



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE MAGÍSTER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN
DE CHOCOLATES RELLENOS DE FRUTAS
EN EL MERCADO CHILENO**

AUTOR: Andrés Francisco Vaca Farinango

DIRECTOR: MSc. Edison Meza Peñaherrera

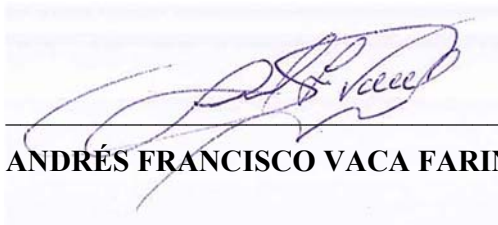
2017

Quito-Ecuador

CERTIFICACIÓN

Yo, ANDRÉS FRANCISCO VACA FARINANGO, declaro que soy el autor exclusivo de la presente investigación; y, que ésta es original, es auténtica y personal. Para todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi sola y exclusiva responsabilidad.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la UIDE, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



ANDRÉS FRANCISCO VACA FARINANGO

Yo, EDISON MEZA PEÑAHERRERA, Declaro que, en lo que yo personalmente conozco, al señor ANDRÉS FRANCISCO VACA FARINANGO, es el autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal.



MsC. Edison Meza Peñaherrera
C.I. 1705333957-8

AGRADECIMIENTO

A Dios, Mis padres en especial mi madre Anita, mi esposa Ari por su incondicional apoyo y mi hijo Ian, y su encantadora sonrisa. A mis profesores de maestría, mi director de tesis Edison Meza, a Guillermo Heredia por compartir su conocimiento y experiencia, Toda mi familia y amigos que siempre se preocupan por mí.

Millón Gracias

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
--------------------------	----------

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Situación actual: Síntomas y causas.....	3
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.4.1 Objetivo General	4
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.5.1 Justificación teórica.....	5
1.5.2 Justificación Metodológica	6
1.5.3 Justificación Práctica.....	7
1.6 CUADRO DE CONCEPTUALIZACIÓN DE VARIABLES	7

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	8
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	8
2.2 BASES TEÓRICAS	10
2.2.1 Industria del Cacao y Chocolate	11
2.2.1.1 Antecedentes del Cacao	11
2.2.1.2 Situación Nacional del Cacao	13
2.2.1.3 Antecedentes del Chocolate	15
2.2.1.4 Situación Mundial del Chocolate.....	17
2.2.1.5 Producción	20
2.2.1.6 Chocolates Rellenos.....	21

2.2.2 Oferta Exportable	24
2.2.3 El Mercado Chileno	26
2.2.3.1 Accesibilidad al Mercado Chileno	28
2.2.4 Factores claves de éxito	29
2.2.5 Estudio de Factibilidad.....	29
2.2.5.1 Componentes del Estudio de Factibilidad.....	31
2.3 BASES LEGALES	33
2.4 SUPUESTOS IMPLÍCITOS	42
2.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	45

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO	49
3.1 TIPO, DISEÑO, NIVEL Y MODALIDAD DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	49
3.1.1 Tipo de Investigación.....	49
3.1.2 Diseño de la investigación	49
3.1.3 Nivel de Investigación.....	50
3.1.4 Modalidad de la Investigación	51
3.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN CONSIDERADO EN EL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	51
3.3 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	53
3.3.1 Población y Muestra.....	53
3.3.1.1 Población.....	53
3.3.1.2 Muestra.....	53
3.3.2 Tipos de Muestreo.....	54
3.4 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	55
3.4.1 Validez	55
3.4.2 Confiabilidad.....	55
3.4.2.1 Hallazgos válidos y confiables.....	58
3.5 METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE CASOS.....	59
3.5.1 Demanda Potencial Insatisfecha (DPI)	62

3.5.2 Consumo Nacional Aparente (CNA)	62
---	----

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	63
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	63
4.1.1 Caso Tesis “El cacao y su incidencia en la industria nacional de elaborados de cacao en el periodo 2008 – 2012”	63
4.1.2 Caso Tesis “Ecuador de exportador del mejor cacao del mundo a Exportador del mejor chocolate del mundo”	64
4.2 CONCLUSIONES	65
4.3 RECOMENDACIONES	67

CAPÍTULO V

5. LA PROPUESTA.....	68
5.1 FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	68
5.1.1 Objetivos de la Propuesta.....	69
5.1.1.1 Objetivo General de la Propuesta.....	69
5.1.1.2 Objetivos Específicos de la Propuesta	69
5.2 ELEMENTOS DE LA PROPUESTA.....	69
5.2.1 Flujograma General de Actividades	70
5.3 VIABILIDAD DEL MERCADO	70
5.3.1 Demanda	71
5.3.2 Proyección de la Demanda.....	74
5.3.3 Oferta.....	74
5.4 VIABILIDAD TÉCNICA	76
5.4.1 Estructura legal de la empresa.....	76
5.4.2 Organigrama Estructural de la Compañía	77
5.4.3 Localización del Proyecto	78
5.4.4 Distribución de la Nave Industrial	79
5.5 VIABILIDAD FINANCIERA	80
5.5.1 Inversión.....	80

5.5.2 Activos	81
5.5.2.1 Activos No Corrientes.....	81
5.5.3 Financiamiento	82
5.5.4 Costos y Gastos	85
5.5.5 Ingresos	92
5.5.6 Evaluación Económico Financiera.....	94
5.5.6.1 Estados Financieros.....	94
5.5.6.2 Indicadores de Evaluación	101

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	113
6.1 CONCLUSIONES.....	113
6.2 RECOMENDACIONES	114

BIBLIOGRAFÍA	116
---------------------------	------------

ANEXOS	122
---------------------	------------

ANEXO 1: Depreciaciones	123
ANEXO 2: Simulación Préstamo Pichincha	126
ANEXO 3: Terreno	133
ANEXO 4: Maquinaria e Insumos	134
ANEXO 5: Equipo de Computo	141
ANEXO 6: Muebles y Enseres	144
ANEXO 7: Documentos de Exportacion.....	149
ANEXO 8: Cotizaciones y Proformas.....	155

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Síntomas y causas	3
Figura 2.	Porcentaje de superficie plantada y producción, según región.....	12
Figura 3.	Porcentaje de superficie plantada y producción, según región y provincia	13
Figura 4.	Chocolate negro	15
Figura 5.	Chocolate blanco	16
Figura 6.	Chocolate con leche	16
Figura 7.	Chocolate en Polvo	16
Figura 8.	Principales países exportadores de chocolate en el mundo (TM).....	18
Figura 9.	Mayores consumidores de chocolate a nivel mundial	19
Figura 10.	Mayores consumidores de chocolate en América Latina	20
Figura 11.	Producción de chocolate y semielaborados	24
Figura 12.	Destino de las exportaciones ecuatorianas	25
Figura 13.	Principales proveedores mundiales de chocolate a Chile 2003-2012.....	28
Figura 14.	Proceso de triangulación.....	58
Figura 15.	Flujograma general de actividades	70
Figura 16.	Organigrama estructural de la Cia	78
Figura 17.	Localización geográfica de la Cia.	79
Figura 18.	Distribución de la Cia.	80
Figura 19.	Punto de equilibrio.....	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Conceptualización de Variables	7
Tabla 2.	Mayores productores de cacao a nivel mundial.....	12
Tabla 3.	Superficie, producción y rendimiento del cacao	14
Tabla 4.	Mayores exportadores de chocolate a nivel mundial	17
Tabla 6.	Producción nacional de cacao y chocolate	21
Tabla 7.	Destino de las exportaciones ecuatorianas	25
Tabla 8.	Niveles de investigación.....	50
Tabla 9.	Consumo nacional aparente (CNA).....	72
Tabla 10.	Importaciones y exportaciones de chocolate relleno en Chile (Kg).....	73
Tabla 11.	Proyección de importaciones y exportaciones de chocolate relleno en Chile (Kg)	74
Tabla 12.	Producción de chocolate semanal vs capacidad instalada.....	75
Tabla 13.	Participación en las importaciones (oferta) chilenas años futuros (Kg).....	76
Tabla 14.	Recurso humano del proyecto	77
Tabla 15.	Activos no corrientes	82
Tabla 16.	Activos diferidos	82
Tabla 17.	Fuentes y usos.....	83
Tabla 18.	Tabla de amortización gradual Banco Pichincha	84
Tabla 19.	Costo de producción	85
Tabla 20.	Materia prima	86
Tabla 21.	Material indirecto	86
Tabla 22.	Mano de obra directa	87
Tabla 23.	Gastos de fabricación	87
Tabla 24.	Gastos de administración.....	88
Tabla 25.	Gastos de ventas	89
Tabla 26.	Capital de trabajo (4 meses)	90
Tabla 27.	Proyección de costos y gastos	91
Tabla 28.	Presupuesto de ingresos totales	93
Tabla 29.	Estado de situación inicial.....	95
Tabla 30.	Estado de resultados del inversionista.....	97

Tabla 31. Estado de resultados del proyecto	98
Tabla 32. Flujo de caja del inversionista	100
Tabla 33. Flujo de caja del proyecto.....	100
Tabla 34. Valor actual neto del inversionista	104
Tabla 35. Valor actual neto del proyecto.....	104
Tabla 36. Tasa interna de retorno del inversionista.....	105
Tabla 37. Tasa interna de retorno del proyecto	105
Tabla 38. Periodo de retorno de la inversión del inversionista	107
Tabla 39. Periodo de retorno de la inversión del proyecto	107
Tabla 40. Punto de equilibrio	110
Tabla 41. Punto de equilibrio total	111

SÍNTESIS

El emprendimiento es imprescindible actualmente para la economía del Ecuador y, si este está enfocado en la exportación, contribuye al ingreso de divisas, incrementando las cifras de la balanza comercial y mejora la calidad de vida de los ciudadanos, mediante la generación de empleos.

Este proyecto se ha desarrollado basándose en, la ventaja comparativa del cacao, industrialización del mismo mediante la elaboración de chocolate relleno de frutas y, la búsqueda de mercados potenciales. Realiza un análisis de casos anteriores existentes y propone un mercado específico de apertura hacia el resto del mundo que, para este caso, es Chile.

Mediante el estudio de factibilidad que incluye, oferta, demanda, indicadores económicos- financieros, se demuestra la viabilidad del proyecto con un modelo propuesto, así como sus conclusiones y recomendaciones, preparando el escenario para su próxima etapa, el estudio de marketing y su puesta en marcha.

Palabras Claves: Proyecto de Exportación – Chocolate - Industrialización - Matriz Productiva – Rentabilidad.

ABSTRACT

Entrepreneurship is currently essential to the Ecuadorian economy, and if it is focused on exports it contributes to the entry of foreign exchange and increasing trade balance figures. Also improves the quality of life of citizens through the generation of jobs.

This project has been developed based on the comparative advantage of cocoa, industrialization with the elaboration of chocolate with fruits, and the search of potential markets. I perform an analysis with previous cases and propose a specific market like a door to the rest of the world. The market selected is Chile.

Through the feasibility study that includes supply, demand, economic and financial indicators, we demonstrate the viability of the project with a model with their conclusions and recommendations. Now the stage is ready for the next step, the marketing study and its implementation.

Keywords: Export Project - Chocolate - Industrialization - Productive Matrix - Profitability

INTRODUCCIÓN

Hablar de la industrialización del Ecuador se ha vuelto un poco utópico, dado que es un tema que se ha tratado desde hace muchísimos años atrás y no se ve plasmado en la realidad. Las diversas fórmulas, leyes y mecanismos que a través de los años los gobiernos han implementado, están enfocados a la inversión nacional y extranjera y, ambos con objetivos como incrementar y fortalecer la productividad, las exportaciones, para de esta manera generar el empleo que tanto se necesita.

Es indiscutible que en la actualidad se ha presenciado el nacimiento de muchos emprendimientos, inclusive con algunos reconocimientos internacionales en varios ámbitos, como es el caso del camarón y el chocolate especialmente.

En parte se debe a los avances tecnológicos que existen hoy en día gracias a la globalización, la accesibilidad a la información permite una mayor precisión y conocimiento de los emprendimientos que pueden llevarse a cabo.

El presente proyecto se ha desarrollado como una alternativa adicional a otros pocos ya existentes y, es que la principal razón es muy contundente, se debe sacar el máximo provecho posible a la materia prima de calidad, como es el cacao fino de aroma, principal insumo para trabajar chocolate y otros derivados.

Se ha realizado una búsqueda preliminar en base a datos estadísticos para encontrar los principales mercados potenciales en los cuales se consume el chocolate, determinando así como mercado inicial el chileno, debido a características como la cercanía geográfica, el nivel de consumo per cápita, acuerdos comerciales vigentes. Por otra parte, de toda la variedad de chocolates existentes, el estudio se ha centrado en el chocolate relleno de frutas, para de esta manera aprovechar cierto tipo de frutas exóticas que se encuentran en Ecuador y que, son espectaculares y muy apetecidas, como por ejemplo, el maracuyá, el mango o la piña.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A través de los últimos años, los números respecto a la balanza comercial del Ecuador en su mayoría han estado a favor de las importaciones. El objetivo del gobierno de turno siempre ha sido buscar mecanismos que permitan expandir y fortalecer la producción nacional en búsqueda de mercados internacionales. Económicamente hablando, se obtendrá un superávit y con ello un mejoramiento en la calidad de vida de las personas.

Paralelamente en un mundo globalizado que avanza a pasos agigantados, la diferenciación de los productos se vuelve vital e indispensable para ganar mercado ante la feroz competencia de las empresas que luchan por lo propio, posicionar sus productos.

Los commodities se ven relegados y pasan a un segundo plano, aunque nunca dejarán de ser importantes en la economía de un país. Sin embargo, se vuelven vulnerables al ser dependientes del factor volumen, en otras palabras, quien maneje el mercado será el país con mayor producción y, este será el que establezca los precios en el mercado internacional.

La creación de un producto con valor agregado, genera mayores oportunidades de negocio que los commodities, siempre y cuando se cuente con las herramientas adecuadas. Una de ellas es un plan de factibilidad correctamente desarrollado.

