el producto.

ANEXO XIII

REQUERIMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN

REQUERIMIENTOS DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Elaboración de Minuta	Unidad	1
Permiso de Funcionamiento	Unidad	1
Publicación en Prensa	Unidad	3

REQUERIMIENTO DE PUBLICIDAD		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Publicidad Radio	Diario	4
Publicidad TV	Diario	2
Publicidad Prensa	Diario	1

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Agua Potable	Metros Cúbicos	23 m
Energía eléctrica	Kilovatio/hora	50 Kw/h
Telefonía	Minutos	30 h

REQUERIMIENTO DE MUEBLES DE OFICINA		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Escritorio	Unidad	3
Silla Giratoria	Unidad	4
Archivador	Unidad	1
Silla de Espera	Tripack	1

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE OFICINA		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Caja Registradora	Unidad	1
Teléfono con Fax	Unidad	1
Aire Acondicionado	Unidad	1

REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE OFICINA		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Grapadora	Unidad	1
Perforadora	Unidad	1
Flash Memory	Unidad	2
Calculadora	Unidad	1
Sumadora	Unidad	1
Resmas de papel	Paquete	1
Cartucho de Tinta Negra	Unidad	2
Cartucho de Tinta a Color	Unidad	1
Bolígrafos	Caja	1
Caja de Grapas	Caja	1
Lápiz	Caja	1
Caja de Cips Estandar	Caja	1

REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Computador W(cpu, monitor, teclado)	Combo	3
Instalación Servicio de Internet	Unidad	1
Instalación de Servidor, Software	Unidad	3

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Azúcar	Libras	110
Leche	Litros	3500
Canela	Libras	1
Esencia de Vainilla	Litros	2
Huevos	Unidad	210
Harina	Libras	10

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Drop Roller Machine	Unidad	1
Cocina Batidora de Dulces	Unidad	1
QL-1060N	Unidad	1
Empacadora V180 Vertical Volumétrica	Unidad	1

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS PARA LA PRODUCCIÓN GENERAL		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Recipiente con medidas	Unidad	3
Congelador	Tarro	1

REQUERIMIENTO DE EMBALAJE Y ETIQUETADO		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Lámina de Etiquetas	Rollo	6000
Fundas de Polipropileno	Rollo	500
Cartones	Unidad	500

REQUERIMIENTO DE REMODELACIÓN		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Edificio Remodelación	UNIDAD	1

REQUERIMIENTO DE ÚTILES DE LIMPIEZA		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Franela	Metro	2
Trapeador	Unidad	2
Guantes de Limpieza	Pares	3
Limpia Vidrios	Botellas	2
Escalera Metálica	Unidad	1
Escobillón	Unidad	1
Tacho para basura	Unidad	4
Cepillo para Inodoro	Unidad	1
Destapador para Baño	Unidad	1
Escoba	Unidad	1
Pala para Basura	Unidad	2
Desinfectante	Unidad	1
Fundas de Basura	Galones	2
Papel Higiénico	Paquete	1
Detergente	Paquete	3
Cloro	Galones	1
Jabón para mano	Tripack	2
Limpiador para mesa	Botellas	1

REQUERIMIENTO DE VEHÍCULO		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Vehículo	Unidad	1

REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Mantenimiento Computadora	Anual	1

REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Mantenimiento de Maquinarias	Unidad	4

REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Mantenimiento de Vehículo	Unidad	2

REQUERIMIENTO PERSONAL ADMINISTRATIVO Y VENTAS	
DETALLE	**N° PERSONAS**
Gerente	1
Secretaria	1
Vendedor	2

COSTOS DE PERSONAL OPERATIVO	
DETALLE	**N° PERSONAS**
Jefe de Producción	1
Operarios	3
Auxiliar de Servicio	1

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS PROFESIONALES		
DETALLE	**UNIDADES**	**CANTIDAD**
Servicios profesionales de Contador	UNIDAD	1

ANEXO XIV

DETALLE DE REQUERIMIENTOS

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V/U**	**TOTAL ANUAL**
Drop Roller Machine	1	8600,00	8600,00
Cocina Batidora de Dulces	1	4400,00	4400,00
Granos DXDK-40PLC	1	7100,00	7100,00
Recipientes con medidas	3	1,5	4,50
Congelador	1	385,71	445,00
TOTAL			20100,00

Fuente: Anexo Proforma de Máquinas
Elaborado: Autor del Proyecto

REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V/U**	**TOTAL ANUAL**
Computador W(CPU, monitor, teclado)	3	699,00	2097,00
Instalación Servicio de Internet	1	50,00	50,00
Instalación de Software	3	10,00	30,00
TOTAL			2177,00

Fuente: Anexo proforma computadoras Súper Paco
Elaborado: Autor del Proyecto

REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V/U**	**TOTAL ANUAL**
Escritorio	4	254,46	1017,84
Silla Giratoria	4	171,43	685,72
Archivador	1	187,50	187,50
Silla de Espera	1	100,00	100,00
TOTAL			1991,06

Fuente: Anexo proforma DECORAMA
Elaborado: Autor del Proyecto

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE OFICINA			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V/U**	**TOTAL ANUAL**
Caja Registradora	1	139,95	139,95
Teléfono con Fax	1	177,30	177,30
Aire Acondicionado	1	589,99	589,99
TOTAL			907,24

Fuente: Anexo proforma
Elaborado: Autor del Proyecto

REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE OFICINA				
DETALLE	**CANTIDAD**	**V/U**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Grapadora con grapas	4	13,39	53,56	53,56
Perforadora	4	8,25	33,00	33,00
Flash Memory	4	16,75	67,00	67,00
Calculadora	4	12,45	49,80	49,80
Resmas de papel	25	4,50	112,50	1350,00
Cartucho de Tinta Negra Impresora	4	20,00	80,00	480,00
Cartucho de Tinta a Color Impresora	4	25,00	100,00	600,00
Bolígrafos	24	0,34	8,16	48,96
Caja de Cips Estándar	4	0,98	3,92	11,76
TOTAL			507,94	2694,08

Fuente: Anexo proforma Súper Paco
Elaborado: Autor del Proyecto

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS BÁSICOS				
DETALLE	**CANTIDAD**	**V/U**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Agua Potable	45 m3	0,50	22,50	270,00
Energía eléctrica	744 kv/h	0,32	465,12	5581,44
Telefonía	65 min	0,05	94,97	1139,64
TOTAL			191,60	6991,08

Fuente: Tabla de conversión de kilovatios, m3 y minutos
Elaborado: Autor del Proyecto

COSTOS DE SERVICIOS PROFESIONALES			
DETALLE	**N° PERSONAS**	**HONORARIO**	**TOTAL ANUAL**
Contador	1	264,00	528,00

Fuente: Tabla sectorial
Elaborado: Autor del Proyecto

COSTOS DE MATERIALES DE LIMPIEZA				
Materiales de Limpieza	**MENSUAL**	**V/U**	**TOTAL MENSUAL**	**TOTAL ANUAL**
Desinfectante(Galón)	1	6	6,00	72,00
Cloro(1 Litro)	1	2	2,00	24,00
Aceite para Muebles (250ml)	1	3,5	3,50	42,00
TOTAL			**11,50**	**138,00**

Fuente: Anexo proforma Kiwi
Elaborado: Autor del Proyecto

REQUERIMIENTO DE ÚTILES DE LIMPIEZA				
DETALLE	**CANTIDAD**	**V/U**	**T/MENSUAL**	**T/ ANUAL**
Franela	2	2,00	4,00	8,00
Trapeador	2	3,24	6,48	19,44
Guantes de Limpieza	3	1,00	3,00	6,00
Limpia Vidrios	2	2,50	5,00	60,00
Escalera Metálica	1	15,00	15,00	15,00
Escobillón	1	4,00	4,00	4,00
Tacho para basura	4	5,45	21,80	21,80
Cepillo para Inodoro	1	1,00	1,00	1,00
Destapador para Baño	1	2,00	2,00	2,00
Escoba	1	2,52	2,52	15,12
Pala para Basura	2	1,50	3,00	3,00
Desinfectante	1	6,00	6,00	72,00
Fundas de Basura	2	3,50	7,00	84,00
Papel Higiénico	1	4,25	4,25	51,00
Detergente	3	7,25	21,75	130,50
Cloro	1	1,60	1,60	9,60
Jabón para mano	2	1,00	2,00	24,00
Limpiador para mesa	1	4,47	4,47	53,64
TOTAL			114,87	580,10