La necesidad de Ecuador es detectar este tipo de oportunidades; emprender proyectos sustentables, aprovechar la información existente levantada por entidades gubernamentales y, enfocarse en la creación de productos diferenciados con miras a la exportación.

1.1.1 Situación actual: Síntomas y causas



Figura 1. Síntomas y causas

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Puede generarse ingreso de divisas e incremento de plazas de empleo en el Ecuador a partir de un proyecto de factibilidad de exportación de chocolate relleno de frutas en el mercado Chileno?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es la situación actual de la producción exportable de chocolates rellenos del Ecuador respecto al mundo y Chile?
- ¿Qué factores se deben tener en consideración para comercializar chocolates rellenos de frutas en el Mercado Chileno?
- ¿Qué se debería hacer para asegurar la factibilidad de un proyecto de exportación de chocolates rellenos de frutas en el mercado Chileno?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

- Proponer un estudio de factibilidad, de la exportación de chocolates rellenos de frutas al mercado chileno.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación de la producción exportable de chocolate relleno de frutas del Ecuador respecto al mundo y Chile.
- Identificar los factores clave que se deben tener en consideración para comercializar chocolates rellenos de frutas en el mercado Chileno.

- Elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de chocolates rellenos de frutas en el mercado Chileno.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Justificación teórica

Desde la creación del "Plan Nacional del Buen Vivir" en el año 2013 y su capítulo dirigido al "Cambio de la Matriz Productiva", se establecieron objetivos y medidas encaminadas al fomento de la producción nacional y de las exportaciones que, en gobiernos anteriores, no había pasado de ser únicamente un discurso de motivación para los empresarios.

La necesidad de encontrar mecanismos de emprendimiento y productividad están sustentados con estudios e información que actualmente están al alcance de toda la población.

La diversificación de productos industrializados es un tema en el cual se hace énfasis para el crecimiento de las economías en desarrollo, de esta forma, permitiría a dichos países renunciar a ser únicamente una nación de consumo y productora de bienes primarios.

La identificación de mercados potenciales es una oportunidad de crecimiento de las grandes empresas y las PYMES, con la cual incrementarían su producción, su mano de obra, su margen de ganancias y una mayor participación de distintos sectores que intervienen indirectamente en el proceso productivo.

El presente estudio comprenderá temas como conocer el mercado, analizarlo, determinar si el producto cuenta con algún grado de ventaja comparativa y, mediante una propuesta de estudio de factibilidad, diseñar la estrategia de inserción al mercado chileno.

En cuanto al proceso productivo de este proyecto, se analizará también a la maquila como mecanismo alternativo, lo cual entrega nuevas opciones al momento de generar un producto si se desconoce de proceso productivo del mismo.

La producción de cacao en el Ecuador en los datos históricos siempre lo ha posicionado como uno de los mayores abastecedores mundiales, sirviendo de materia prima a las grandes corporaciones.

Los mayores consumidores de chocolate se han centralizado en Europa así como sus mayores proveedores, prácticamente saturando el mercado y volviendo compleja aunque no imposible, la introducción de un nuevo chocolate desde el Ecuador.

Se debe tener muy en cuenta que existen países que por encontrarse relativamente cerca entre sí, deben ser considerados como socios naturales de comercio.

Chile es el mayor consumidor de Chocolate en América Latina, con un nada despreciable 2.1 kg por persona al año, a pesar de su baja población comparada con países como Brasil, México, Colombia o Argentina (MIFIC, s.f.)

Por otra parte, se debe estar conscientes que Chile es conocido por ser uno de los países que más acuerdos comerciales tiene en la región, lo cual no es una ventaja para el Ecuador sino más bien una equidad competitiva, donde para diferenciarse y sacar provecho depende de otros factores, como por ejemplo, la situación geográfica, la calidad del cacao, el valor agregado del chocolate, etc.

1.5.2 Justificación Metodológica

El presente estudio de negocios, servirá como un aporte para futuros proyectos en el proceso de introducción de productos al mercado chileno. Se convertirá en una fuente de información secundaria también para productos de similares características que pretendan ser comercializados bajo el mismo esquema de producción.

1.5.3 Justificación Práctica

La viabilidad del proyecto promueve por un lado la ampliación del portafolio de productos y, por otro incentiva a nuevas personas o empresas a implementar sus propios emprendimientos. De este modo, con el paso del tiempo se obtendrá el desarrollo económico que el país necesita y con ello sus beneficios.

1.6 CUADRO DE CONCEPTUALIZACIÓN DE VARIABLES

Para continuar este estudio, se utilizará un cuadro de conceptualización de variables, el cual permite conocer la situación actual o inicial y establecer el alcance del estudio mediante la determinación de las Variables, es decir, aquellos factores que pueden de alguna manera cambiar a causa de otro Factor (Variables Dependientes) o que más bien permanecen igual y no se ven alterados por la incidencia de otro factor (Variable Independiente).

Tabla 1. Conceptualización de Variables

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE
Diagnosticar la situación de la producción exportable de chocolate relleno de frutas del Ecuador respecto al mundo y Chile.	La situación de la producción exportable	Establecer conceptos y diferencias entre Cacao y Chocolate. Comprender acerca del cacao, su historia, su producción, su cultivo; la producción del Chocolate relleno de frutas y su relación de calidad respecto al tipo de Cacao Conocer las variedades de chocolate, sus rellenos, con énfasis en los de frutas. Diagnosticar la producción mundial. Consideraciones generales del proceso de exportación, su logística, normas sanitarias, licencias previas.
OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE
Identificar los factores claves que se deben tener en consideración para comercializar chocolates rellenos de frutas en el mercado chileno.	Los Factores claves	Cuáles son las preferencias y tendencias mundiales de consumo de chocolate. Acuerdos Comerciales entre Ecuador y Chile (preferencias arancelarias), Ventajas Comparativas y Competitivas (Situación Geográfica, logística)
OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACIÓN DE LA VARIABLE
Elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de chocolates rellenos de frutas en el mercado chileno.	Estudio de factibilidad	Mediante el estudio de casos y análisis elaborar un proyecto de factibilidad con las estrategias necesarias para posicionar el chocolate relleno de frutas en el mercado chileno.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Se han identificado algunos estudios de Postgrado existentes a nivel nacional, donde los más relevantes y cercanos al presente proyectos se detallan a continuación:

Antecedente 1:

Autor: Mónica Elizabeth Burbano Montalvo
Fecha: Septiembre de 2011
Universidad: FLACSO: Maestría en Economía y Gestión Empresarial
Título: ECUADOR DE EXPORTADOR DEL MEJOR CACAO DEL MUNDO A EXPORTADOR DEL MEJOR CHOCOLATE DEL MUNDO.

En este trabajo de investigación el autor tiene como objetivo general *Definir de qué manera puede el Ecuador pasar de ser el productor/exportador del mejor cacao del mundo (materia prima) a productor/exportador del mejor chocolate del mundo a gran escala.*

Finalmente concluye que: Las características geográficas y biofísicas del Ecuador le dan la ventaja de generar productos agrícolas de gran especificidad y calidad. Estos productos son valorados sobre todo en los mercados internacionales del llamado “primer mundo” (Burbano, 2011)

El involucramiento hacia atrás de la cadena de valor con los productores de cacao, desde la misma siembra, poda, cosecha y postcosecha del producto le garantiza contar con cacao de calidad, materia prima con la cual produce un chocolate de calidad,

generando desde el inicio “valor agregado”. El trabajo hacia delante con sus canales de venta, le asegura la distribución efectiva de sus chocolates en 16 países, en los años 70’s el país tenía la capacidad instalada para procesar (sobre todo semielaborados) todo el cacao que sembraba y cosechaba, a la par y con la misma vehemencia no se fomentaron las exportaciones de estos productos elaborados (Burbano, 2011)

El manejo de estas cifras históricas sirve a los comercializadores y especuladores para negociar anticipadamente la producción mundial de cacao como materia prima y sus semielaborados que están también sujetos a los vaivenes del precio determinados por la oferta y demanda. Sin embargo, el producto final, el chocolate no ve afectaciones sustanciales en su precio, al menos no a la baja, independiente de cómo se configure el mercado de la materia prima (Burbano, 2011)

Antecedente 2:

Autor: César Alfonso García Moscoso
Fecha: Abril de 2014
Universidad: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 Maestría en Finanzas y Proyectos Corporativos
Título: EL CACAO Y SU INCIDENCIA EN LA INDUSTRIA
 NACIONAL DE ELABORADOS DE CACAO EN EL
 PERIODO 2008 – 2012.

García, C., para orientar su investigación pretende *analizar la evolución en la producción de cacao y su incidencia en la industria nacional de elaborados de cacao, en el periodo 2008 – 2012.*

Con esa orientación concluye que: incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad permite proteger la industria nacional. Se lo hace con la finalidad de transformar la matriz productiva, incrementar el valor agregado del producto terminado, potenciando los servicios. También, ambientalmente sostenible y con buenos

niveles de eficiencia; impulsa el desarrollo económico, reduciendo las importaciones de elaborados de cacao y mejorando los ingresos del sector (García, 2014)

La exportación de productos terminados produjo 685.30 TM, en el 2008, subiendo a 1530.47 TM, en el 2012. Es decir, un 68.09% de crecimiento en el sector industrial, lo cual resultó beneficioso para el sector agroindustrial (García, 2014)

En gran medida, la tecnología moderna es producir y exportar productos terminados hacia el mercado internacional (García, 2014)

Para la hipotética empresa de elaborados de cacao, entre sus objetivos está la adquisición de máquinas y tecnologías. Esto permitirá la producción en escala y, por tanto, a menor costo y tiempo, dando facilidades para competir con el producto importado (García, 2014)

El análisis de VAN da como resultado que el proyecto de la hipotética empresa de elaborados de cacao es rentable, de la misma forma que el análisis de la TIR, resulta una mayor que la TMAR; De lo que se concluye que el proyecto es viable, para este tipo de negocio (García, 2014)

La información mencionada acerca de estos antecedentes entrega buenas perspectivas de los resultados que se puede obtener al final del proyecto. Permitirán tener un mejor panorama y, la posibilidad de llevar más lejos el estudio como es la internacionalización del producto en un mercado específico (García, 2014)

2.2 BASES TEÓRICAS

El presente proyecto como ya se había indicado, se sustenta en las variables, su estudio y análisis. El mecanismo para conseguirlo es mediante un estudio de factibilidad de exportación de chocolate relleno de frutas al mercado chileno.

Se requiere también el conocimiento de varias definiciones importantes, las cuales se mencionarán dentro de este apartado de *Bases Teóricas*.

Conocer la historia y el panorama del chocolate tanto a nivel mundial como local, permitirá estar preparados ante los posibles eventos a encontrar durante el desarrollo del proyecto.

También se podrá conocer de manera preliminar si el mercado objetivo escogido fue el correcto.

Se ratificará o desmentirá mediante un estudio de mercado que forma parte del estudio de factibilidad.

2.2.1 Industria del Cacao y Chocolate

Previo a realizar el presente estudio, se necesita conocer acerca del chocolate, su producción, el mercado en que se desenvuelve y su entorno en general.

Para entender correctamente las definiciones, se debe tener presente que cacao no es lo mismo que chocolate. El cacao es la fruta con la que se elabora el chocolate y, por tanto, no es lo mismo hablar de la situación de productores de cacao y productores de chocolate.

2.2.1.1 Antecedentes del Cacao

El nombre científico de la planta es *Theobroma cacao* y, se cree justamente que su origen proviene de las selvas amazónicas, abarcando países como Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, y Perú, es en esta región donde existe la mayor variedad de tipo de cacao conocido (Campal, Etxaniz, Imaz, & Salaberri, s.f.)

Actualmente, su producción se ha extendido a países de Centro América llegando hasta México y, a través de los océanos a continentes como África, Asia y Oceanía, y su cultivo es con fines comerciales (Campal, Etxaniz, Imaz, & Salaberri, s.f.)



Figura 2. Cacao

Fuente: (EXPOPLAZA, 2015)

Los mayores productores de cacao a nivel mundial se encuentran concentrados, de hecho conjuntamente suman el 93% de la producción mundial. La gran mayoría de países productores destinan sus ventas a la exportación, siendo la presentación más frecuente en grano (Campal, Etxaniz, Imaz, & Salaberri, s.f.)

Tabla 2. Mayores productores de cacao a nivel mundial

MAYORES PRODUCTORES DE CACAO A NIVEL MUNDIAL		
País	Toneladas/año	% MUNDIAL
Costa de Marfil	1.175.000	40%
Ghana	375.000	13%
Indonesia	365.000	13%
Nigeria	190.000	7%
Brasil	133.000	5%
Camerún	125.000	5%
Malasia	70.000	3%
Ecuador	75.000	3%
Colombia	50.000	2%
México	50.000	2%
Resto del Mundo	152.000	7%
TOTAL DE PRODUCCIÓN	2.760.000	

Fuente: (Campal, Etxaniz, Imaz, & Salaberri, s.f.)

Los expertos en el tema consideran que de la calidad del cacao deriva también la calidad del chocolate, brindando mayores oportunidades en su transformación,

volviéndolo más apetecible a los consumidores más exigentes y con mayores oportunidades de rentabilidad.

2.2.1.2 Situación Nacional del Cacao

El Ecuador es uno de los principales productores de Cacao a nivel mundial, como ya se ha mencionado. Según un estudio de Proecuador del año 2013, la región que concentra la mayor superficie cosechada de cacao es la región Costa, que en el 2009 registró el 80% de la superficie total a nivel nacional. Las provincias que cuentan con una mayor superficie cosechada de cacao son Manabí, Los Ríos y Guayas, también tiene una participación Esmeraldas, el Nororiente, El Oro. Las principales provincias de la región Sierra que cultivan cacao son Cotopaxi, Bolívar, Cañar, pero en menor participación (Pro Ecuador, 2013)

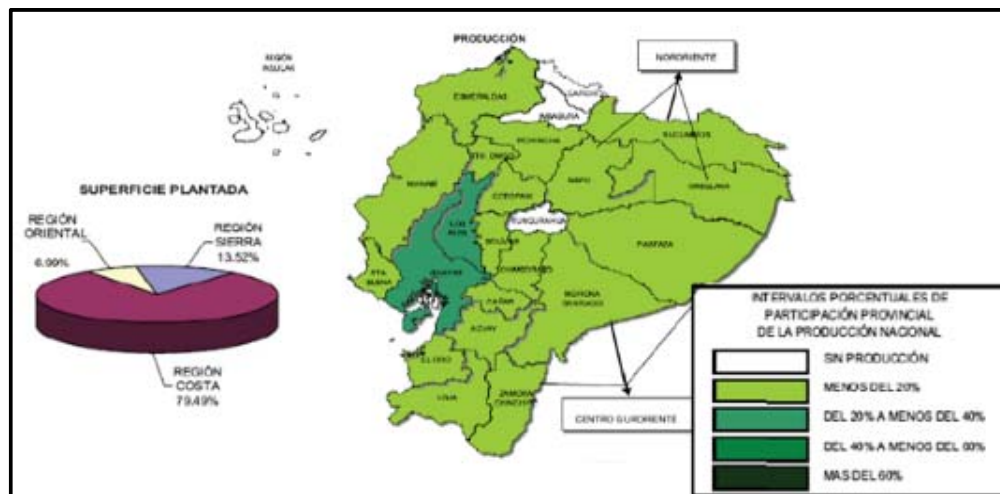


Figura 3. Porcentaje de superficie plantada y producción, según región y provincia

Fuente: (Pro Ecuador, 2013)

Producción Nacional de Cacao

Dentro del mismo estudio de Proecuador se establece que la producción de Cacao hasta el año 2011 a nivel nacional fue de 224,163 TM; con una superficie sembrada de 521,091 Has. y una superficie cosechada de 399,467 Has (Pro Ecuador, 2013)

Tanto la superficie sembrada, la cosecha y la producción registran incrementos en los cinco años posteriores (2007 – 2011), dando una tasa de crecimiento promedio anual de 5.35% para la superficie sembrada, 2.87% para la superficie cosechada y 14.28% para la producción de cacao. El aumento también se refleja en el rendimiento del producto (Pro Ecuador, 2013)

Tabla 3. Superficie, producción y rendimiento del cacao

TABLA DE SUPERFICIE, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO DEL CACAO				
Año	Superficie Sembrada (Hectáreas)	Superficie Cosechada (Hectáreas)	Producción (Ton. Métricas)	Rendimiento
2007	422.985,00	356.657,00	131.419,00	0,37
2008	455.414,00	360.025,00	132.100,00	0,37
2009	468.840,00	376.604,00	143.945,00	0,38
2010	470.054,00	398.104,00	189.755,00	0,48
2011	521.091,00	399.467,00	224.163,00	0,56

Fuente: (Pro Ecuador, 2013)

Derivados y Semielaborados del Cacao

En la producción de cacao se encuentran derivados como el chocolate, el cual es considerado un producto terminado y semielaborado, los cuales en el país se realizan de modo artesanal e industrial,

Los principales Semielaborados son:

- Nibs de Cacao: Los Nibs de Cacao son granos de cacao (*Theobromacacao*) luego de un proceso de selección, secado, limpiado, tostado y quebrado. No tienen cáscaras, son el corazón natural del chocolate (Agro Fórum, 2017)
- Pasta o Licor de Cacao: es una pasta fluida que se obtiene del cacao a partir de un proceso de molienda (Pro Ecuador, 2013)
- Torta de cacao: Es la fase sólida del licor de cacao. Se utiliza en la elaboración de chocolates (Pro Ecuador, 2013)

- Manteca de cacao: Es la materia grasa del cacao. Se conoce también como aceite de theobroma. Es usada en la producción de cosméticos y farmacéuticos (Pro Ecuador, 2013)
- Polvo de cacao: La torta puede ser pulverizada y convertirse en polvo de cacao. El cacao en polvo se usa básicamente para dar sabor a galletas, helados, bebidas y tortas. Así mismo, se emplea en la producción de coberturas para confitería y en postres congelados. El cacao en polvo se consume en la industria de bebidas, por ejemplo en la preparación de batidos de chocolate (Pro Ecuador, 2013)

2.2.1.3 Antecedentes del Chocolate

Como se había mencionado anteriormente, el cacao es el principal insumo para la elaboración de varios productos, entre ellos el cacao en grano, semielaborados como manteca de cacao, licor de cacao, pasta de cacao y cacao en polvo y, finalmente el último de ellos, como producto terminado el chocolate.

En este último se encuentran diversas variedades y presentaciones en el mercado, se ha diversificado y popularizado muchísimo la forma de comer chocolate a nivel mundial.

Los principales son:

Chocolate Negro: Es el chocolate propiamente dicho, resultado de la mezcla de la pasta y manteca del cacao sin azúcar (MIFIC, s.f.)



Figura 4. Chocolate negro

Fuente: (Hontoria, s.f.)

Chocolate Blanco: Su color se debe a la falta de cacao aunque contenga manteca de cacao (MIFIC, s.f.)



Figura 5. Chocolate blanco

Fuente: (Alchetron, s.f.)

Chocolate con Leche: Se compone de un 14% de grasa seca de Leche, 55% de sacarosa y 25% de cacao (MIFIC, s.f.)



Figura 6. Chocolate con leche

Fuente: (Bio Trendies, s.f.)

Chocolate en Polvo: Mezcla de cacao en polvo harinas y azúcar (MIFIC, s.f.)



Figura 7. Chocolate en Polvo

Fuente: (Diario Las Américas, 2017)

2.2.1.4 Situación Mundial del Chocolate

Principales exportadores de chocolate a nivel mundial

Es fundamental conocer quiénes son los principales actores con mayor oferta exportable a nivel mundial, esto entrega un primer plano en cuanto a volúmenes, posible disponibilidad y competidores.

Tabla 4. Mayores exportadores de chocolate a nivel mundial

EXPORTACIONES DE CHOCOLATE POR PAÍS (TM)					
	2012	2013	2014	2015	2016
Alemania	740.438,00	794.831,00	845.487,00	822.646,00	830.759,00
Bélgica	496.131,00	566.829,00	511.852,00	535.100,00	577.435,00
Países Bajos	270.349,00	374.422,00	387.913,00	385.996,00	405.236,00
Canadá	288.244,00	305.422,00	316.212,00	340.240,00	359.468,00
Francia	320.643,00	315.751,00	318.848,00	320.343,00	330.256,00
Usa	334.370,00	339.760,00	356.808,00	333.527,00	322.700,00
Polonia	218.228,00	258.095,00	256.222,00	295.929,00	317.199,00
Italia	244.716,00	243.180,00	249.224,00	264.913,00	278.319,00
México	221.749,00	226.397,00	194.385,00	202.375,00	214.206,00
Reino Unido	142.837,00	153.393,00	149.612,00	153.292,00	164.325,00

Fuente: (Trade Map, 2016)

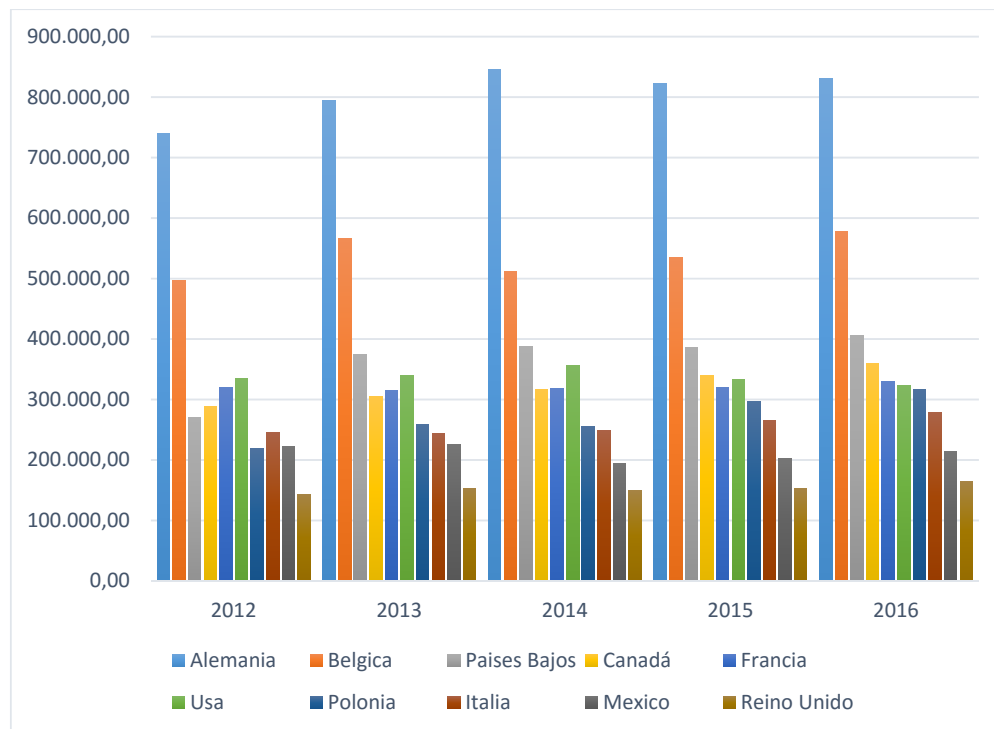


Figura 8. Principales países exportadores de chocolate en el mundo (TM)
Fuente: (Trade Map, 2016)

Principales consumidores de chocolate a nivel mundial

Es necesario también marcar una diferencia entre los países exportadores más grandes, hablando en términos de volumen y, los países que destacan por tener a la mayor población consumidora de chocolate.

El primero en la lista es Suiza, según datos de “*Leatherhead Food Research*”, es en este país donde se consume la mayor cantidad de chocolate por persona, una cifra de 12 kg al año (SDP Noticias, 2013)

Entre los primeros países de esta lista se encuentra a Irlanda, Reino Unido, Austria y Bélgica (SDP Noticias, 2013)

Tomando en cuenta que el chocolate no es un bien de primera necesidad y más bien se lo pudiera considerar como un “pequeño lujo”, no es de extrañar que la mayoría de los

países que se encuentran entre los primeros 20 lugares, cuentan con una gran población de clase media con ingresos disponibles más altos que el resto del mundo en desarrollo.

Los 10 principales países consumidores de chocolate en 2012 basado en el consumo per cápita:

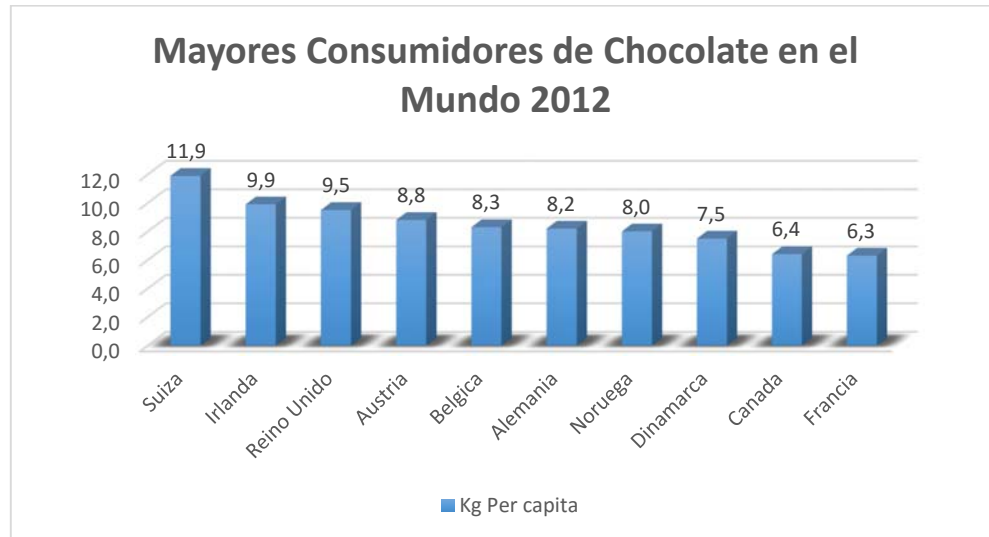


Figura 9. Mayores consumidores de chocolate a nivel mundial

Fuente: (SDP Noticias, 2013)

Por otra parte, también existen estudios realizados en América Latina, donde los valores son inferiores a los antes señalados, pero siguen siendo considerables. Dentro de la región se encuentra que el consumo por persona de chocolate se encuentra mayoritariamente en países como Chile 2,1 Kg, Uruguay 1,8 Kg y Brasil 1,6 kg. (América Economía, 2015)

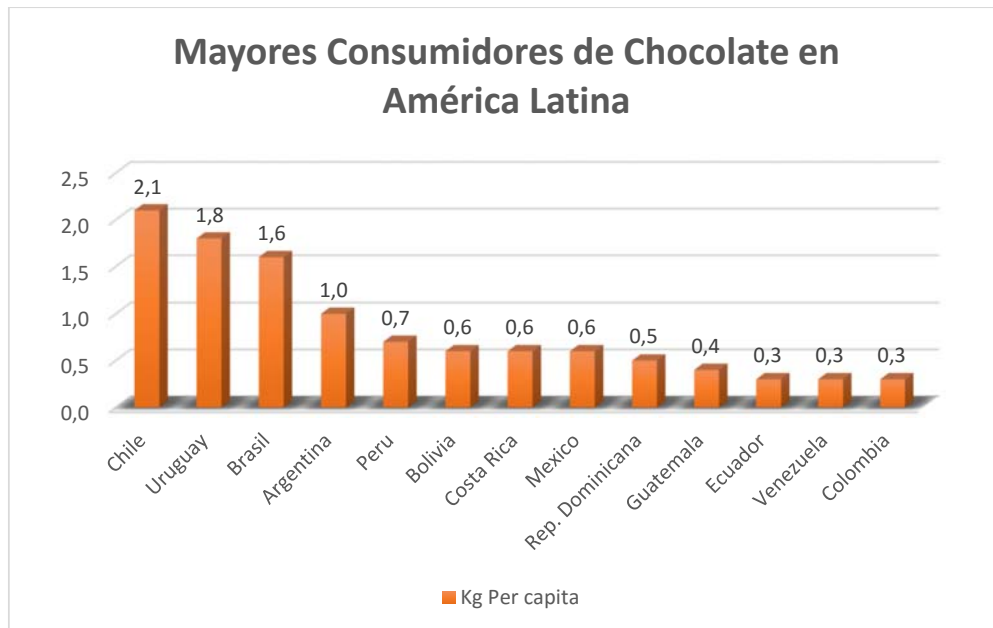


Figura 10. Mayores consumidores de chocolate en América Latina
Fuente: (América Economía, 2015)

2.2.1.5 Producción

A manera conceptual en el campo económico, la producción está definida como la creación y el procesamiento de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La producción constituye uno de los procesos económicos más importantes y, es el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza.