Fuente: Anexo proforma Kiwi
Elaborado: Autor del Proyecto

ANEXO XV

PROVISIÓN BENEFICIO SOCIAL PERSONAL												
BENEFICIOS DE LEY MENSUAL												
N°	**NOMBRE**	**SUELDO BÁSICO**	**SUELDO ANUAL**	**D.T.S.**	**D.C.R.**	**F. RESER.**	**VACAC.**	**AP. PAT.**	**TOTAL**	**LIQ. A RECIBIR**	**TOTAL A PAG. POR TRABA.**	**TOTAL ANUAL POR TRABA.**
	PERSONAL ADMINISTRATIVO											
1	Gerente	350,00	5849,30	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	137,44	487,44	624,88	1649,3
1	Secretaria	279,72	4727,77	23,31	22,00	23,31	11,66	33,99	114,26	393,98	508,24	1371,13
2	Vendedor	299,20	10077,27	24,93	22,00	24,93	12,47	36,35	120,69	839,77	960,46	1448,23
1	Guardia	281,45	4755,38	23,45	22,00	23,45	11,73	34,20	114,83	396,28	511,11	1377,98
5	**TOTAL**	**1210,37**	**25409,72**	**100,86**	**88,00**	**100,86**	**50,43**	**147,06**	**487,22**	**2.117,48**	**2.604,70**	**5.846,64**
	PERSONAL SERVICIO											
1	Jefe de Producción	287,44	3449,28	23,95	22,00	23,95	11,98	34,92	116,81	404,25	521,05	1401,69
3	Operarios	281,41	3376,92	23,45	22,00	23,45	11,73	34,19	114,82	1.188,69	1.303,50	1377,82
1	Auxiliar de Servicio	281,41	3376,92	23,45	22,00	23,45	11,73	34,19	114,82	396,23	511,05	1377,82
5	**TOTAL**	**850,26**	**10203,12**	**70,86**	**66,00**	**70,86**	**35,43**	**103,31**	**346,44**	**1.989,16**	**2.335,60**	**4.157,33**
10	**TOTAL REMUNERACIONES**	**2060,63**	**35612,84**	**171,72**	**154,00**	**171,72**	**85,86**	**250,37**	**833,66**	**4.106,64**	**4.940,30**	**10.003,97**

Elaborado: Autor del Proyecto

ANEXO XVI

	INVERSIÓN FIJA		
	Muebles y Enseres	**P. Unitario**	**Total**
4	Escritorio	254,46	1.017,84
4	Silla Giratoria	171,43	685,72
1	Archivador	187,50	187,50
1	Silla de Espera	100,00	100,00
	SUBTOTAL		**1.991,06**
	Equipos de Oficina	**P. Unitario**	**Total**
1	Caja Registradora	139,95	139,95
1	Teléfono con Fax	177,30	177,30
1	Aire Acondicionado	589,99	589,99
	SUBTOTAL		**907,24**
	Equipos de Computación	**P. Unitario**	**Total**
3	Computador(cpu, monitor, teclado)	699,00	2.097,00
1	Instalación Servicio de Internet	50,00	50,00
3	Instalación de Servidor, Software	10,00	30,00
	SUBTOTAL		**2.177,00**
	Equipos y Maquinarias	**P. Unitario**	**Total**
1	Drop Roller Machine	8600,00	8.600,00
1	Cocina Batidora de Dulces	4400,00	4.400,00
1	GRANOS DXDK-40PLC	7100,00	7.100,00
1	Congelador	385,71	385,71
3	Recipientes con medidas	1,50	4,50
	SUBTOTAL		**20.490,21**
	Edificios	**P. Unitario**	**Total**
1	Instalaciones	6000,00	6.000,00
	SUBTOTAL		**6.000,00**
	Vehículo	**P. Unitario**	**Total**
1	Camioneta Mazda B3-50	19190,00	19.190,00
	SUBTOTAL		**19.190,00**
	INVERSIÓN ACTIVOS		
	TOTAL DE INVERSIÓN ACTIVOS		**50.755,51**
	INVERSIÓN DIFERIDA		
	Gastos de Constitución	**P. Unitario**	**Total**
1	Servicios Legales	290,00	290,00
1	Gastos de Publicidad	65,40	65,40
1	Otros Gastos	499,68	499,68
	SUBTOTAL		**855,08**

CAPITAL DE TRABAJO		
Capital de Trabajo	**P. Mensual**	**Total**
Capital de Trabajo Operativo	2.631,39	7.894,17
Capital de Trabajo Administrativo y Ventas	3.453,69	10.361,07
SUBTOTAL		**18.255,24**

INVERSIÓN TOTAL		**69.865,83**

CAPITAL PROPIO	**30**	**20.959,75**
CAPITAL AJENO	**70**	**48.906,08**

CPP				
CAPITAL PROPIO	20959,75	30%	1,33%	0,40%
CAPITAL AJENO	48906,08	70%	11,20%	7,84%
TOTAL	69865,83			8,24%

Fuente: Anexo Vehículo.
Elaborado: Autor del Proyecto

ANEXO XVII

DEPRECIACIÓN														
ACTIVO FIJO	**VALOR ACTUAL**	**% DEPRECIACIÓN**	**VIDA ÚTIL**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**	**VALOR RESCATE**
Equipos de Computación	2.177,00	33,33%	3	725,59	725,59	725,59	-	-	-	-	-	-	-	
Equipos de Oficina	907,24	10%	10	90,72	90,72	90,72	90,72	90,72	90,72	90,72	90,72	90,72	90,72	
Muebles y Enseres	1.991,06	10%	10	199,11	199,11	199,11	199,11	199,11	199,11	199,11	199,11	199,11	199,11	
Equipos y Maquinarias	20.490,21	10%	10	2.049,02	2.049,02	2.049,02	2.049,02	2.049,02	2.049,02	2.049,02	2.049,02	2.049,02	2.049,02	
Vehículos	19.190,00	20%	5	3.838,00	3.838,00	3.838,00	3.838,00	3.838,00						
Instalaciones	6.000,00	5%	20	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.000,00
			Dep. anual	**7.202,45**	**7.202,45**	**7.202,45**	**2.338,85**	**2.338,85**	**2.338,85**	**2.338,85**	**2.338,85**	**2.338,85**	**2.338,85**	
			Dep. mensual	**600,20**	**600,20**	**600,20**	**194,90**	**194,90**	**194,90**	**194,90**	**194,90**	**194,90**	**194,90**	

Elaborado: Autor del Proyecto

ANEXO XVIII

TABLA DE AMORTIZACIÓN

GASTOS FINANCIEROS		
CAPITAL	**INTERESES**	**CUOTA S/**
47.929,33	11,20%	$ 1.046,89
AÑOS	**# DE PAGOS AL AÑO**	
N	12 Meses	
5		

N	DIVIDENDO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN CAPITAL	SALDO	% PAGADO
0				47.929,33	
1	1.046,89	447,34	599,55	47.329,78	1,25%
2	1.046,89	441,74	605,14	46.724,64	2,51%
3	1.046,89	436,10	610,79	46.113,85	3,79%
4	1.046,89	430,40	616,49	45.497,36	5,07%
5	1.046,89	424,64	622,24	44.875,12	6,37%
6	1.046,89	418,83	628,05	44.247,06	7,68%
7	1.046,89	412,97	633,91	43.613,15	9,01%
8	1.046,89	407,06	639,83	42.973,32	10,34%
9	1.046,89	401,08	645,80	42.327,52	11,69%
10	1.046,89	395,06	651,83	41.675,69	13,05%
11	1.046,89	388,97	657,91	41.017,77	14,42%
12	1.046,89	382,83	664,05	40.353,72	15,81%
13	1.046,89	376,63	670,25	39.683,47	17,20%
14	1.046,89	370,38	676,51	39.006,96	18,62%
15	1.046,89	364,06	682,82	38.324,14	20,04%
16	1.046,89	357,69	689,19	37.634,94	21,48%
17	1.046,89	351,26	695,63	36.939,32	22,93%
18	1.046,89	344,77	702,12	36.237,20	24,39%
19	1.046,89	338,21	708,67	35.528,52	25,87%
20	1.046,89	331,60	715,29	34.813,24	27,37%
21	1.046,89	324,92	721,96	34.091,27	28,87%
22	1.046,89	318,19	728,70	33.362,57	30,39%
23	1.046,89	311,38	735,50	32.627,07	31,93%
24	1.046,89	304,52	742,37	31.884,70	33,48%

25	1.046,89	297,59	749,30	31.135,40	35,04%
26	1.046,89	290,60	756,29	30.379,12	36,62%
27	1.046,89	283,54	763,35	29.615,77	38,21%
28	1.046,89	276,41	770,47	28.845,29	39,82%
29	1.046,89	269,22	777,66	28.067,63	41,44%
30	1.046,89	261,96	784,92	27.282,71	43,08%
31	1.046,89	254,64	792,25	26.490,46	44,73%
32	1.046,89	247,24	799,64	25.690,82	46,40%
33	1.046,89	239,78	807,11	24.883,71	48,08%
34	1.046,89	232,25	814,64	24.069,07	49,78%
35	1.046,89	224,64	822,24	23.246,83	51,50%
36	1.046,89	216,97	829,92	22.416,91	53,23%
37	1.046,89	209,22	837,66	21.579,25	54,98%
38	1.046,89	201,41	845,48	20.733,77	56,74%
39	1.046,89	193,52	853,37	19.880,40	58,52%
40	1.046,89	185,55	861,34	19.019,06	60,32%
41	1.046,89	177,51	869,38	18.149,69	62,13%
42	1.046,89	169,40	877,49	17.272,20	63,96%
43	1.046,89	161,21	885,68	16.386,52	65,81%
44	1.046,89	152,94	893,95	15.492,57	67,68%
45	1.046,89	144,60	902,29	14.590,29	69,56%
46	1.046,89	136,18	910,71	13.679,57	71,46%
47	1.046,89	127,68	919,21	12.760,36	73,38%
48	1.046,89	119,10	927,79	11.832,57	75,31%
49	1.046,89	110,44	936,45	10.896,12	77,27%
50	1.046,89	101,70	945,19	9.950,93	79,24%
51	1.046,89	92,88	954,01	8.996,92	81,23%
52	1.046,89	83,97	962,92	8.034,01	83,24%
53	1.046,89	74,98	971,90	7.062,11	85,27%
54	1.046,89	65,91	980,97	6.081,13	87,31%
55	1.046,89	56,76	990,13	5.091,00	89,38%
56	1.046,89	47,52	999,37	4.091,63	91,46%
57	1.046,89	38,19	1.008,70	3.082,93	93,57%
58	1.046,89	28,77	1.018,11	2.064,82	95,69%
59	1.046,89	19,27	1.027,62	1.037,21	97,84%
60	1.046,89	9,68	1.037,21	0,00	100,00%

Elaborado: Autor del Proyecto

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS		
Gasto de Constitución		
Monto	**Vida Útil**	**Amortización Anual**
855,08	5 años	171,02

Elaborado: Autor del Proyecto

ANEXO XIX

PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO										
DETALLES	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
COSTOS FIJOS	44.193,63	43.809,94	43.325,86	42.728,82	42.004,73	41.816,80	42.381,32	42.953,47	43.533,34	44.121,04
TOTAL COSTOS FIJOS	**44.193,63**	**43.809,94**	**43.325,86**	**42.728,82**	**42.004,73**	**41.816,80**	**42.381,32**	**42.953,47**	**43.533,34**	**44.121,04**
VENTAS NETAS	82.164,81	83.191,14	84.217,45	113.658,34	115.026,73	116.395,11	117.763,48	119.131,83	150.625,22	152.335,63
COSTOS VARIABLES	31.576,69	32.002,97	32.435,01	32.872,89	33.316,67	33.766,45	34.222,29	34.684,29	35.152,53	35.627,09
TOTAL COSTOS VARIABLES	**31.576,69**	**34.734,36**	**38.207,79**	**42.028,57**	**46.231,43**	**50.854,57**	**55.940,03**	**61.534,03**	**67.687,44**	**74.456,18**
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	**50.588,12**	**48.456,78**	**46.009,65**	**71.629,76**	**68.795,30**	**65.540,54**	**61.823,45**	**57.597,80**	**82.937,78**	**77.879,45**

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO EN DINERO} = \frac{\text{FIJOS COSTOS}}{\frac{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}}{\text{PRECIO DE VENTA}}}$$

P.E. MONETARIO	**71.778,94**	**75.213,39**	**79.304,95**	**67.799,84**	**70.232,52**	**74.263,52**	**80.729,44**	**88.842,39**	**79.061,91**	**86.302,70**

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES} = \frac{\text{FIJOS COSTOS}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO	**0,8736**	**0,9041**	**0,9417**	**0,5965**	**0,6106**	**0,6380**	**0,6855**	**0,7457**	**0,5249**	**0,5665**
	71.778,94	75.213,39	79.304,95	67.799,84	70.232,52	74.263,52	80.729,44	88.842,39	79.061,91	86.302,70
	Unidades Anuales	Unidades Anuales	Unidades Anuales	Unidades Anuales	Unidades Anuales	Unidades Anuales	Unidades Anuales	Unidades Anuales	Unidades Anuales	Unidades Anuales

Elaborado: Autor del Proyecto

ANEXO XX

PRESUPUESTO DE EFECTIVO										
PERIODOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
ENTRADAS										
Ventas	82.164,81	83.191,14	84.217,45	113.658,34	115.026,73	116.395,11	117.763,48	119.131,83	150.625,22	152.335,63
Inversión Inicial	76.812,16									
Total Entradas	**158.976,97**	**83.191,14**	**84.217,45**	**113.658,34**	**115.026,73**	**116.395,11**	**117.763,48**	**119.131,83**	**150.625,22**	**152.335,63**
SALIDAS										
Compras de Activos Fijos	24.146,86									
Gastos Admin. Vtas. y Finc.	44.193,63	43.809,94	43.325,86	42.728,82	42.004,73	41.816,80	42.381,32	42.953,47	43.533,34	44.121,04
Costo del Servicio	31.576,69	32.002,97	32.435,01	32.872,89	33.316,67	33.766,45	34.222,29	34.684,29	35.152,53	35.627,09
IMPUESTO 25%	1.358,83	1.567,87	1.797,02	8.087,03	8.437,38	8.672,52	8.746,47	8.817,49	15.287,11	15.424,84
PARTIC TRABA. 15%	959,17	1.106,73	1.268,49	5.708,49	5.955,80	6.121,78	6.173,98	6.224,11	10.790,90	10.888,12
Total Salidas	**102.235,18**	**78.487,52**	**78.826,38**	**89.397,23**	**89.714,59**	**90.377,55**	**91.524,07**	**92.679,37**	**104.763,89**	**106.061,10**
FLUJO DE EFECTIVO	**56.741,79**	**4.703,62**	**5.391,07**	**24.261,10**	**25.312,14**	**26.017,56**	**26.239,41**	**26.452,47**	**45.861,33**	**46.274,53**

Elaborado: Autor del Proyecto

ANEXO XXI

PERIODO DE RECUPERACIÓN		
AÑO	**FLUJO NETO DE CAJA**	**FNC ACUMULADO**
0	-68.470,47	-68.470,47
1	12.820,16	-55.650,31
2	12.647,30	-43.003,01
3	12.426,51	-30.576,50
4	7.289,54	-23.286,96
5	6.958,43	-16.328,53
6	19.367,64	3.039,12
7	19.468,59	22.507,70
8	19.559,10	42.066,81
9	38.843,78	80.910,58
10	42.131,11	123.041,69

$$\textbf{PRR=}\quad \text{Año anterior a la recuperación} + \frac{\text{Costo no recuperado}}{\text{Recuperación total}}$$

$$\textbf{PRR=}\quad 5 + \frac{-16.328,53}{19.367,64}$$

PRR= 5,84 Años

Elaborado: Autor del Proyecto

ANEXO XXII

PRESUPUESTO PARA REMODELACIÓN

DESCRIPCION							
PISOS	**UNIDAD**	**P.UNIT.**	**M. OBRA**	**MATERI.**	**TRANSP.**	**CANTID.**	**P.TOTAL**
CONTRAPISO H.S. 180 kg/cm2	M2	9,28	2,60	6,26	0,00	80,36	745,74
ALISADO DE PISOS CON MÁQUINA	M2.	3,25	1,72	1,39	0,00	80,36	261,17
SUBT.							**1.006,91**
CARPINTERIA METAL/MADERA	**UNIDAD**	**P.UNIT.**	**M. OBRA**	**MATERI.**	**TRANSP.**	**CANTID.**	**P.TOTAL**
VIDRIO CLARO DE 8.00 mm.	M2.	15,77	1,48	14,15	0,00	8,63	136,12
PUERTA DE TOL Y VIDRIO	U	35,47	14,30	20,45	0,00	3,85	136,54
VENTANA DE ALUMINIO FIJA	M2	24,65	8,85	15,36	0,00	2,65	65,33
VENTANA CORREDIZA DE ALUMINIO	M2	24,61	8,85	15,32	0,00	2,25	55,38
PUERTA PLYWOOD TAMDOR. 0.70	U	51,38	25,60	24,50	0,00	1,50	77,07
PUERTA PLYWOOD TAMDOR. 0.80	U	49,03	25,60	22,15	0,00	1,50	73,55
PUERTAS PRINCIPALES	U	170,18	14,23	155,24	0,00	1,00	170,18
CERRADURA LLAVE-LLAVE	U	28,15	2,88	25,13	0,00	5,00	140,77
CERRADURA DE BAÑO	U	16,76	2,88	13,74	0,00	3,00	50,29
SUBT.							**905,22**
CERAMICAS Y REVESTIMIENTOS	**UNIDAD**	**P.UNIT.**	**M. OBRA**	**MATERI.**	**TRANSP.**	**CANTID.**	**P.TOTAL**
CERAMICA DE PISO GRAIMAN DE 40 X 40	M2.	12,63	2,05	12,04	0,00	125,36	1.583,30
GRES	M2	9,95	1,35	8,45	0,00	11,50	114,45
SUBT.							**1.697,75**
PINTURAS Y ANEXOS	**UNIDAD**	**P.UNIT.**	**M. OBRA**	**MATERI.**	**TRANSP.**	**CANTID.**	**P.TOTAL**
PINTURA LATEX SUPREMO	M2.	3,38	1,16	2,10	0,00	125,36	424,18
GRAFIADO DE EXTERIORES	M2.	3,82	1,86	1,80	0,00	31,50	120,41
ESTUCADO DE PAREDES INTERIORES	M2.	2,38	1,16	1,10	0,00	125,36	298,82
SUBT.							**843,40**
APARATOS SANITARIOS	**UNIDAD**	**P.UNIT.**	**M. OBRA**	**MATERI.**	**TRANSP.**	**CANTID.**	**P.TOTAL**
URINARIOS	U	53,72	9,60	43,64	0,00	2,00	107,44
LAVAMANOS COMPLETO	U	51,01	5,12	45,63	0,00	2,00	102,01
INODORO TANQUE BAJO	U	70,21	5,12	64,83	0,00	2,00	140,41
ACCESORIOS DE BAÑO	JUEGO	15,35	3,50	11,67	0,00	2,00	30,69
SUBT.							**380,55**
INSTALACIONES ELECTRICAS	**UNIDAD**	**P.UNIT.**	**M. OBRA**	**MATERI.**	**TRANSP.**	**CANTID.**	**P.TOTAL**
TUBERIA CONDUIT 1/2 pulg	M	2,37	1,83	0,46	0,00	10,64	25,25
TUBERIA CONDUIT 3/4	M	2,55	1,83	0,63	0,00	10,64	27,09
TABLERO CONTROL 4-8 PUNTOS	U	70,51	10,23	59,77	0,00	1,00	70,51
ILUMINACION	PTO	15,80	8,28	7,11	0,00	10,00	158,00
SALIDAS ESPECIALES	PTO	20,14	9,50	10,16	0,00	2,00	40,27
TOMACORRIENTES	U	13,61	8,28	4,92	0,00	10,00	136,09
TOMACORRIENTES 220 V	U	18,86	8,28	10,18	0,00	2,00	37,73
LUMINARIAS 2 X 40W	U	18,48	1,60	16,80	0,00	10,00	184,80
PUNTO DE LUMINARIA FLUORESCENTE 2 x 240 W - 120 V.	PTO.	19,56	2,63	16,80	0,00	10,00	195,56
PUNTO DE LAMPARA TIPO OJO DE BUEY 60 W 120 V	PTO.	14,30	9,50	4,32	0,00	2,00	28,59