Existen diversas formas de llevar a cabo una determinada producción en el marco de una sociedad, determinadas por los vínculos de producción que los individuos establecen en el contexto laboral. Por medio de las relaciones de producción, el trabajo individual se convierte en una parte del trabajo social (Definición.de, s.f.)

En lo que respecta a este estudio, debe enfocarse en la Producción de Chocolate relleno de Fruta, mismo que se desarrollará párrafos más adelante.

Producción Nacional de Chocolate

El chocolate ecuatoriano es uno de los más exquisitos del mundo, desarrollado a través de los años en una estrecha relación con la tradición cacaotera insignia de los

pueblos costeros. Los semielaborados son una etapa semi-industrializada del cacao que, servirán de insumos esenciales para la fabricación de chocolates que deleitan a grandes y chicos en todo el mundo (Pro Ecuador, s.f.)

En cifras, la producción nacional de chocolate alcanza apenas al 1% de la producción total de cacao, lo demás se encuentra compuesto por granos y semielaborados (ANECACAO, 2015)

Tabla 5. Producción nacional de cacao y chocolate

PRODUCCIÓN NACIONAL (TM)		
AÑO	PRODUCCIÓN NACIONAL CACAO	PRODUCCIÓN NACIONAL DE CHOCOLATE
2007	131.419,00	1.314,19
2008	132.100,00	1.321,00
2009	143.945,00	1.439,45
2010	189.755,00	1.897,55
2011	224.163,00	2.241,63

Fuente: (ANECACAO, 2015)

2.2.1.6 Chocolates Rellenos

El chocolate relleno, como indica su nombre, es una cubierta de chocolate (en cualquiera de sus variantes y con un peso superior al 25 % del total) que recubre frutos secos (avellanas, almendras, nueces), licores, frutas, etc., así como galletas tipo wafer (Cookopedia, s.f.)

Dentro de esta categoría en cifras mundiales se encuentra que los mayores importadores de este tipo de chocolates en específico son países como:

- Reino Unido.
- Alemania.
- Francia.
- USA (Trade Map, 2016)

En general, se puede observar que no existen mayores diferencias en la importación mundial de chocolate según la variedad de chocolate.

Producción del Chocolate Relleno

El proceso productivo del chocolate va a diferenciarse de los componentes, ingredientes y presentación final del producto, sin embargo, en su mayoría los procesos son comunes. A continuación se detalla el paso a paso de la elaboración del chocolate.

El Chocolate

Paso 1: Los granos de cacao son lavados para remover todos los materiales extraños.

Paso 2: Los granos son tostados para extraer el sabor y color característicos a chocolate. La temperatura, el tiempo y la humedad utilizados durante el proceso de tostado dependen del tipo de granos y de la clase de chocolate o producto final que se quiera elaborar.

Paso 3: Con la finalidad de remover las cáscaras de los granos de cacao y dejar al grano libre, se utiliza una máquina separadora.

Paso 4: Alcalinización de los granos de cacao sin cáscara, generalmente con carbonato de potasio, con la finalidad de desarrollar el sabor y el color.

Paso 5: A continuación, estos granos son molidos para producir el licor de cacao (partículas de cacao suspendidas en la manteca de cacao). La temperatura (y el grado) de molienda varía de acuerdo al tipo de grano usado y el producto requerido.

Paso 6: Los fabricantes generalmente usan más de un tipo de grano en sus productos, por lo cual las diferentes variedades deben ser licuadas en conjunto para obtener la fórmula requerida.

Paso 7: El licor de cacao es prensado con el fin de extraer la manteca de cacao, quedando una masa sólida llamada torta de cacao prensada. Para producir tortas prensadas con diferentes proporciones de grasa, el fabricante controla la cantidad de la manteca extraída a partir del licor.

Paso 8: El proceso toma ahora dos direcciones diferentes. La manteca de cacao es utilizada en la fabricación del chocolate. La torta prensada de cacao es quebrada en pequeños pedazos y pulverizada posteriormente para formar el polvo de cacao.

Paso 9: El licor de cacao es usado para producir el chocolate a través de la adición de manteca de cacao. Otros ingredientes tales como azúcar, leche, agentes emulsificantes y productos equivalentes a la manteca de cacao, también son añadidos y mezclados. Dependiendo del tipo de chocolate a producir, variará la proporción de los diferentes ingredientes.

Paso 10: La mezcla es sometida a un proceso de refinamiento, mediante su paso por una serie de rodillos hasta que se forme una pasta suave. El refinado mejora la textura del chocolate.

Paso 11: El siguiente proceso, el conchado, desarrolla aún más el sabor y la textura. Este es un proceso de amasado o de suavizado. La velocidad, la duración y la temperatura de amasado afectan el sabor del producto final. Una alternativa a esta operación es el uso de un proceso emulsificante utilizando una máquina que funciona como una batidora de huevos.

Paso 12: A continuación, la mezcla es temperada o pasada a través de un proceso de calentamiento, enfriamiento y recalentamiento. Esto previene el decoloramiento del producto y la migración de grasas hacia su superficie, previniendo la formación de ciertos tipos de cristales durante la producción de la manteca de cacao.

Paso 13: La mezcla es colocada en moldes o usada para cubrir los productos rellenos y enfriada en un cuarto (o cámara) de enfriamiento (ICCO, s.f.)

El Relleno

Por otra parte, se debe preparar el relleno obtenido de la pulpa de la fruta elegida, se añade glucosa mientras se mantiene en movimiento mientras se encuentra al fuego hasta obtener el espesor deseado. Esta preparación se agrega finalmente a cada molde que contiene el chocolate.

Finalmente, el producto se enfría, se envasa y se distribuye. Gráficamente el proceso de producción de Chocolate se muestra en la figura 11.

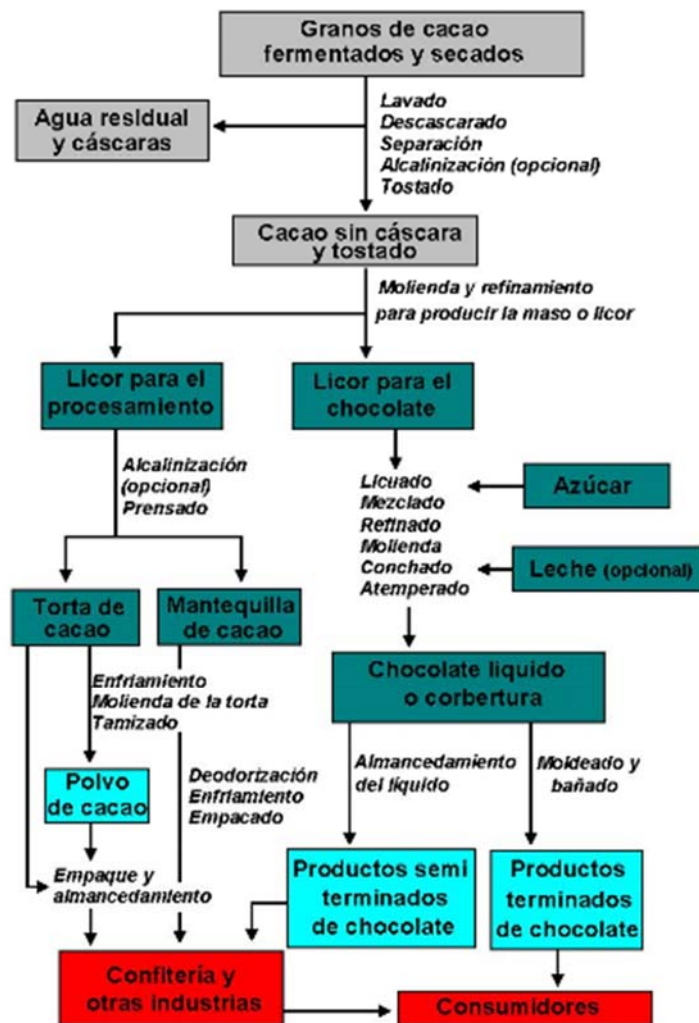


Figura 11. Producción de chocolate y semielaborados

Fuente: (ICCO, s.f.)

2.2.2 Oferta Exportable

La oferta exportable del proyecto a realizar consiste principalmente en asegurar los volúmenes solicitados por él o los clientes en Chile y, estar en la capacidad de contar con un producto que satisfaga los requerimientos de este mercado objetivo.

Principales destinos de las exportaciones Ecuatorianas

Las cifras estadísticas del Ecuador en la página Trademap de la FAO, muestra volúmenes relativamente bajos si se comparan con la de los principales países

exportadores de este producto. En virtud de ello, es donde se debe tomar como una oportunidad de negocio y crecimiento económico para el país. Si bien en la actualidad ya se encuentran empresas nacionales dedicadas a la elaboración y comercialización de chocolates para mercados extranjeros, todavía es un mercado en crecimiento.

Tabla 6. Destino de las exportaciones ecuatorianas

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE CHOCOLATE POR DESTINO (TM)					
	2012	2013	2014	2015	2016
Brasil	674	628	668	376	302
México	48	60	35	61	292
Argentina	164	165	166	184	239
Colombia	212	165	245	181	238
Usa	84	82	178	152	196
Chile	15	65	282	94	195
Países Bajos	13	28	26	55	73
Perú	59	41	61	20	42
China	0	10	0	0	35
Emiratos Árabes	1	0	1	1	24

Fuente: (Trade Map, 2015)

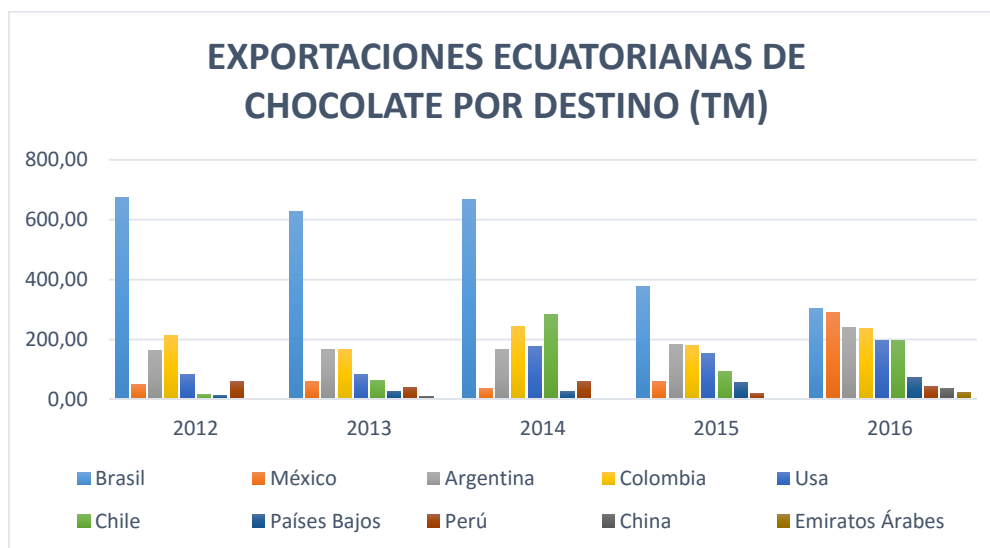


Figura 12. Destino de las exportaciones ecuatorianas

Fuente: (Trade Map, 2015)

La oferta exportable también tiene que considerar otro tipo de aspectos como, la disponibilidad del producto, capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa.

Disponibilidad de producto

Como ya se ha mencionado, los resultados del proyecto deben determinar el volumen disponible del producto *chocolate relleno de frutas* para el mercado chileno. El volumen debe ser aquel que se pueda ofrecer de manera estable o continua. De igual modo, debe cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo mencionado.

Capacidad económica y financiera de la empresa

El estudio de factibilidad también determinará los recursos necesarios con los cuales se debe contar para solventar la operación global, no únicamente la inversión inicial, sino garantizar su ciclo productivo normal hasta la venta al exterior, incluyendo todos los costos que se generen. Si la empresa a crear, fruto del proyecto, no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.

Capacidad de gestión

La empresa debe desarrollar una cultura enfocada desde un inicio a la internacionalización de sus productos, con objetivos claros y conocimiento de sus capacidades y debilidades, sin olvidar la capacidad de ofertar con precios competitivos.

2.2.3 El Mercado Chileno

Chile es el mayor consumidor per cápita de chocolate en América Latina (2.2kg en 2012 según Euromonitor International), rivalizando con Argentina por esa primera posición. El volumen de mercado de chocolates en Chile en 2012 fue de 38.000 toneladas y, para el 2017 se espera que llegue a las 42.000 toneladas. Se trata a pesar de ello de un

mercado bastante inmaduro aún, con gran margen de crecimiento del consumo y de desarrollo de cultura chocolatera (MIFIC, s.f.)

El mercado chileno de chocolate y derivados del cacao ha sido influenciado por las tendencias globales, como el éxito reciente del chocolate negro y el chocolate extra fino, la diversidad y sofisticación, alta calidad, chocolates artesanales, los productos con aplicaciones específicas como los orgánicos sin azúcar, con alto contenido de antioxidantes, con cacao de diferentes orígenes, golosinas de chocolate con trozos de frutas, etc. (MIFIC, s.f.)