PUNTO DE TOMACORRIENTE 120 V - 15 A	PTO.	14,90	9,50	4,92	0,00	5,00	74,48
PUNTO DE TOMACORRIENTE 220 V - 15 A	PTO.	20,15	9,50	10,18	0,00	2,00	40,30
PUNTO DE ILUMINACION 100 W - 120 V. PARA INTERIOR	PTO.	17,48	9,50	7,50	0,00	10,00	174,76
APLIQUE DE PARED	PTO.	16,89	9,50	6,91	0,00	5,00	84,44
PUNTO DE ILUMINACION 150 W - 240 V. PARA EXTERIOR	PTO.	28,67	9,50	18,69	0,00	5,00	143,34
SECADOR AUTOMATICO DE MANOS	U.	76,94	15,00	61,19	0,00	2,00	153,88
SUBT.							**1.575,08**
						VALOR TOTAL DEL PROYECTO	**6408,91**

Fuente: Cámara de la construcción Esmeraldas

Elaborado por: Autor del proyecto

ANEXO XXIII

PROFORMA DOLARES

AGENCIA 018 (ESMERALDAS) Esmeraldas DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

AV PEDRO VICENTE MALDONADO Y J Fono: 062710659/ 062710561

888881

17 GUSTAVO ESTUPINIAN

ESMERALDAS 8/03/2010

489430	ESCOBILLON DE FIBRA DURA	1	$2,5804	$2,5804
429856	ESCOBA PLUMADA FLORENCIA C/TUB	1	$2,2232	$2,2232
555061	JGO. 20PZ LLAVES MIXTAS STD-MM	1	$38,5179	$38,5179
546402	LLAVE AJUSTABLE 6" I" TRUPER	1	$5,1429	$5,1429
541309	MARTILLO UNA 16OZ MANGO METAL/	1	$7,9643	$7,9643
535761	FLEXOMETRO 5MT CONTRA IMPACTO	1	$4,6964	$4,6964
547530	ALICATE 8" UNIVERSAL PROFESION	1	$8,5000	$8,5000
429171	ESCOBA CERDA NATURAL NEGRA PEQ	1	$2,2500	$2,2500
429201	PALA METALICA C/MANGO	1	$7,7321	$7,7321
522163	PINZA PUNTA 6" 1000V TRUPER	1	$6,2946	$6,2946
434361	GUANTE MASTER N-8 USO MULTIPLE	1	$1,0893	$1,0893
428570	LIMPIAVIDRIOS 901 1 LT C/PISTO	1	$2,5446	$2,5446
589942	ESCALERA T2 LINEAL 3.05MT ALUM	1	$70,6429	$70,6429
562173	CAJA HERRAM RIMAX 20" V/COLOR	1	$11,9643	$11,9643
584843	CINTURON ANTILUMBAGO "M" TRUPE	1	$13,4107	$13,4107
522880	MANGUERA P/JARDIN 1/2"*20MT NE	1	$13,3661	$13,3661
434019	DESINFECT.SAMPIC LAVANDA INSLE	1	$3,7054	$3,7054
371130	FUNDA D/BASURA 89X1.20CM NEGRA	1	$2,2946	$2,2946
440779	CLORO REGULAR AJAX 1000ML	1	$1,1071	$1,1071
446920	CINTA EMBA. ECONOMICA 100YDX48	1	$1,9911	$1,9911
581585	BOTIN 42 CAFE PUNTA DE ACERO	1	$41,8661	$41,8661
438016	DETERGENTE EN POLVO 1000GR BLU	1	$1,9196	$1,9196
438083	ACEITE PRIDE P/MUEBLES CEREZA	1	$2,1875	$2,1875
140988	P.H. JUMBO 2H 250M C/2 UNDS	1	$6,0714	$6,0714
346446	PAPELERA VAIV SWIN 35LT GRIS/P	1	$12,4911	$12,4911

EFECTIVO $275,55

$0,00

$275,55

Vta.tarifa 12	Vta.tarifa 0	Tot.Vta.Neta	IVA Tar. 12	IVA Tar.0	
$275,55	$0,00	$275,55	$33,07	$0,00	$308,62

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A.
En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercaderia, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturacion previo su conocimiento.

Los precios unitarios de esta proforma **NO incluyen I.V.A.**

FIRMA:_____ ESTABLECIMIENTO

FIRMA:_____ CLIENTE

ANEXO XXIV

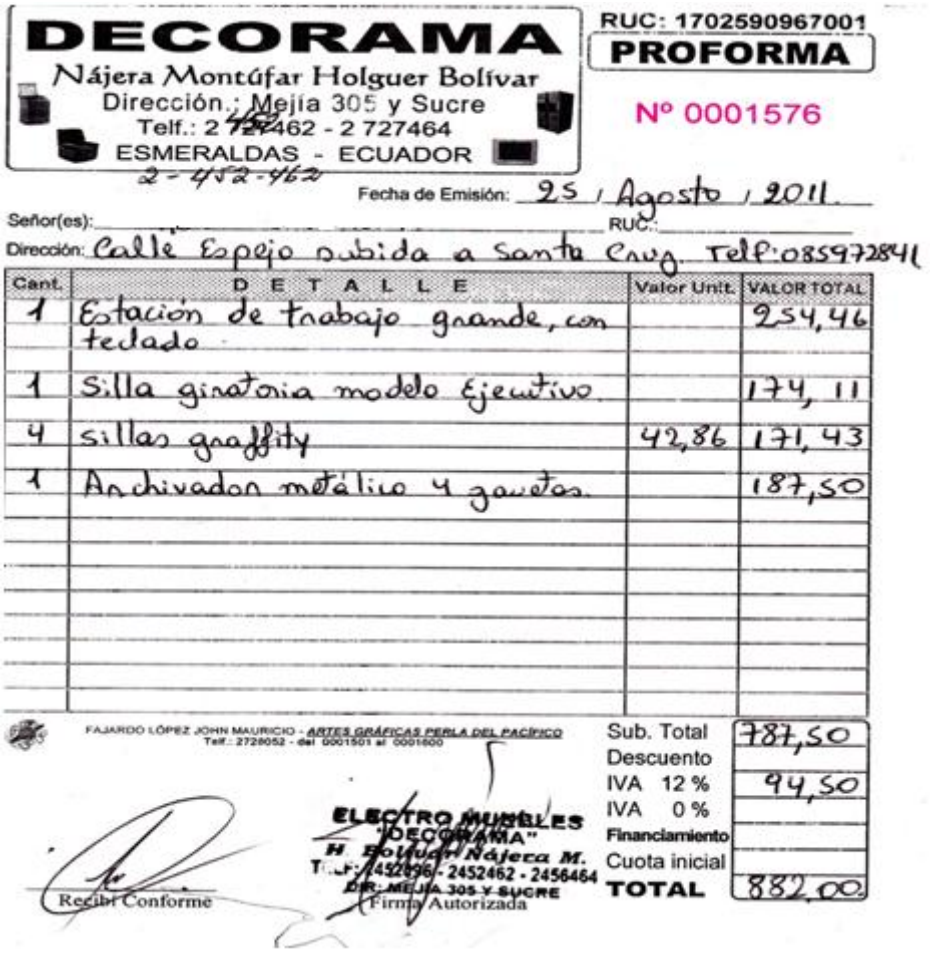
De: Cartobag Cajas <cartobag@yahoo.com>
Asunto: Re: COTIZACION DE CARTONES
A: "JAVIER BURBANO SALAZAR" <jav-bs@hotmail.com>
Fecha: miércoles, 23 de agosto de 2011

Sr. Burbano

A continuación detallo la proforma por usted solicitada

Cajas
15x30x30 en pared simple $ 0.04 INC. IVA Jhoanna Abril
CARTOBAG

ANEXOS XXV



DECORAMA
Nájera Montúfar Holguer Bolívar
Dirección: Mejia 305 y Sucre
Telf.: 2 727462 - 2 727464
ESMERALDAS - ECUADOR
2-452-462

RUC: 1702590967001
PROFORMA
Nº 0001576

Fecha de Emisión: 25 / Agosto / 2011

Señor(es): _____ RUC: _____

Dirección: Calle Espejo subida a Santa Cruz Telf: 085972841

Cant.	DETALLE	Valor Unit.	VALOR TOTAL
1	Estación de trabajo grande, con tedado		254,46
1	Silla giratoria modelo Ejecutivo		174,11
4	sillas graffity	42,86	171,43
1	Archivador metálico 4 gavetas.		187,50

FAJARDO LÓPEZ JOHN MAURICIO - ARTES GRÁFICAS PERLA DEL PACÍFICO
Telf.: 2728052 - del 0001501 al 0001600

Sub. Total	787,50
Descuento	
IVA 12 %	94,50
IVA 0 %	
Financiamiento	
Cuota inicial	
TOTAL	882,00

ELECTRO MUEBLES "DECORAMA"
H. Bolívar Nájera M.
Telf.: 2452896 - 2452462 - 2456464
DIR: MEJIA 305 Y SUCRE

Recibí Conforme

Firma Autorizada

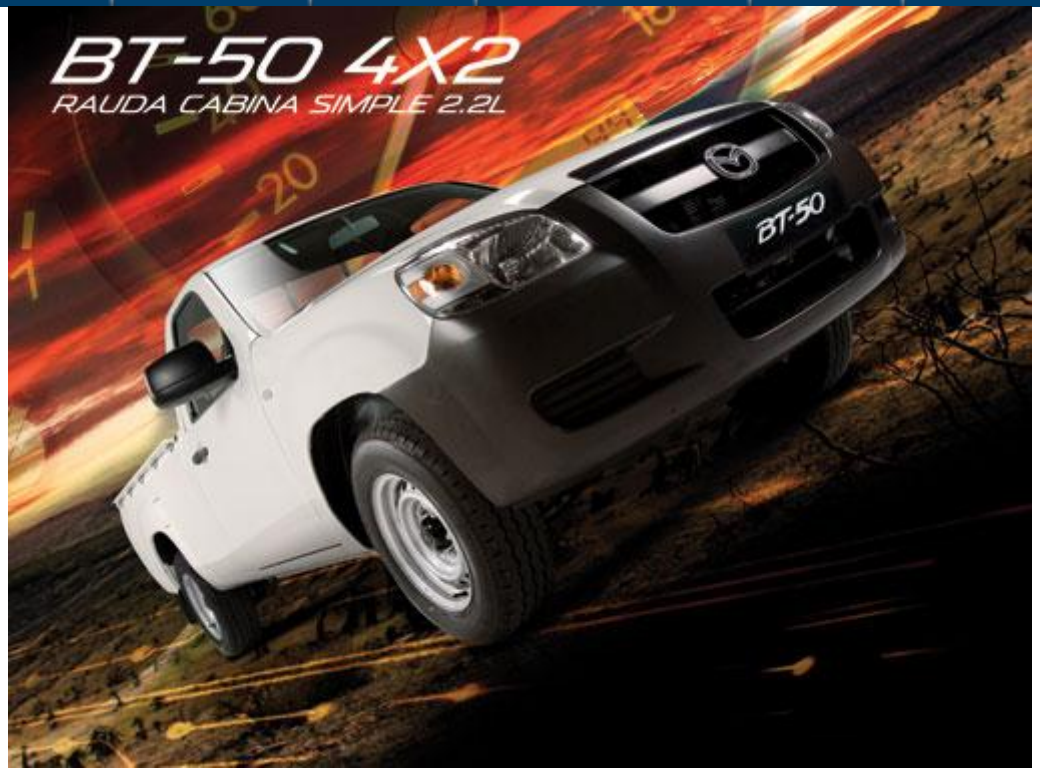
ANEXO XXVI

Autos | Camionetas | Accesorios | Garantía | Concesionarios | Noticias | Descargas | Preguntas Frecuentes

BT-50 4X2
RAUDA CABINA SIMPLE 2.2L

- Cabina Simple 4x2
- Datos Generales
- Características
- Colores
- Galería
- Comparación BT50
- Recubrimiento BT-Liner
- Accesorios
- Comercial
- Cuadro de Mantenimiento

Desde $19.190
incluye IVA e ICE



Motor

Cilindraje: 2184 c.c.

Potencia: 101,20 H.P.

Transmisión

Manual: 5 velocidades + retro

Frenos

Delanteros: Discos ventilados. Traseros: Tambores con sistema de bandas autoajustables.

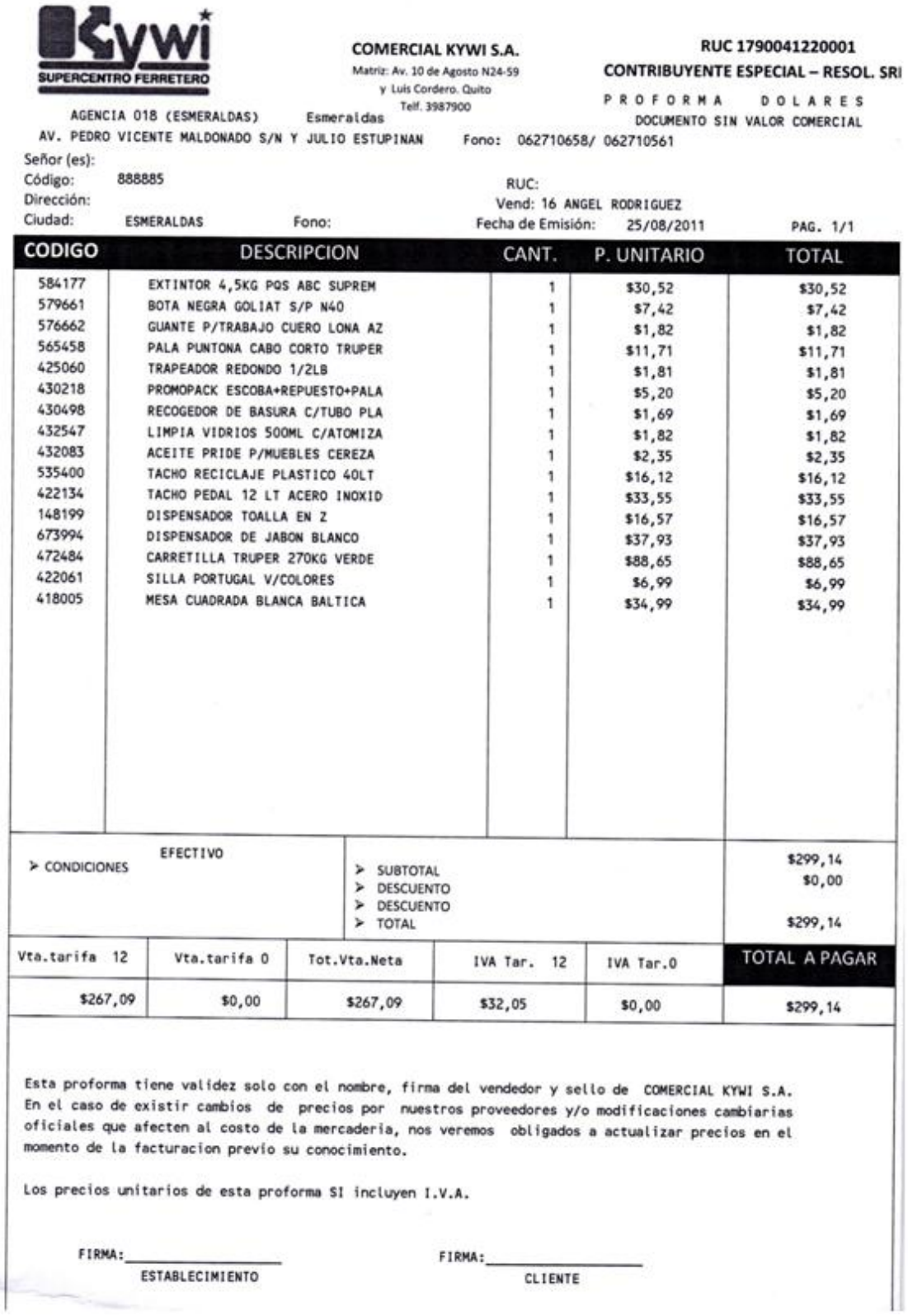
Origen:

Ecuador

UNA CASTA LEGENDARIA QUE NO LE TEME A NADA NI A NADIE



ANEXO XXVII



SUPERCENTRO FERRETERO

COMERCIAL KYWI S.A.
Matriz: Av. 10 de Agosto N24-59
y Luis Cordero. Quito
Telf. 3987900