La variedad de sabores, calidad y tipo está animando poco a poco a los consumidores a evolucionar desde un chocolate barato hacia mejores productos. El consumidor chileno está hoy dispuesto a pagar un poco más por productos que cumplan con sus expectativas, más ricos, más sanos, con sabores más originales y suficientemente diferenciados (MIFIC, s.f.)

Una de las variedades en las que ha aumentado el consumo en el último tiempo es el chocolate amargo, en parte por la preferencia por su sabor y también debido a que el consumidor que tiene intolerancia a la glucosa o es diabético pueda ingerir esta variedad en bajas cantidades (MIFIC, s.f.)

La predilección de los chilenos por el consumo de chocolates ha impulsado también la aparición y crecimiento de la “chocolatería gourmet” (MIFIC, s.f.)

Tiendas que se especializan en variedades especiales de este producto, para satisfacer las necesidades de personas que buscan algo especial para consumo propio o para regalar y cuyas ventas han crecido los últimos 5 años en cerca del 20% anual (MIFIC, s.f.)

Hay que tener en cuenta que se trata de una demanda relativamente estacionalizada, ya que un 7% del volumen total de las ventas de chocolate se realizan durante la temporada de la Pascua de Resurrección. La importancia del consumo en estas fechas es,

aún mayor en facturación, ya que los productos consumidos en esta época son los de mayor valor agregado (MIFIC, s.f.)

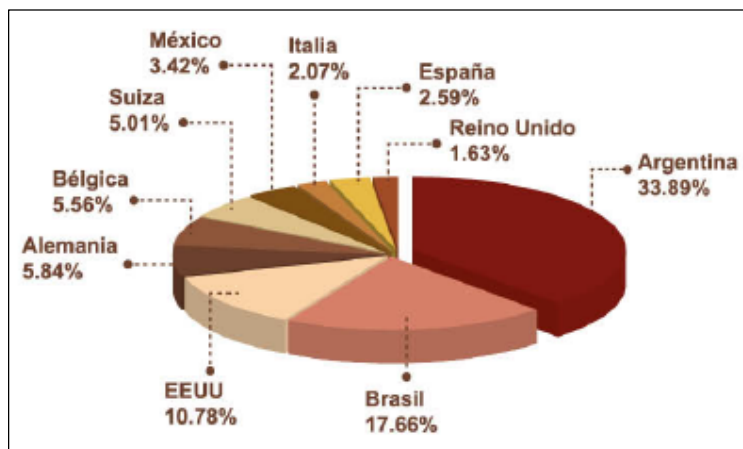


Figura 13. Principales proveedores mundiales de chocolate a Chile 2003-2012

Fuente: (MIFIC, s.f.)

2.2.3.1 Accesibilidad al Mercado Chileno

El Ecuador posee algunos convenios en materia comercial con distintos países lo que facilita el intercambio de mercadería entre sus miembros.

Ecuador y Chile bajo el esquema del ALADI han suscrito varios acuerdos desde su ingreso a este bloque de integración, su tratado más reciente es el ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL N 65 (ACE N° 65) firmado en el año 2007 donde se llegó a su máximo alcance que, consiste en la liberación total del Arancel para todos los productos, salvo los que se expresan en una lista de excepción y que son pocos.

La partida arancelaria para el producto chocolate relleno es la 1806.31 y, según lo antes mencionado ingresa al mercado chileno con una preferencia arancelaria del 100% al producto de origen ecuatoriano.

El porcentaje del arancel a la misma partida para países que no tienen acuerdos con Chile, se encuentra en el 6% del valor costo seguro y flete (CIF) de la importación. El

único impuesto que debe considerarse para este proyecto es el IVA que, en la actualidad se encuentra en el 19% del valor CIF en ese país (ALADI, 2015)

2.2.4 Factores claves de éxito

En los últimos años ha existido un crecimiento de marcas ecuatorianas de chocolate como por ejemplo: Pacari, República del Cacao y Hoja Verde que, son empresas que han obtenido reconocimiento a nivel internacional y se han hecho acreedoras a algunos premios gracias a sus productos. En gran medida esto se debe a que la materia prima principal, el cacao, se encuentra en el país con una diversa variedad según su calidad, incluyendo al *cacao fino de aroma* o también *conocido como cacao arriba* que es de los más apetecidos en el mercado gourmet y de los conocedores de chocolate a nivel mundial (Angulo, 2008)

Esto permite tener al alcance varias opciones al momento de elaborar chocolate y dirigirlo correctamente según el segmento de mercado a llegar.

El factor del reconocimiento de las marcas mencionadas antes, es positivo también, puesto que de alguna manera se va asociando en la mente del consumidor al chocolate ecuatoriano como un producto bueno y de calidad, lo que permite ir generando una marca país a nivel mundial.

2.2.5 Estudio de Factibilidad

Para confirmar o descartar las variables en torno a este proyecto se ha visto necesario realizar un estudio de Factibilidad, mismo que considera varios aspectos, información y análisis que permitirán obtener resultados reales acerca de la viabilidad del mismo.

El reto también se encuentra en buscar un camino óptimo y las estrategias adecuadas a seguir para poder ingresar al mercado con la mayor ventaja posible.

Según Varela (1997), “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo y, cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: “que se puede hacer” (Varela, 1997)

Objetivos que determinan la Factibilidad:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- Saber si es posible producir con ganancias.
- Conocer si la gente comprará el producto (Varela, 1997)

Estructura.

Para Coss, un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

1. Presentar un resumen de proyecto.
2. Elaborar cada parte por separado.
3. Fundamentar cada parte en las anteriores.
4. Elaborar conclusiones y recomendaciones.
5. Es importante que sea resumido, con un lenguaje sencillo y que las partes sean coherentes (Varela, 1997)

Evaluación de un Proyecto Factible.

Un proyecto factible, es el que ha aprobado cuatro evaluaciones básicas:

- Evaluación Técnica.
- Evaluación Ambiental.
- Evaluación Financiera.
- Evaluación Socio-económica.

La aprobación de cada evaluación se le puede llamar viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo, un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente (Varela, 1997)

Proyecto Factible.

Si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado (Varela, 1997)

Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intentan producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad; para ello se necesita definir su rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera (Varela, 1997)

2.2.5.1 Componentes del Estudio de Factibilidad**Estudio de Mercado**

“Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo” (Varela, 1997)

Estudio Técnico

“Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área” (Varela, 1997)

Estudio Financiero se encarga de:

- a) “Ordenar y sistematizar la información de tipo monetario que proporcionaron las etapas anteriores.
- b) Elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto.
- c) Evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad” (Varela, 1997)

Concepto de Viabilidad.

Según el diccionario de la Real Academia Española Viabilidad: “cualidad de viable”, Viable: “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”.

Según Baca: es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo.

Está relacionada con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto (Varela, 1997)

Tipos de Viabilidad

“La viabilidad está conformada por: aspectos técnicos, socioeconómicos, ambientales e institucionales” (Varela, 1997)

Viabilidad Técnica.

Permite determinar la calidad y coherencia de la información relacionada con el objetivo mismo del proyecto, sus planteamientos básicos, la dimensión de las variables que intervienen, soluciones y actividades.

Cuando se realiza la evaluación se debe revisar la identificación de la situación, las alternativas técnicas propuestas, las actividades y los costos (Varela, 1997)

Viabilidad Socioeconómica.

Permite identificar y valorar los beneficios, con el fin de determinar si el proyecto genera efectivamente dichos beneficios y si su valoración se encuentra en rango aceptable.

Los criterios socioeconómicos se refieren al impacto económico del proyecto a nivel regional o local y a los efectos sociales sobre los grupos de personas afectadas (Varela, 1997)

Viabilidad Institucional.

Se refiere al análisis de los mecanismos de ejecución propuestos en el proyecto; la evaluación de la capacidad institucional para su ejecución, operación y seguimiento de los proyectos.

Se relaciona al análisis de impacto ambiental, como las medidas planteadas para su mitigación, prevención o compensación, según sea el caso.

Estos criterios se aplican especialmente a los proyectos que involucran obras que tienen relación con infraestructuras y que pueden generar impactos en el ambiente tanto positivos como negativos (Varela, 1997)

2.3 BASES LEGALES

En la presente sección se recogen las principales leyes, resoluciones y reglamentos que abordan la exportación y sus actividades en el Ecuador.

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI) / LIBRO I / DEL DESARROLLO PRODUCTIVO, MECANISMOS Y ÓRGANOS DE COMPETENCIA / TÍTULO I / Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad / Capítulo I / Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo

Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

- e. La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo; y
- g. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva (Registro Oficial N° 180-S, 2014)

REGLAMENTO CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI) / TÍTULO II / De la Facilitación Aduanera para el Comercio / De lo Sustantivo Aduanero / Sección II

Art. 154.- Exportación definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.

Art. 158.- Exportación Definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días

siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas.

Cuando por causas debidas al transporte de las mercancías por motivos de logística no pudiera cumplirse el plazo fijado en el inciso anterior, las autoridades aduaneras podrán prorrogar dicho plazo por una sola vez previo conocimiento de causa, que no será superior al periodo originalmente otorgado, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que hubiere lugar.

Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que hayan sido objeto de una Declaración Aduanera de Exportación debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera. El ingreso a la Zona Primaria Aduanera de las mercancías destinadas a la exportación será realizada de acuerdo a los procedimientos que para el efecto dicte la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Registro Oficial N° 452, 2011)

La siguiente resolución establece el procedimiento y requisitos para obtención del Registro Sanitario su comercialización a nivel nacional y en el extranjero:

RESOLUCIÓN ARCSA-DE-067-2015-GGG

LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE LA AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA RESUELVE: EXPEDIR LA NORMATIVA TÉCNICA SANITARIA PARA ALIMENTOS PROCESADOS, PLANTAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS, ESTABLECIMIENTOS DE DISTRIBUCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, TRANSPORTE Y ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN COLECTIVA.

Art. 5.- Tipos de alimentos.- Con fines de notificación, inscripción, vigilancia y control sanitario se establecen los siguientes tipos de alimentos procesados:

11. Elaboración de productos de cacao y sus derivados;

DE LA EXPORTACIÓN DE ALIMENTOS PROCESADOS Art. 55.- Exportación de los alimentos procesados.- Los alimentos procesados que sean solo para exportación y requieren contar con Notificación Sanitaria podrán solicitarlo de acuerdo al proceso establecido en el artículo 26 de la presente normativa técnica sanitaria.

ALIMENTOS PROCESADOS NACIONALES Art. 26.- Requisitos.- En el formulario de solicitud se deberá adjuntar los siguientes documentos con la respectiva firma del responsable técnico:

Requisitos generales:

- a. Declaración de la norma técnica nacional bajo la cual se elaboró el producto y en caso de no existir la misma se deberá presentar la declaración basada en normativa internacional y si no existiría una norma técnica específica y aplicable para el producto, se aceptarán las especificaciones del fabricante, y deberá adjuntar la respectiva justificación sea técnica o científica;

- b. Descripción e interpretación del código de lote;
- c. Diseño de etiqueta o rótulo del o los productos, ajustado a los requisitos que exige el Reglamento Técnico Ecuatoriano vigente relativo al rotulado de productos alimenticios para el consumo humano y las normativas relacionadas;
- d. Especificaciones físicas y químicas del material de envase, bajo cualquier formato emitido por el fabricante o distribuidor;
- e. Descripción general del proceso de elaboración del producto;

Requisitos específicos:

- f. En caso de maquila, la declaración del titular de la notificación sanitaria que contenga la siguiente información: el nombre o razón social del fabricante del producto y su número de identificación (cédula de identidad, cédula de identidad y ciudadanía, carné de refugiado, pasaporte o RUC) (ARCSA, 2015)

RUC Y CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA

En la actualidad la constitución de una compañía debe obtenerse en la página web de la Superintendencia de Cias y el RUC en la página del Servicio de Rentas Internas, son trámites en línea y necesarios para operar comercialmente en el país.

El monto del capital para constituir una compañía son:

- Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y,
- Capital mínimo: \$800 para compañía anónima.

Para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos (SRI, s.f.)

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras (SRI, s.f.)

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único) (SRI, s.f.)

PROCESO DE EXPORTACIÓN

Una persona natural o jurídica que desea exportar en el país debe registrarse en el portal Ecuapass.com. Posterior a este el proceso ante la entidad aduanera es el siguiente:

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante.
- Descripción de mercancía por ítem de factura.
- Datos del consignante.
- Destino de la carga.
- Cantidades.
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite).

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental.
- Canal de Aforo Físico Intrusivo.
- Canal de Aforo Automático.

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada (SENAE, s.f.)

NORMAS DE ACCESO AL MERCADO CHILENO

Como se ha mencionado anteriormente, el Ecuador mantiene un mecanismo bilateral de preferencias arancelarias con Chile conocido como Acuerdo de Complementación Económica N° 65 firmado dentro del grupo regional de integración ALADI al que pertenecen ambos países. Para beneficiarse de la preferencia arancelaria que es del 100% para la partida 1806.31.00, la mercadería procedente del Ecuador debe considerarse como originaria y la misma se define dentro del acuerdo ACE 65 en los siguientes artículos:

ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA N° 65 ENTRE LA REPÚBLICA DE CHILE Y LA REPÚBLICA DEL ECUADOR / CAPÍTULO 4 / Reglas de Origen /

Sección A - Reglas de Origen

Artículo 4.1: Mercancías Originarias

Salvo que se disponga algo distinto en este Capítulo, una mercancía será considerada originaria cuando:

- a) la mercancía sea obtenida en su totalidad o producida enteramente en el territorio de una u otra Parte, según la definición del artículo 4.26;
- b) la mercancía sea producida en el territorio de una u otra Parte, a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios conforme a las disposiciones de este Capítulo; o,

- c) la mercancía sea producida en el territorio de una u otra Parte, a partir de materiales no originarios que resulten de un proceso de producción o transformación confiriendo una nueva individualidad caracterizada por un cambio de clasificación arancelaria, un valor de contenido regional u otros requisitos según se especifica en el Anexo 4.1 y la mercancía cumpla con las demás disposiciones aplicables de este Capítulo.