RUC 1790041220001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL – RESOL. SRI

P R O F O R M A D O L A R E S
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

AGENCIA 018 (ESMERALDAS) Esmeraldas
AV. PEDRO VICENTE MALDONADO S/N Y JULIO ESTUPINAN Fono: 062710658/ 062710561

Señor (es):
Código: 888885
Dirección:
Ciudad: ESMERALDAS Fono:

RUC:
Vend: 16 ANGEL RODRIGUEZ
Fecha de Emisión: 25/08/2011 PAG. 1/1

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P. UNITARIO	TOTAL
584177	EXTINTOR 4,5KG PQS ABC SUPREM	1	$30,52	$30,52
579661	BOTA NEGRA GOLIAT S/P N40	1	$7,42	$7,42
576662	GUANTE P/TRABAJO CUERO LONA AZ	1	$1,82	$1,82
565458	PALA PUNTONA CABO CORTO TRUPER	1	$11,71	$11,71
425060	TRAPEADOR REDONDO 1/2LB	1	$1,81	$1,81
430218	PROMOPACK ESCOBA+REPUESTO+PALA	1	$5,20	$5,20
430498	RECOGEDOR DE BASURA C/TUBO PLA	1	$1,69	$1,69
432547	LIMPIA VIDRIOS 500ML C/ATOMIZA	1	$1,82	$1,82
432083	ACEITE PRIDE P/MUEBLES CEREZA	1	$2,35	$2,35
535400	TACHO RECICLAJE PLASTICO 40LT	1	$16,12	$16,12
422134	TACHO PEDAL 12 LT ACERO INOXID	1	$33,55	$33,55
148199	DISPENSADOR TOALLA EN Z	1	$16,57	$16,57
673994	DISPENSADOR DE JABON BLANCO	1	$37,93	$37,93
472484	CARRETILLA TRUPER 270KG VERDE	1	$88,65	$88,65
422061	SILLA PORTUGAL V/COLORES	1	$6,99	$6,99
418005	MESA CUADRADA BLANCA BALTICA	1	$34,99	$34,99

➢ CONDICIONES EFECTIVO	➢ SUBTOTAL	$299,14
	➢ DESCUENTO	$0,00
	➢ DESCUENTO	
	➢ TOTAL	$299,14

Vta.tarifa 12	Vta.tarifa 0	Tot.Vta.Neta	IVA Tar. 12	IVA Tar.0	TOTAL A PAGAR
$267,09	$0,00	$267,09	$32,05	$0,00	$299,14

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A. En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercaderia, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturacion previo su conocimiento.

Los precios unitarios de esta proforma SI incluyen I.V.A.

FIRMA:_____ FIRMA:_____
ESTABLECIMIENTO CLIENTE

ANEXO XXVIII

Esmeraldas,Agosto 2011

CORPO Esmeraldas

Señores
Javier Burbano
CONFITRO CIA. LTDA.
Presente.-

De mis consideraciones

A través del presente me permito remitir a usted la siguiente información:

CONTRATO DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

CONCEPTO	Valor/Dólares
Gastos por tramitología CORPO ESMERALDAS	**200,00**
Gastos del Notario	
Elevar Minuta a escritura pública	70,00
Marginación de Escrituras	20,00
Subtotal	**90,00**
Gastos del Registro Mercantil	
Inscripción de la Compañía	40,00
Nombramientos Gerente y Presidente	25,40
Subtotal	**65,40**
Publicación del Extracto	**43,68**
Acompañámiento trámites: Permiso funcionamiento, patente municipal, Registro IEES, Apertura Cuenta,	**30,00**
Otros	**26,00**
SUBTOTAL	**455,08**
Apertura de Cuenta de Integración de Capital (dicho valor sera rembolsable culminada la Constitución, dicho valor no incluye el presupuesto total)	**400,00**
TOTAL	**855,08**

El cliente tendrá que asumir por la diferencia de los rubros tanto por gastos de Notario, Registro Mercantil y publicación del extracto que están detallados en los cuadros.
Cabe indicar que todo el trámite de constitución se lo realiza desde la VUE, incluye la obtención del RUC en un mes.
Esta compañía se forma con minimo de dos socios máximo quince, y tiene la facultad de realizar todo tipo de operación en el mercado.

Para cualquier información o ayuda en cuanto al tramite comuniquese
Vanessa Pazmiño
RESPONSABLE DE LA VUE-CORPOESMERALDAS
Dirección: Av. Bolivar y 10 de Agosto Edificio Gobierno Provincial , planta baja.
Telefono: 062712353/062721433
Esmeraldas - Ecuador

Atentamente,

Vanessa Pazmiño
VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL-CORPOESMERALDAS

CLIENTE

ANEXO XXIX

MODELO DE MINUTA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las clausulas siguientes:

PRIMERA.- OTORGANTES: Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, los señores: JAVIER ENRIQUE BURBANO SALAZAR de veintidós años de edad, soltero, portador de la cédula de ciudadanía número 0801907197; JORGE LUIS SALAZAR GARCÉS de treinta y tres años de edad, soltero, portador de la cédula número 0801580911; CARLOS ALBERTO SANTILLAN ROA de veintinueve años de edad, soltero, portador de la cédula de ciudadanía número 1100289766. Todos son ecuatorianos, comerciantes, domiciliados en la ciudad de Esmeraldas y capaces para contratar y obligarse.

SEGUNDA.- CONSTITUCIÓN: Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía de Responsabilidad Limitada MUDA EXPRESS CIA. LTDA., que se regirá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA CONFITRO CIA. LTDA.

CAPÍTULO PRIMERO.- DE LA RAZÓN SOCIAL, DEL DOMICILIO, DEL OBJETO SOCIAL Y DEL PLAZO DE DURACIÓN.

ARTÍCULO UNO. DE LA RAZÓN SOCIAL.- La razón social de la compañía es CONFITRO CIA. LTDA., debiendo en consecuencia, identificarse con este nombre, en todas sus operaciones, actividades, actos y contratos, y asuntos judiciales y extrajudiciales.

ARTÍCULO DOS.- DEL DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Esmeraldas, provincia de Esmeraldas, República del Ecuador. Por resolución de la junta general de socios podrá establecer, sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme la Ley.

ARTÍCULO TRES.- DEL OBJETO SOCIAL.- El objeto social de la compañía es: Producir y comercializar troliches, con marca y empaque innovador, que permita rescatar una tradición ecuatoriana. Para la consecución del objeto social, la compañía

podrá actuar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos y negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley.

ARTÍCULO CUATRO. DEL PLAZO DE DURACIÓN.- El plazo de duración de la compañía es de treinta años, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil del cantón Esmeraldas; sin embargo la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

CAPÍTULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL.

ARTÍCULO CINCO. DEL CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de ochocientos dólares estadounidenses, dividido en ochocientas participaciones de un dólar cada una.

ARTÍCULO SEIS. DEL AUMENTO DE CAPITAL.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social presente, en la forma prevista con la Ley. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportaciones, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO SIETE. DEL PAGO DEL AUMENTO DE CAPITAL.- El aumento de capital se lo hará con nuevas participaciones, y su pago será: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas, y/o utilidades, por revalorización del patrimonio, y por los demás medios reconocidos por la Ley. La reducción del capital se lo hará por resolución de la Junta General de Socios, en riguroso apego a la Ley de Compañías.

ARTÍCULO OCHO. DE LOS CERTIFICADOS DE APORTACIÓN.- Los certificados de aportaciones constarán en libretines con sus respectivos talonarios, los mismos que contendrán: la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado por el socio, número de las participaciones que por su aporte le corresponden al socio, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio principal de la compañía, fecha de la escritura de constitución y notaria en la que se celebró, número y fecha de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, su carácter de no negociable, y, la firma del presidente y gerente general de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el de socios y participaciones. La compañía entregará a cada socio el correspondiente certificado de

aportes, quien, para constancia de su recepción firmará el respectivo talonario. En caso de pérdida, destrucción o sustracción del certificado, el socio podrá solicitar que se le otorgue un duplicado, de lo cual se marginará una razón en el libretín correspondiente. Todas las participaciones son de igual calidad, acumulativas e indivisibles.

ARTÍCULO NUEVE. DE LA TRANSFERENCIA DE LAS PARTICIPACIONES.- Las participaciones de los socios son transferibles por acto entre vivos, y transmisibles por herencia, con las formalidades y requisitos expresamente establecidos en la Ley de Compañías. En caso de cesión de participantes, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.

ARTÍCULO DIEZ. DEL FONDO DE RESERVA.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos el veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidas y realizadas, para tal objeto.

ARTÍCULO ONCE. DE LA AMORTIZACIÓN.- La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma y con los requisitos que señala la Ley de Compañías.

CAPÍTULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS: DE LOS DERECHOS, DE LAS OBLIGACIONES Y DE LAS RESPONSABILIDADES.