Artículo 4.3: Operaciones que no Confieren Origen

1. No confieren origen, individualmente o combinados entre sí, los siguientes procesos u operaciones:
 - a) preservación de las mercancías en buen estado durante su transporte o almacenamiento, tales como ventilación, aireación, refrigeración, congelación;
 - b) facilitación del embarque o el transporte;
 - c) embalaje, envasado, o acondicionamiento de las mercancías para su venta al por menor;
 - d) fraccionamiento en lotes o volúmenes; y,
 - e) colocación de marcas, etiquetas y otros signos distintivos similares en las mercancías o en sus envases;
2. Asimismo, los siguientes procesos u operaciones de elaboración, serán considerados insuficientes para conferir el carácter de mercancías originarias:
 - a) filtración o dilución en agua o en otros solventes que no altere las características de la mercancía;
 - b) desarmado de mercancías en sus partes;
 - c) tendido o secado;
 - d) despolvamiento, lavado, zarandeo, pelado, descascaramiento, desgrane, entresacado, clasificación, selección, cribado, tamizado, filtrado, pintado, simple cortado, recortado;
 - e) limpieza, inclusive la remoción de óxido, grasa y pintura u otros recubrimientos;
 - f) unión, reunión o división de mercancías en bultos;
 - g) la simple mezcla de productos, entendida como actividades que no requieren de habilidades o máquinas especiales, aparatos o equipos especialmente fabricados o instalados para llevar a cabo dicha actividad. Sin embargo, la simple mezcla no incluye la reacción química;
 - (h) sacrificio de animales; y,
 - (i) aplicación de aceite y recubrimientos protectores.

Sección B - Procedimientos de Origen

Artículo 4.14: Certificación de Origen

1. La autoridad aduanera de la Parte importadora podrá otorgar tratamiento arancelario preferencial basado en un certificado de origen escrito o electrónico emitido por la autoridad competente de la Parte exportadora.

2. El certificado de origen electrónico, deberá ser firmado digitalmente.
3. La autoridad competente de la Parte exportadora podrá delegar la expedición del certificado de origen en otras entidades públicas o privadas.
4. La autoridad competente o entidades habilitadas podrán examinar en su territorio la calidad de originaria de las mercancías y el cumplimiento de los requisitos de este Capítulo. Para tal efecto, podrán solicitar cualquier evidencia de respaldo, efectuar inspecciones a las instalaciones del exportador o productor o realizar cualquier otro control que consideren apropiados.
5. Las Partes mantendrán vigente ante la Secretaría General de la ALADI la relación de las reparticiones oficiales o entidades públicas o privadas habilitadas para emitir certificados de origen y el registro de las firmas autógrafas o electrónicas de los funcionarios acreditados para tal fin.
6. El certificado de origen servirá para certificar que una mercancía que se exporte del territorio de una Parte al territorio de otra Parte, califica como originaria. Dicho certificado podrá ser modificado por la Comisión. El formulario único del certificado de origen se establece en el Anexo 4.2.
7. El certificado de origen tendrá validez de un año a partir de la fecha en la cual fue emitido (ALADI, 2015)

En esta sección se ampliarán los requisitos específicos sanitarios y de etiquetado para el normal acceso a Chile. Es necesario tener en consideración estos requerimientos, puesto que las normas para arancelarias son de mayor cuidado aunque las arancelarias incluso podrían determinar la viabilidad del proyecto.

REGLAMENTO SANITARIO DE ALIMENTOS DE CHILE / TÍTULO XVIII / DE LOS PRODUCTOS DE CONFITERÍA Y SIMILARES / Párrafo II / De los productos del cacao y del chocolate.
ARTÍCULO 398.- Chocolate es el producto homogéneo obtenido de un proceso de fabricación adecuado de materias de cacao que, puede ser combinado con productos lácteos, azúcares y/o edulcorantes, emulsificadores y/o saborizantes. Debe contener como mínimo 20% de sólidos de cacao del cual, por lo menos 18% será manteca de cacao. Pueden agregarse hasta un límite de un 40% del peso total del producto terminado otros ingredientes alimenticios (Ministerio de Salud de Chile, 1997)

Respecto al etiquetado de los productos se encuentra:

REGLAMENTO SANITARIO DE ALIMENTOS DE CHILE / TÍTULO II / DE LOS ALIMENTOS / Párrafo II / De la rotulación y publicidad

ARTÍCULO 107.- Todos los productos alimenticios que se almacenen, transporten o expendan envasados deberán llevar un rótulo o etiqueta que contenga la información siguiente:

- a) nombre del alimento. El nombre deberá indicar la verdadera naturaleza del alimento en forma específica. Sin perjuicio del nombre podrá indicarse su marca comercial. En los productos sucedáneos deberá indicarse claramente esta condición. Junto al nombre o muy cerca del mismo, deberán aparecer las palabras o frases adicionales necesarias para evitar que se induzca a error o engaño respecto a la naturaleza y condición física auténtica del alimento, que incluyen pero que no se limitan al tipo o medio de cobertura, a la forma de presentación o al tipo de tratamiento al que haya sido sometido.
- b) contenido neto expresado en unidades del sistema métrico decimal o del sistema internacional, mediante el símbolo de la unidad o con palabra completa. No deberá acompañar a los valores del contenido neto ningún término de significado ambiguo. Además de la declaración del contenido neto, en los alimentos envasados en un medio líquido deberá indicarse en unidades del sistema métrico decimal o del sistema internacional, el peso drenado del alimento;
- c) En el caso de los alimentos nacionales, el nombre o razón social y domicilio del fabricante, elaborador, procesador, envasador o distribuidor, según sea el caso";
- d) país de origen, debe indicarse en forma clara, tanto en los productos nacionales como en los importados, conforme a las normas de rotulación establecidas, respecto a esta información, en el decreto N° 297, de 1992, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, o en el que lo reemplace;
- e) número y fecha de la resolución y el nombre del Servicio de Salud que autoriza el establecimiento que elabora o envasa el producto o que autoriza su internación;
- f) fecha de elaboración o fecha de envasado del producto. Esta deberá ser legible, se ubicará en un lugar del envase de fácil localización y se indicará en la forma y orden siguiente:
 - el día, mediante dos dígitos
 - el mes, mediante dos dígitos o las tres primeras letras del mes, y
 - el año, mediante los dos últimos dígitos.

En aquellos productos cuya duración mínima sea menor o igual a 90 días, podrá omitirse el año. En aquellos productos cuya duración mínima sea igual o mayor a tres meses, podrá omitirse el día.⁶¹ La industria podrá identificar la fecha de elaboración con la clave correspondiente al lote de producción. En este caso los registros de esta última deberán estar disponibles en todo momento a la autoridad sanitaria;

- g) fecha de vencimiento o plazo de duración del producto. Esta información se ubicará en el envase en un lugar fácil de localizar y con una leyenda destacada. La fecha de vencimiento se indicará en la forma y orden establecido para la fecha de elaboración. El plazo de duración se indicará

en términos de días o de meses o de años, según corresponda, utilizando siempre unidades enteras, a menos que se trate de “duración indefinida”, caso en el cual deberá consignarse dicha expresión. Los productos que identifiquen la fecha de elaboración con la clave del lote de producción, deberán rotular la duración en términos de fecha de vencimiento, mientras que los que indiquen expresamente la fecha de elaboración podrán utilizar la fecha de vencimiento o plazo de duración. Los productos que rotulen “duración indefinida” deberán necesariamente indicar la fecha de elaboración.

- h) ingredientes, en el rótulo deberá figurar la lista de todos los ingredientes y aditivos que componen el producto, con sus nombres específicos, en orden decreciente de proporciones, con la excepción correspondiente a los saborizantes/aromatizantes, de acuerdo a lo establecido en el artículo 136 del presente reglamento.

Cuando el alimento, ingrediente o derivado sea o contenga alguno de los causantes de hipersensibilidad (alergenos alimentarios) reconocidos oficialmente por resolución del Ministerio de Salud, publicada en el Diario Oficial, el o los alergenicos deberán señalarse en la misma lista de ingredientes, con letra de tamaño igual o mayor a las letras de los ingredientes generales, o bajo el título "Contiene..." u otro similar. Si el ingrediente es un derivado de cualquiera de los alergenicos reconocidos por la citada resolución, deberá rotularse el ingrediente y además el alergeno, como el ejemplo siguiente: caseína (leche) o caseína de leche.

Si el producto alimenticio tiene riesgo de contaminarse, desde la producción o elaboración hasta la comercialización, con los citados alergenicos, se deberá incluir a continuación de la lista de ingredientes, cualquiera de las siguientes frases: "Puede contener...", "Contiene pequeñas cantidades de...", "Contiene trazas de..." o "Elaborado en líneas que también procesan..."; indicando el alergeno de que se trate.

- i) aditivos, se debe indicar en el rótulo la incorporación de aditivos, en orden decreciente de concentraciones, con sus nombres específicos, con las excepciones indicadas en el título correspondiente. Se debe incluir en la lista de ingredientes todo aditivo alimentario que haya sido empleado en las materias primas y otros ingredientes de un alimento, y que se transfiera a éste en cantidad suficiente para desempeñar en él una función tecnológica.
- j) información nutricional de acuerdo a lo establecido en el artículo 115 del presente reglamento;
- k) instrucciones para el almacenamiento, además de la fecha de duración mínima se debe indicar en la etiqueta las condiciones especiales que se requieran para la conservación del alimento, si de su cumplimiento depende la validez de la fecha de duración mínima. En caso de que, una vez abierto el envase, el producto necesite de refrigeración u otro ambiente especial, deberá también señalarse en la rotulación;
- l. instrucciones para su uso, el rótulo debe contener las instrucciones que sean necesarias sobre el modo de empleo, incluida la reconstitución, si es el caso, para asegurar la correcta utilización del alimento;

- m) En el caso de los productos importados, el nombre y domicilio del importador.

El importador estará obligado a mantener un registro de todas las partidas internadas al país, por un plazo mínimo de 90 días posteriores a la fecha de vencimiento o del plazo de duración del producto, según corresponda. Los alimentos de duración indefinida deberán mantener el registro, al menos, durante tres años. Este registro deberá incluir los antecedentes de la destinación aduanera, los antecedentes sanitarios del producto, la autorización de uso y consumo, las claves de los lotes de producción o fechas de elaboración, la fecha de vencimiento, el país de origen, tipo de producto, la marca comercial, el nombre del proveedor extranjero y estará, en todo momento, a disposición de la Autoridad Sanitaria. La clave del lote de producción o la fecha de elaboración deberá, además, estar estampada en el envase, permitiendo distinguir, inequívocamente, las distintas partidas o lotes de producción. Los alimentos importados deberán cumplir con todas las demás normas de etiquetado vigentes en aquello no expresamente regulado en este literal. La autorización de internación y consumo se efectuará partida por partida, quedando, por lo tanto, sujetos a todos los controles que la Autoridad Sanitaria deba realizar conforme a lo dispuesto en el presente reglamento.

- n) el alimento y/o materia prima para consumo humano, modificados por medio de eventos biotecnológicos, que presenten características nutricionales distintas, a las del alimento y/o materia prima convencional, deberá hacer mención de ellas en el rótulo, de acuerdo a lo establecido en los artículos 113 y 115 al 120 de este reglamento 71 (Ministerio de Salud de Chile, 1997)

Se recomienda leer todo el apartado en general que refiere a rotulación y publicidad para al momento de realizar la importación del producto en Chile.

2.4 SUPUESTOS IMPLÍCITOS

La presente propuesta se encuentra alineada con el plan nacional del buen vivir en los aspectos que a continuación se detallan.

OBJETIVO 9

Garantizar el trabajo digno en todas sus formas (SENPLADES, 2013)

La iniciativa planea establecer y conformar una empresa legalmente constituida en el país, para lo cual se realizará con todos los lineamientos y leyes establecidas en el Ecuador, lo cual garantiza empleos seguros para sus trabajadores.

Oportunidades de Empleo (SENPLADES, 2013)

A medida que la propuesta brinde sus frutos se reflejará en un crecimiento institucional, expansión a nuevos mercados, apertura de sucursales, es decir, brindaría oportunidades laborales a más personas, mejorando la situación económica de ellas y del país.

Políticas y lineamientos estratégicos (SENPLADES, 2013)

9.1. Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos (SENPLADES, 2013)

El giro de negocio también involucra generación de empleo indirecto, la producción de cacao de las provincias de la costa y fabricación de chocolate de las empresas maquiladores se verían más sólidas y fortalecidas, transmitiendo en este sentido estabilidad laboral e incluso incremento de empleos para las mismas.

OBJETIVO 10

Impulsar la transformación de la matriz productiva (SENPLADES, 2013)

Este objetivo se centra principalmente en el concepto de producción del país, el evitar que el Ecuador se vuelva únicamente una nación de consumo.

La diversificación de productos industrializados es un tema en el cual se hace énfasis para el crecimiento de las economías en desarrollo, de esta forma permitiría a dichos países renunciar a ser únicamente una nación de consumo y productora de bienes primarios.

Estado actual de la matriz productiva y la necesidad de diversificar
(SENPLADES, 2013)

A través de los últimos años los números respecto a la balanza comercial del Ecuador en su mayoría han estado a favor de las importaciones. El objetivo del gobierno de turno siempre ha sido buscar mecanismos que permitan expandir y fortalecer la producción nacional en búsqueda de mercados internacionales. Económicamente hablando, se obtendrá un superávit y con ello un mejoramiento en la calidad de vida de las personas.

Los commodities se ven relegados y pasan a un segundo plano, aunque nunca dejarán de ser importantes en la economía de un país. Sin embargo, se vuelven vulnerables al ser dependientes del factor volumen, en otras palabras, quien maneje el mercado será el país con mayor producción y, este será el que establezca los precios en el mercado internacional.

Políticas y lineamientos estratégicos (SENPLADES, 2013)

10.1. Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional
(SENPLADES, 2013)

La identificación de mercados potenciales es una oportunidad de crecimiento de las grandes empresas y las PYMES con la cual incrementarían su producción, su mano de obra, su margen de ganancias y una mayor participación de distintos sectores que intervienen indirectamente en el proceso productivo.

El proyecto busca identificar oportunidades de negocios en un producto diferenciado y con valor agregado, como es el chocolate con frutas exóticas. Si bien existe una infinidad de ofertas de chocolate en el mercado, la intención es encontrar esos nichos donde sea más apetecido. Ingresar a estos mercados mediante costos competitivos gracias a la disponibilidad de insumos en el Ecuador.

Paralelamente, en un mundo globalizado que avanza a pasos agigantados, la diferenciación de los productos se vuelve vital e indispensable para ganar mercado ante la feroz competencia de las empresas que luchan por lo propio, posicionar sus productos.

2.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Acuerdo Comercial: Un acuerdo comercial es un convenio bilateral o multilateral entre estados, que busca conformar los intereses de cada una de las partes y aumentar el intercambio comercial, entre otros objetivos (Gestiopolis, s.f.)

Balanza Comercial: Consiste en los pagos y cobros que se derivan del comercio de mercancías. La balanza comercial forma parte de la balanza de pagos de un país. Esta balanza solo incluye las importaciones y exportaciones de mercancías, es decir, no contempla la prestación de servicios entre países, ni la inversión o movimiento de capitales (EcuRed, s.f.)

Balanza de Pagos: es un registro de todas las transacciones monetarias producidas entre un país y el resto del mundo en un determinado periodo. Estas transacciones pueden incluir pagos por las exportaciones e importaciones del país de bienes, servicios, capital financiero y transferencias financieras. La balanza de pagos contabiliza de manera resumida las transacciones internacionales para un período específico, normalmente un año y, se prepara en una sola divisa, típicamente la divisa doméstica del país concernido. Las fuentes de fondos para un país, como las exportaciones o los ingresos por préstamos e inversiones, se registran en datos positivos. La utilización de fondos, como las importaciones o la inversión en países extranjeros, se registran como datos negativos (Cava, 2013)

Bienes de Capital: Los bienes de capital son la maquinaria, los inmuebles, las instalaciones y las infraestructuras que se utilizan junto a otros factores de producción (trabajo, materias primas y bienes intermedios), para producir a su vez otros bienes y servicios.

Se diferencian por tanto de los bienes de consumo, ya que éstos se destinan directamente a la venta final para satisfacer algún tipo de necesidad, mientras que los de capital se utilizan en nuevos procesos productivos. Y se diferencian también de otros factores productivos precisamente porque ellos mismos deben ser producidos (Uxó, s.f.)

Commodities: Un commodity es un producto o bien por el que existe una demanda en el mercado y se comercian sin diferenciación cualitativa en operaciones de compra y venta. Este tipo de bienes son “genéricos”, es decir, no tienen una diferenciación entre sí. Por lo general cuando se habla de commodities, se entiende que son materias primas o bienes primarios, que al basarse en una calidad estándar mínima, no existe una sustancial diferencia entre los mismos, por ejemplo el trigo que se produce en una granja y otra. Así, un commodity es un bien que tiene valor, utilidad y un bajo nivel de procesamiento (Batalla, 2013)

Crecimiento Económico: El crecimiento económico es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía y, por tanto, su renta, durante un período determinado. Este período puede ser muy corto (un trimestre o un año); pero la teoría del crecimiento económico se ocupa principalmente de analizar los factores que influyen en el ritmo al que crece una economía por término medio durante períodos más largos. De esta forma, el énfasis se pone más en la expansión de la capacidad productiva de un país que en sus fluctuaciones a corto plazo, de las que se ocupa la teoría del ciclo económico (Uxó, s.f.)

Demanda: La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado (Economía.WS, s.f.)

Divisa: es un concepto de la ciencia económica que refiere a toda moneda extranjera, es decir, perteneciente a una soberanía monetaria distinta a la del país de origen.

Las divisas fluctúan entre sí dentro del mercado monetario mundial. De este modo, se pueden establecer distintos tipos de cambio entre divisas que varían constantemente en

función de diversas variables económicas como el crecimiento económico, la inflación, el consumo interno de una nación, etc. (Lizarazo, 2016)

Globalización: Es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico que, ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global.

Como tal, la globalización fue el resultado de la consolidación del capitalismo, de los principales avances tecnológicos (revolución tecnológica) y de la necesidad de expansión del flujo comercial mundial. En este sentido, las innovaciones en las áreas de las telecomunicaciones y de la informática, especialmente con el internet, jugaron un papel decisivo en la construcción de un mundo globalizado (Significados.com, s.f.)

Integración Económica: La integración económica consiste en la eliminación de fronteras económicas entre dos o más economías. Una frontera es una demarcación que limita la movilidad de bienes y servicios, y factores. A ambos lados la determinación de los precios y la calidad de productos y factores, sólo resultan marginalmente influidos por los flujos entre ambos lados (Open Course Ware, 2017)

Déficit en Balanza Comercial: El saldo de la balanza comercial será el resultado de restar las importaciones a las exportaciones realizadas dentro del país y, describe el equilibrio de este tipo de transacciones. Se considera una balanza comercial deficitaria cuando se importa más mercancía de la que se exporta (Debitoor, s.f.)

Oferta: La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida (Economia.WS, s.f.)

Outsourcing: es un término inglés que puede traducirse como ‘subcontratación’, ‘externalización’ o ‘tercerización’. En el mundo empresarial, designa el proceso en el cual una organización contrata a otras empresas externas para que se hagan cargo de parte de su actividad o producción (Significados.com, 2017)

Producto Interno Bruto (PIB): El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas (Club Planeta, s.f.)

PIB Per cápita: El Producto Interno Bruto per cápita (PIBpc) representa el valor de todos los bienes y servicios finales generados en un país durante un año dado, el cual le correspondería a cada habitante si dicha riqueza se repartiera a todos por igual. Se interpreta como una medida aproximada del bienestar material de la población y de la capacidad gubernamental para realizar inversiones sociales como las educativas (Panorama Educativo de México, 2017)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO, DISEÑO, NIVEL Y MODALIDAD DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

3.1.1 Tipo de Investigación

La investigación es **Documental**, se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos -escritos u orales- uno de los ejemplos más típicos de este tipo de investigación son las obras de historia. Sobre este particular, Arias (2012) señala que "es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos" (pág. 47). Se está en presencia de una investigación documental cuando la fuente principal de información está integrada por documentos que representan la población y cuando el interés del investigador es analizarlos como hechos en sí mismos o como documentos que brindan información sobre otros hechos (Ramírez, 1999, pág. 66)

3.1.2 Diseño de la investigación

La investigación por su diseño será, **No Experimental**, ya que no se intentará manipular deliberadamente ninguna variable y se observan los hechos tal y como se presentan en el contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. De acuerdo a lo anterior será un Trabajo de Campo, ya que la información se recolectará de la realidad donde ocurren los hechos, pues su finalidad es estudiar los fenómenos sociales en su ambiente natural.

3.1.3 Nivel de Investigación

Tal como lo plantea Arias (2012), el nivel de investigación se refiere “al grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno”, por tanto, el presente trabajo de titulación tendrá un nivel Descriptivo y/o Explicativo.

El nivel descriptivo hace énfasis sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. Arias (2012) señala que este nivel de investigación consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento de forma independiente de las variables (pág. 22). El propósito de este nivel es el de interpretar realidades de hecho. Incluye descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos.

Puede ser también Explicativo, ya que en este nivel de investigación se centra en determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos complejos y delicados, en los que el riesgo de cometer errores es alto (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006). Su objetivo es el de encontrar las relaciones causa-efecto de ciertos hechos con el objeto de conocerlos con mayor profundidad.

Tabla 7. Niveles de investigación

Método	Descriptivo	Explicativo
Propósito	Describir un fenómeno: especificar propiedades, características y rasgos importantes	Explicar las causas de relación entre variables (eventos, sucesos o fenómenos)
Utilidad	Mostrar con precisión las dimensiones de un fenómeno.	Explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta.
Método	Identificar el fenómeno y los objetos/sujetos involucrados; definir las variables a medir; recolectar datos para medir las variables; concluir	Describir y relacionar múltiples variables; explicar por qué se relacionan dichas variables
Relación con otros estudios	Son la base para investigaciones correlacionales	Genera un sentido de entendimiento sobre un fenómeno
Amplitud de investigación	Focalizada a las variables	Diversas variables (más estructurado)
Meta del investigador	Describir fenómenos, situaciones, contextos y/o eventos	Determinar la causa de los fenómenos
Riesgo implicado	Bajo	
Rasgos del investigador	Precisión, ser observador	Análisis, ser crítico

Fuente: (Meza, 2014)

3.1.4 Modalidad de la Investigación

La investigación se realizará bajo el **Método de estudio de casos**, Martínez (2006), dice que “en el método de estudio de casos, los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; principalmente documentales de tipo bibliográfico.

El método de estudio de caso ha sido una forma esencial de investigación en las ciencias sociales y en la dirección de empresas, así como en las áreas de educación, políticas de la juventud y desarrollo de la niñez, estudios de familias, negocios internacionales, desarrollo tecnológico e investigaciones sobre problemas sociales (Yin, 2006)

3.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN CONSIDERADO EN EL TRABAJO DE TITULACIÓN

El método de casos, es una herramienta valiosa de investigación, su mayor fortaleza radica en que a través del mismo mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado, mientras que los métodos cuantitativos, solamente se centran en información verbal obtenida por medio de encuestas, cuestionarios (Yin, 2006), además Martínez (2006) dice que “en el método de estudio de casos, los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; principalmente documentales de tipo bibliográfico.

Tradicionalmente fue apropiado para el estudio de casos en investigaciones de nivel explicativo (si se busca descubrir los vínculos entre las variables y el fenómeno a la vez que dotar a las relaciones observadas de suficiente racionalidad teórica), sin embargo, los estudios más exitosos son descriptivos (si se pretende identificar los elementos clave o variables que inciden en un fenómeno).

De acuerdo a lo anterior, se debe indicar que las metodologías mejor dispuestas y de mayor utilidad para lo heurístico son las cualitativas, mientras que para justificar-

confirmar son las cuantitativas, por tanto, la utilización de la metodología cualitativa en el ámbito empresarial es cada vez mayor, debido a la constante necesidad de tratar la información que la gestión empresarial genera, tanto en las áreas de dirección, organización y operación, como en la gestión comercial y de negocios.

Shaw (1999), comparte esta posición, al confirmar que, desde la investigación cualitativa, el investigador ve la realidad social como algo construida por la gente, por tanto, no puede permanecer distante del fenómeno social en el cual está interesado. No obstante, el investigador debe adoptar el papel de instrumento de recolección de datos, lo cual le permite acercarse a dicho fenómeno y ser capaz de descubrir, interpretar y comprender la perspectiva de los participantes de la realidad social, inclusive desde dentro del contexto de la investigación.

De esta manera, para Yin (1989, 1998), la intención de generalizar a partir del estudio de casos no consiste en una “generalización estadística” (desde una muestra o grupo de sujetos hasta un universo), como en las encuestas y en los experimentos, sino que se trata de una “generalización analítica” (utilizar el estudio de caso único o múltiple para ilustrar, representar o generalizar a una teoría). Así, incluso los resultados del estudio de un caso pueden generalizarse a otros que representen condiciones teóricas similares. Los estudios de casos múltiples refuerzan estas generalizaciones analíticas al diseñar evidencia corroborada a partir de dos o más casos (*“replicación literal”*) o, alternativamente, para cubrir diferentes condiciones teóricas que dieran lugar, aunque por razones predecibles, a resultados opuestos (*“replicación teórica”*).

Por tanto, la cuestión de la generalización de los estudios cualitativos (incluido el estudio de caso) no radica en una muestra probabilística extraída de una población a la que se pueda extender los resultados, sino en el desarrollo de una teoría que puede ser transferida a otros casos. De aquí que, algunos autores prefieran hablar de transferibilidad, en vez de generalización, en la investigación de naturaleza cualitativa (Maxwell, 1998)

En este sentido, la credibilidad de las conclusiones obtenidas se basa, en última instancia, en la calidad misma de la investigación desarrollada. De aquí la importancia de diseñar el estudio de caso de una forma apropiada e introducir una serie de tácticas a lo largo del proceso en que éste se desarrolla. Éstas estarían directamente relacionadas con los principales contrastes que determinan la calidad de la investigación empírica en las ciencias sociales (Martínez, 2006)

3.3 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

3.3.1 Población y Muestra

3.3.1.1 Población

Se define tradicionalmente la población como “*el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio*” (Latorre, Rincón, & Arnal, 2003). El individuo, en esta acepción, hace referencia a cada uno de los elementos de los que se obtiene la información. Los individuos pueden ser personas, objetos o acontecimientos.

- **Población Objetivo:** es aquella sobre la cual el investigador desea establecer una conclusión, por ejemplo, si se dese determinar las empresas ecuatorianas que exporta chocolate relleno de frutas a Chile, la población objetivo está representada por todas las empresas ecuatorianas que exportan a Chile.
- **Población Muestreada:** es aquella a partir de la cual se extrajo la muestra y sobre la que puede establecerse la conclusión. Para el ejemplo anterior, supóngase que se decidió extraer la muestra de empresas que en el último año han exportado chocolate relleno de frutas a Chile; en este caso la población muestreada está constituida por todas las empresas que han exportado chocolate relleno de frutas a Chile en este último año.

3.3.1.2 Muestra

Generalmente, el investigador no trabaja con todos los elementos de la población que estudia sino sólo con una parte o fracción de ella; a veces, porque es muy grande y no es fácil abarcarla en su totalidad. Por ello, se elige una muestra representativa y los datos obtenidos en ella se utilizan para realizar pronósticos en poblaciones futuras de las mismas características (Latorre, Rincón, & Arnal, 2003)

Sierra (1997) hace hincapié en la generalización de resultados:

“... una parte representativa de un conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados válidos, también para el universo total investigado” (pág. 174)

Las muestras tienen un fundamento matemático estadístico. Éste consiste en que obtenidos unos determinados resultados, de una muestra elegida correctamente y en proporción adecuada, se puede hacer la inferencia o generalización fundada matemáticamente de que dichos resultados son válidos para la población de la que se ha extraído la muestra, dentro de unos límites de error y probabilidad, que se pueden determinar estadísticamente en cada caso (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006)

3.3.2 Tipos de Muestreo

Se conoce como muestreo el proceso de obtención de la muestra. Puede ser probabilístico y no probabilístico.