ARTÍCULO DOCE. DE LOS DERECHOS.- Son derechos de los socios:

a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de junta general de socios, personalmente o por medio de representantes o mandatario, que puede ser socio o no, mediante carta poder o poder notarial, para cada sesión; el poder a quien no es socio, necesariamente será otorgado por escritura pública. Cada participación da al socio el derecho a un voto;
b) Elegir y ser elegido para los órganos de administración, control y fiscalización;
c) Percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones sociales pagadas; lo mismo respecto del acervo social, de producirse la liquidación de la compañía;
d) Limitar su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, con las excepciones de Ley;
e) Solicitar a la junta general de socios la revocación de la designación del gerente general, por las causales que señala la Ley de Compañías;
f) Recurrir a la Corte Superior de Justicia de Esmeraldas, impugnando los acuerdos o resoluciones de la junta general de socios, adoptados ilegalmente; y,

g) Los demás previstos en la Ley de Compañías y en este estatuto.

ARTÍCULO TRECE. DE LAS OBLIGACIONES.- Son obligaciones de los socios:

a) Cumplir con las actividades y deberes que le asigne la junta general de socios, el presidente o el gerente general;
b) Ejercer las funciones encomendadas por la junta general de socios, el presidente o el gerente general.
c) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias, en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía, en la fecha y forma que resuelva la junta general de socios;
d) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración; y,
e) Las demás que señale la Ley de Compañías y este estatuto.

ARTÍCULO CATORCE. DE LAS RESPONSABILIDADES.- La responsabilidad de los socios por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales en la compañía, salvo las excepciones de Ley.

CAPÍTULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, DE LA ADMINISTRACIÓN Y DE LA REPRESENTACIÓN.

ARTÍCULO QUINCE. DEL GOBIERNO, DE LA ADMINISTRACIÓN Y DE LA RESPONSABILIDAD.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios; la administración al presidente y al gerente general, en su orden; y, la representación legal, judicial y extrajudicial al gerente general.

SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

ARTÍCULO DIECISÉIS. DE LA INTEGRACIÓN.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en números suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO DIECISIETE. DE LAS SESIONES.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias o extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, para su validez. La compañía podrá celebrar sesiones de junta general de socios en la modalidad e junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social, y los asistentes, que deberán

suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECIOCHO. DE LAS JUNTAS ORDINARIAS Y DE LAS JUNTAS EXTRAORDINARIAS.- La junta general ordinaria se reunirá por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, y la junta general extraordinaria, en cualquier tiempo en que fuere convocada. El ejercicio económico es anual y concluye el treinta y uno de diciembre. En las sesiones de junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria. Las resoluciones que se tomen en torno a asuntos que no constaron en la convocatoria, serán nulas.

ARTÍCULO DIECINUEVE. DE LA CONVOCATORIA.- Las juntas generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación, por lo menos, al señalado para la sesión. En la convocatoria se indicará la fecha, hora, lugar, local, objeto de la sesión y orden del día.

ARTÍCULO VEINTE. DE LA CONSTITUCIÓN.- La junta general de socios se considerará válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, cuando esté representado más de la mitad del capital social, y en segunda, se constituirá con el número de socios presentes, siempre que así se exprese en la convocatoria.

ARTÍCULO VEINTIUNO. DE LAS RESOLUCIONES.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social presente en la sesión, con las excepciones que señala la Ley de Compañías y este estatuto. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Por cada participación, los socios tienen derecho a un voto.

ARTÍCULO VEINTIDÓS. DE LA OBLIGATORIEDAD DE LAS RESOLUCIONES.- Las resoluciones de la junta general de socios tomadas con arreglo a la Ley y a este estatuto y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, haya o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS. DE LAS SESIONES Y DE SU PRESIDENTE.- La sesiones de junta general de socios serán presididas por el presidente de la compañía, y, a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios. Actuará de secretario el gerente general o el socio que a falta de aquel elija la junta, en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICUATRO. DE LAS ACTAS Y LOS EXPEDIENTES.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas foliadas, numeradas y escritas en el anverso y reverso. El presidente y secretario de la junta legalizarán el acta con sus firmas. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá: la copia del acta, la copia de la convocatoria a la junta y los documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

ARTÍCULO VEINTICINCO. DE LAS ATRIBUCIONES.- Son atribuciones de la junta general de socios:

- ✓ Resolver: el aumento o disminución del capital social, la fusión o transformación de la compañía, el cambio de nombre, la disolución anticipada y la prórroga del plazo de duración;
- ✓ Resolver sobre las reformas al contrato constitutivo y al estatuto; para lo cual se requerirá los votos de las dos terceras partes del capital social;
- ✓ Nombrar y remover de sus cargos al presidente, al gerente general, a los gerentes y a los empleados de la compañía;
- ✓ Fijar la remuneración del presidente, del gerente general, de los gerentes y de los empleados;
- ✓ Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores;
- ✓ Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- ✓ Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios;
- ✓ Acordar la exclusión de socios, por las causales establecidas en la Ley;
- ✓ Resolver cualquier asunto que no sea de la competencia privativa del presidente o del gerente general;
- ✓ Dictar las normas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- ✓ Interpretar con el carácter de obligatorio, en casos de duda, el estatuto;
- ✓ Acordar la venta o gravamen de los bienes inmuebles de la compañía;
- ✓ Acordar los reglamentos de la compañía;
- ✓ Aprobar el presupuesto de la compañía;
- ✓ Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones y oficinas de la compañía;
- ✓ Fijar la clase y monto de las cauciones para los empleados bajo cuya responsabilidad están los bienes y valores de la compañía;

Fijar el monto máximo para los actos y contratos que puede celebrar el gerente general, de los que puede celebrar conjuntamente con el presidente y de los que son privativos de la junta, sin perjuicio de lo que expresamente señala el artículo doce de la Ley de Compañías; y,

- ✓ Las demás que señale la Ley de Compañías y este estatuto.

ARTÍCULO VEINTISÉIS. DE LA OBLIGATORIEDAD DE LAS RESOLUCIONES.- Las resoluciones de la junta general de socios son obligatorias, desde el momento en que son tomadas legalmente.

SECCIÓN DOS: DEL PRESIDENTE.

ARTÍCULO VEINTISIETE. DEL NOMBRAMIENTO Y DE LA DURACIÓN EN EL CARGO.- El presidente será nombrado por la junta general de socios para un periodo de dos años, pudiendo ser reelegido indefinidamente. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO VEINTIOCHO. DE LOS DEBERES Y DE LAS ATRIBUCIONES.- Son deberes y atribuciones del presidente:

a) Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de las funciones del gerente general; lo cual, informará a la junta general de socios;
b) Convocar y presidir la sesiones de junta general de socios;
c) Suscribir conjuntamente con el gerente general las actas de las sesiones de junta general;
d) Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación correcta de sus políticas;
e) Actuar en reemplazo del gerente general, en caso de ausencia temporal o definitiva de éste, justificada o injustificada, con todas las atribuciones, y conservando las propias. Durará el reemplazo, mientras dure la ausencia del titular, y, en el caso, hasta que la junta general de socios designe al sucesor y se haya inscrito su nombramiento. Asumirá el reemplazo aun si no se le hubiere encargado por escrito;
f) Firmar el nombramiento del gerente general y conferir certificaciones sobre el mismo;
g) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el registro mercantil; y,

h) Los demás que le señale la Ley de Compañías, este estatuto, los reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

SECCIÓN TRES: DEL GERENTE GENERAL

ARTÍCULO VEINTINUEVE. DEL NOMBRAMIENTO Y DE LA DURACIÓN DEL CARGO.- El gerente general será nombrado por la junta general de socios para un periodo de dos años, pudiendo ser elegido indefinidamente. Puede ser socio o no.

a) Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente;
b) Conducir la gestión, los negocios y la marcha administrativa, económica y financiera de la compañía;
c) Vigilar el desempeño de los empleados y servidores de la compañía,
d) Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;
e) Realizar los pagos por gastos administrativos;
f) Realizar inversiones y adquisiciones hasta por la suma que le fije la junta general de socios, ya sea individual o conjuntamente con el presidente, sin perjuicio en lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;
g) Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el registro mercantil;
i) Suscribir con el presidente, las actas de las sesiones de junta general;
j) Llevar los libros de actas y expedientes de las sesiones de junta general;
k) Llevar las cuentas bancarias según sus atribuciones;
l) Presentar a la junta general de socios el informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la Ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico;
m) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;
n) Presentar a la junta general el proyecto de reformas al contrato social y al estatuto;
o) Subrogar al presidente, en su ausencia;
p) Ejercer y cumplir las atribuciones, deberes, obligaciones y responsabilidades señalados expresamente en la Ley de Compañías, este estatuto y reglamentos de la compañía, y los que resuelva la junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO.- DA LA FISCALIZACIÓN Y DEL CONTROL.

ARTÍCULO TREINTA Y UNO. DE LA ASESORÍA Y DE LA AUDITORÍA.- La junta general de socios podrá contratar, en cualquier tiempo, la asesoría contable y auditoría, con cualquiera persona natural o jurídica, especializadas en la materia. Si se trata de auditoría externa se estará a lo que dispone la Ley.

CAPÍTULO SEXTO.- DE LA DISOLUCIÓN Y DE LA LIQUIDACIÓN.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS. DE LA DISOLUCIÓN Y DE LA LIQUIDACIÓN.- La disolución y liquidación de la compañía se regirán por las disposiciones de la Ley de Compañías, del Reglamento pertinente, y por este estatuto. No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

CUARTA.- DECLARACIONES:

Uno. El capital con el que se constituye la compañía CONFITRO CIA. LTDA., ha sido suscrito en su totalidad, y pagado en la siguiente forma:

a) El señor JAVIER ENRIQUE BURBANO SALAZAR suscribe cuatrocientas participaciones de un dólar estadounidense cada una, con lo que su aporte es de doscientos dólares, y paga en dinero efectivo la cantidad de cien dólares;
b) El señor JORGE LUIS SALAZAR GARCÉS suscribe doscientas participaciones de un dólar estadounidense cada una, con lo que su aporte es de doscientos dólares, y paga en dinero efectivo la cantidad de cien dólares;
c) El señor CARLOS ALBERTO SANTILLÁN ROA suscribe doscientas participaciones de un dólar estadounidense cada una, con lo que su aporte es de doscientos dólares, y paga en dinero efectivo la cantidad de cien dólares; y,

Dos. El saldo del capital suscrito y no pagado, será cancelado a la compañía por cada socio, en dinero efectivo, en el plazo máximo de doce meses, a contarse desde la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil del cantón Esmeraldas.

Tres. El pago en numerario realizado por los socios, está depositado en la cuenta de integración de capital de la compañía, abierta en el BANCO GUAYAQUIL, cuya papeleta de depósito se agrega a esta escritura.

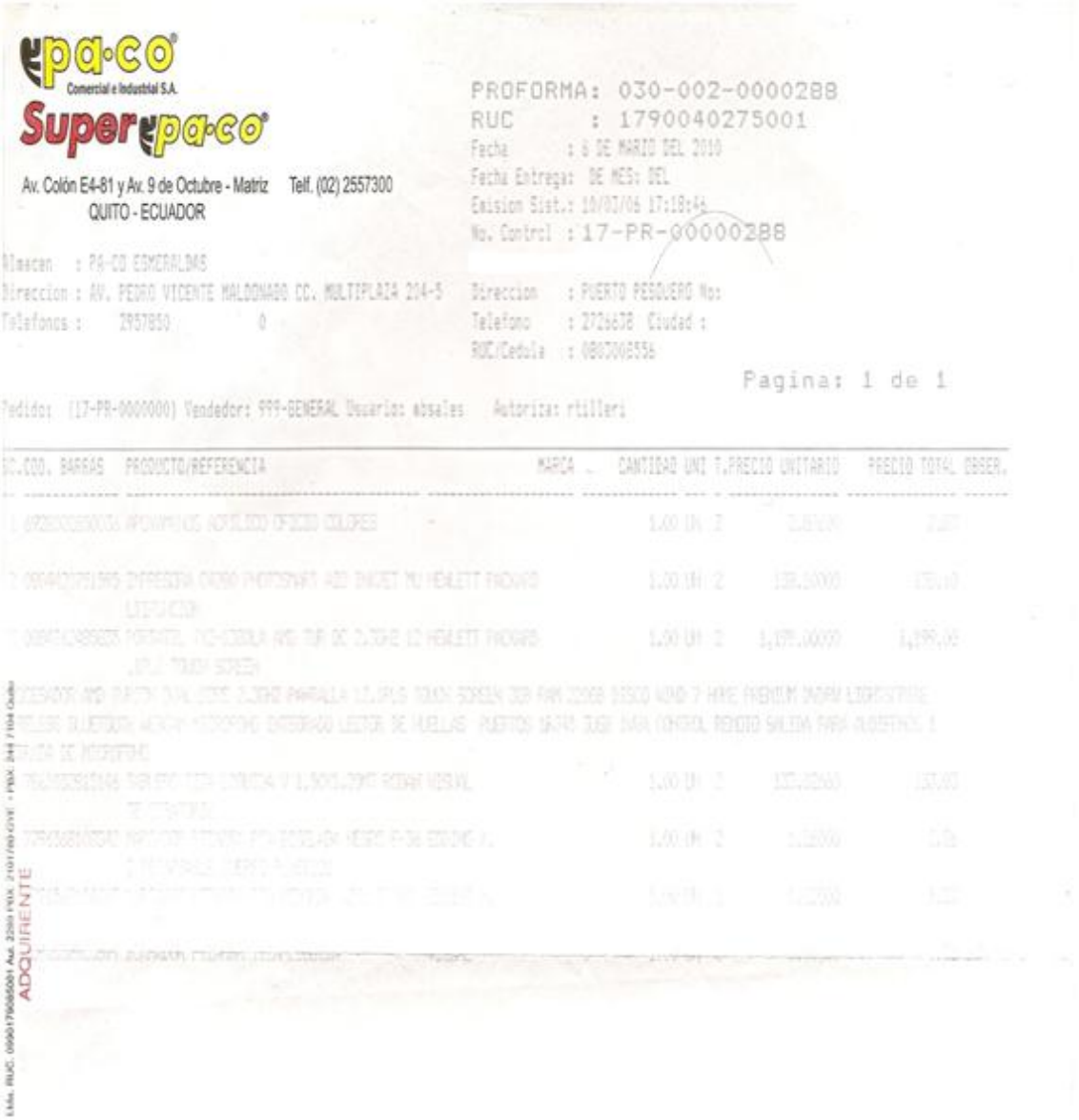
Cuatro. Los socios fundadores, nombran por unanimidad al señor Javier Enrique Burbano Salazar gerente general de la compañía, para el periodo estatutario de dos años, y le autorizan para que realice los trámites pertinentes, en orden a obtener la aprobación e inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil, que posibiliten su operación en forma legal.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de este estilo para su validez.

Atentamente,

El Abogado

ANEXO XXX



pa·co
Comercial e Industrial S.A.
Superpa·co

Av. Colón E4-81 y Av. 9 de Octubre - Matriz Telf. (02) 2557300
QUITO - ECUADOR

PROFORMA: 030-002-0000288
RUC : 1790040275001
Fecha : 6 DE MARZO DEL 2010
Fecha Entrega: DE MES: DEL
Emision Sist.: 10/03/06 17:18:46
No. Control : 17-PR-00000288

Almacen : PA-CO ESMERALDAS
Direccion : AV. PEDRO VICENTE MALDONADO CC. MULTIPLAZA 204-5
Telefonos : 2957850 0

Direccion : PUERTO PESQUERO No:
Telefono : 2726638 Ciudad :
RUC/Cedula : 0807006556

Pagina: 1 de 1

Pedido: (17-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: absales Autorizo: rtillers

CO.COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL DSCTO.

ADQUIRIENTE

ANEXO XXXI

telemar
Canal 23

OFERTA PUBLICITARIA

Paquete # 1

- *4 Spots publicitarios diarios de 30" de duración + 1 spots bono rep.*

Programación
Lunes a viernes

Programa	*Horarios*	
▪ *Espejo Público*	*07H00*	*17H00 rep.*
▪ *Cine mar*	*10H30*	
▪ *Notimar E. Central*	*12H20*	
▪ *Cine mar*	*20H00*	

Costo total del paquete mensual $280,00 USD + IVA

Paquete # 2

- *5 Spots publicitarios diarios de 30" de duración + 2 bono rep.*

Programación
Lunes a viernes

Programas	*Horarios*	
▪ *Espejo Público*	*07H00*	*17H00 rep.*
▪ *Cine mar*	*10H30*	
▪ *Musicales*	*14H00*	
▪ *Notimar E. Central*	*12H20*	
▪ *Notimar Estelar*	*19H00*	*23H00 rep.*
▪ *Cine mar*	*20H30*	

Costo total del paquete mensual $350,00 USD + IVA

Paquete # 3

- *8 Spots publicitarios diarios de 30" de duración + 3 bono rep.+1 mención*

Programación
Lunes a viernes

Programas	*Horarios*	
▪ *Espejo Público*	*07H00*	*17H00 rep.*
▪ *Cine mar*	*10H30*	
▪ *Notimar E. Central*	*12H20*	
▪ *Musicales*	*14H00*	
▪ *Notimar Estelar*	*19H00*	*23H00 rep.*
▪ *Hablemos Claro*	*21H00*	
▪ *Cine mar*	*20H00*	
▪ *En los Tacones de Eva*	*21H30*	

Costo total del paquete mensual $400,00 USD + IVA

Esperamos su positiva respuesta para servirle en forma eficaz, profesional y con seriedad

Atentamente,

Raúl Bustos B.
DEP. ADMINISTRACION Y VENTAS
MARVISION S.A. TELEMAR

Av. Colón 20-54 y Juan Montalvo Telfs.: 2712 916 / 2714 079 / 2714 642 / / www.telemar23.net
ESMERALDAS - ECUADOR

ANEXO N° XXXII

De: LOYNDS <sales@loynds.com>
Asunto: Re: PRECIO MAQUINAS
A: "JAVIER BURBANO SALAZAR" <jav-bs@hotmail.com>
Fecha: miércoles, 23 de agosto de 2011

Sr. Burbano Javier

El costo de las maquinas que Ud. solicita son los siguientes

Drop Roller Machine	8600,00
Cocina Batidora de Dulces	4400,00
GRANOS DXDK-40PLC	7100,00