- **Muestreo probabilístico:** cuando los integrantes de la muestra se escogen al azar y por lo tanto, puede calcularse con antelación la probabilidad de obtener cada una de las muestras que pueden formarse de esa población o la probabilidad que tiene cada elemento de la población de ser incluido en la muestra.
- **Muestreo no probabilístico:** llamadas también muestras por conveniencia, los elementos son escogidos con base en la opinión del investigador y se desconoce la probabilidad que tiene cada elemento de ser elegido para la muestra. En este tipo de muestreo existen:
 - el **intencional** (o deliberado): el investigador escoge aquellos elementos que considera típicos de la población.
 - los **accidentales** (o por comodidad): se toman los casos que estén disponibles en el momento.

3.4 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

3.4.1 Validez

En la investigación cualitativa, el entendimiento de la realidad es el propósito fundamental. En este sentido, lo que hace que un estudio de casos, por ejemplo, pueda ser considerado “científico” no es la generalización de sus resultados, sino la capacidad de explicar el fenómeno en profundidad y esto se logra básicamente, mediante la presencia crítica del investigador en el contexto de ocurrencia del fenómeno en estudio así como a través de la triangulación de las fuentes de información.

El investigador que trabaja en un estudio cualitativo intenta captar la realidad, tal como la perciben los sujetos que participan en el estudio. No interesa captar la realidad “que existe” sino la realidad que se percibe y que a fin de cuentas es la que existe para los participantes. De acuerdo con Lincoln y Guba (1987) “realidad es un conjunto de construcciones mentales de los seres humanos”. En este sentido, la validez de un estudio cualitativo está basada en la adecuada representación de esas construcciones mentales que los participantes en la investigación ofrecen al investigador.

3.4.2 Confiabilidad

En un sentido tradicional, la confiabilidad se refiere a la posibilidad de encontrar resultados similares si el estudio se replicara. Para procurar esto, los investigadores que realizan estudios de corte positivista aíslan y controlan variables. Sin embargo, la realidad social es irrepetible y la complejidad en las interacciones de variables nos conduce a cuestionar una visión simplista de un fenómeno aislado artificialmente. En ciencias sociales no es posible la replicación absoluta; la visión de una realidad holística y compleja no alienta el aislamiento de variables, ni la medición de ellas.

¿Cómo entonces puede confiarse en los hallazgos de investigación cualitativa? -Si el investigador no sólo enfrenta una realidad cambiante y compleja, sino que es el instrumento de investigación por excelencia, que se convierte a su vez en el mediador

entre la realidad social y el conocimiento. Es éste uno de los más populares argumentos que ha desacreditado a la investigación cualitativa: el investigador como medida de la realidad, en una palabra la subjetividad. Sin embargo, es en este sentido, que el concepto de confiabilidad tradicional puede ser extendido a la investigación cualitativa. Así como los instrumentos utilizados en investigación cuantitativa son sujetos a controles estadísticos para asegurar su confiabilidad, en investigación cualitativa, el instrumento humano -el investigador- puede asegurar su confiabilidad mediante entrenamiento y técnicas de análisis.

Una de estas técnicas es la triangulación, la connotación del concepto triangulación aplicado a las ciencias sociales implica, según Denzin Norman (1970), que cuanto mayor sea la variedad de las metodologías, datos e investigadores empleados en el análisis de un problema específico, mayor será la fiabilidad de los resultados finales.

Por tanto, en esta investigación, el proceso de análisis se caracterizó por la utilización preferente de la triangulación, para ello se utilizaron los siguientes métodos de triangulación:

- La **Triangulación de datos**: supone el empleo de estrategias para la recolección de datos en diversas muestras poblacionales, por tanto, se requirió la contrastación de los datos obtenidos en los colegios con los de los Institutos tecnológicos y de estos con los de las universidades y, de esta manera conocer las necesidades y preferencias de la demanda académica en el sector educativo, con el fin de establecer las diferencias o similitudes con las necesidades de la demanda académica del sector empresarial y, así obtener un análisis de tipo colectivo de la demanda. Al verificar una determinada aplicación de diferentes métodos, se reduce el sesgo de los investigadores y se facilita el descubrimiento de hipótesis alternativas.
- La **triangulación de investigadores**: consiste en el empleo de una pluralidad de observadores frente a la técnica convencional de un observador singular. Este tipo de triangulación tiende a incrementar la calidad y la validez de los

datos al eliminar el sesgo de un único investigador. Este tipo de verificación permite incrementar el repertorio de metodologías disponibles en la medida en que se unen observadores con conocimientos distintos procedentes de diversas disciplinas.

- **La Triangulación del conocimiento:** En ese proceso complejo cada sujeto asume la realidad de manera diferente, sin embargo, esta adquiere un carácter científico, como consecuencia de la confrontación grupal en que se inserta el investigador. La verdad científica con su carácter relativo es consecuencia de la participación personal del sujeto, con el contenido de estudio, pero también lo es como resultado de la discusión colectiva y de la experimentación, en que la duda fundamentada o no (confrontación con su realidad), es recurso metodológico permanente para interpretar esa realidad (Meza, 2014)

El sujeto, al enfrentarse con su realidad y encontrar en ella una situación problema (el Ser), que tiene que conocer y/o resolver, acude a sus marcos referenciales (Deber Ser), con el fin de caracterizarlo, definirlo, compararlo, catalogarlo, y luego de reconocer ese “Deber Ser”, analiza la manera cómo debe aproximar ese “Ser” hacia el “Deber Ser”, mediante la solución, el aporte o el análisis. Este proceso es el denominado “proceso de triangulación del conocimiento”. (Ver figura 14)

Este tipo de actividad cognitiva, implica entre otras cosas, la legitimación de una racionalidad distinta, la racionalidad hermenéutica, es decir, cómo el investigador vincula lo general con lo individual, donde el tránsito de lo general a lo individual se produce por aplicación, es decir, el desarrollo del “Saber Hacer”.



Figura 14. Proceso de triangulación

Fuente: (Meza, 2014)

3.4.2.1 Hallazgos válidos y confiables

Existen diversas formas como la investigación cualitativa asegura la validez y la confiabilidad de los hallazgos; algunas de ellas se relacionan con el investigador, otras con la recolección de los datos y otras más con el análisis de la información (Patton, 2002)

A diferencia de la investigación cuantitativa, en la investigación cualitativa el investigador tiene consciencia de que su participación en la investigación no es neutra. Reconocerlo es una forma de controlarlo. El investigador como instrumento humano deberá explicar en detalle su posición con respecto al estudio, lo que incluye reconocer los prejuicios que podrían emerger en la recolección y análisis de la información. También deberá explicar las decisiones que tomó y las razones para ello. Entre estas decisiones se puede mencionar la selección de la población y/o de la muestra.

La replicabilidad del estudio con el propósito de conseguir hallazgos similares constituye una de las más tradicionales fuentes de confiabilidad aun cuando los estudios en ciencias sociales son irreplicables en términos absolutos, es posible repetir estudios en

contextos similares; sin embargo, algunos estudios cualitativos han sido criticados por no describir en detalle el contexto en el cual se desarrolló el estudio y la forma como los datos fueron recolectados; lo que limita la posibilidad de probar la confiabilidad del estudio. Es importante que tanto el contexto global como el específico sean descritos minuciosamente, así como las técnicas de recolección de la información; no sólo con el propósito de permitir que el estudio sea replicado en contextos similares, lo que apoyaría la confiabilidad de los resultados, sino para hacer posible el entendimiento de la realidad en estudio.

Otra forma de procurar la confiabilidad de los resultados es mediante la triangulación de fuentes metodológicas o de investigadores. La información obtenida de diferentes fuentes o por diferentes investigadores y analizada en diferente forma, permite mayores niveles de credibilidad.

La Auditoría, ya sea interna o externa, es otra forma de procurar la confiabilidad. La auditoría interna es llamada también “revisión de los participantes” y consiste en el seguimiento que los propios participantes hacen del proceso de recolección y análisis de la información con el propósito de asegurar la “lealtad” a la percepción de la realidad que los participantes tienen; lo que se constituye también en una fuente muy importante de validez del estudio (Cortés, 1997)

La auditoría externa puede ser ofrecida por parte de colegas. Ya sea durante el proceso o bien al momento de presentar los resultados vía ponencias o publicaciones, el investigador recibiría el juicio crítico de los colegas en relación a la metodología y los hallazgos. Para que la auditoría pueda realizarse, es necesario que el investigador explique en detalle los métodos de recolección de la información, la forma cómo se analizó la información y cómo se obtuvieron las conclusiones.

3.5 METODOLOGÍA DE ANÁLISIS DE CASOS

Para este proyecto se ha escogido el Análisis de Casos como metodología de estudio, en virtud de que un trabajo de campo con encuestas se dificulta un poco, al

encontrarse el mercado meta en el extranjero. De igual forma los recursos necesarios para este tipo de estudio serian bastante grandes.

El estudio o análisis de casos es un método de investigación de gran relevancia para el desarrollo de las ciencias humanas y sociales que, implica un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de casos de entidades sociales o entidades educativas únicas.

Se inicia este análisis con la recopilación de estudios de tesis y/o proyectos similares realizados en el Ecuador a nivel de posgrado, mismos que permitan encontrar información secundaria de buena fuente y confiables. Se seleccionarán los más relevantes en cuanto al contenido más afín a los objetivos propuestos.

Una vez realizada la selección de los casos, se los ha ubicado en el capítulo 2.1 del proyecto en "Antecedentes de la Investigación" y se procederá a desarrollar el análisis de ambos.

Para ello se ha preparado una "Matriz de Evaluación y Análisis" que contiene las siguientes interrogantes que deben ser evaluadas en cada uno de los casos de estudio en la medida que aplique.

1. Describa la situación objeto de intervención e identifica las necesidades presentes en el contexto de estudio.
2. Enumere la finalidad, localice la población objeto de estudio y detalle los objetivos del programa.
3. Identifique modelos teóricos donde ubicar la intervención así como posibles lecciones aprendidas desde otras experiencias previas.
4. Desarrolle estrategias para ajustar los modelos teóricos y experiencias prácticas a las características de la comunidad y el contexto de la intervención.
5. Analice cómo afectan los aspectos organizativos al funcionamiento y gestión del programa.
6. Esquematice el plan de acción del programa.

7. Localice y describa el sistema de evaluación de la intervención propuesta.
8. Valore el resultado de las intervenciones.
9. Incorpore medidas de cara a incrementar la calidad de las intervenciones en el futuro.
10. En el caso en el que el programa hubiera alcanzado un nivel óptimo de éxito, valore los requisitos necesarios para su continuidad.

Los Hallazgos encontrados luego de este proceso son los siguientes:

1. El Ecuador un gran exportador cacaotero Ecuador séptimo productor mundial.
2. Ecuador principal exportador de chocolate fino de aroma.
3. Cambio matriz productiva valor agregado industrialización del cacao.
4. Convertir el Ecuador en un país industrializado y no exportador de Materia Prima, basado en la Matriz Productiva, programas de repotenciación del rendimiento (mejoramiento genético, agronomía y manejo del cultivo, y estudios especiales sobre el cacao).
5. Modelos tecnología que les permitan ser más eficientes.
6. Los niveles de producción de cacao siguen incrementando a través del tiempo con mayor rendimiento.
7. Conceptos de balanza comercial, asociatividad, calidad del producto industrialización, mano de obra y especialización.
8. Búsqueda de fuentes de inversión, constituir una empresa con inversión propia y la otra en cambio financiada por medio de organismos públicos.
9. Fomentar la promoción mediante ferias internacionales de exhibición y degustación.
10. Los proyectos son relativamente pequeños y su inversión medianamente alta, se recomienda en futuro invertir en estudio de mercado dirigido a productos específicos.

Finalmente, con los hallazgos se desarrolla un trabajo de interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones siempre dirigidos a los objetivos planteados

inicialmente y, de esta manera, diagnosticar la viabilidad o no de continuar con la propuesta formulada, "el estudio de factibilidad".

3.5.1 Demanda Potencial Insatisfecha (DPI)

Una parte fundamental del Estudio de Factibilidad es determinar la demanda objeto de estudio, y como se lo había expuesto antes, es complicado utilizar métodos tradicionales de encuestas de campo para obtener la muestra de la población; esto debido a la situación geográfica del mercado objetivo. Dada esta circunstancia, se ha elegido un método alternativo como es el de la Demanda Potencial Insatisfecha a través del Consumo Nacional Aparente.

Se le llama Demanda Potencial Insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo (Cruz, s.f.)

La DPI se define como aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta (Cruz, s.f.)

3.5.2 Consumo Nacional Aparente (CNA)

Por otra parte el Consumo Nacional aparente se define como la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere. Su fórmula se expresa como:

$$\text{CNA} = \text{PRODUCCIÓN NACIONAL} + \text{IMPORTACIONES} - \text{EXPORTACIONES}$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 Caso Tesis “El cacao y su incidencia en la industria nacional de elaborados de cacao en el periodo 2008 – 2012”

El proyecto del caso en cuestión sustenta sus objetivos principales en conocer la industria del cacao y el chocolate en el Ecuador con la finalidad de crear una empresa productora de chocolate, partiendo de la histórica del país en que es conocido como un país cacaotero por excelencia. En volumen se encuentra séptimo a escala mundial, aunque es primero en exportación del cacao fino de aroma.

Centra como su principal pilar el actual concepto de cambio de la matriz productiva derivado del plan nacional del buen vivir, en el ámbito de industrializar los productos y dejar de ser exportador de materias primas y bienes primarios, Resalta que la principal oferta exportable está conformada en su mayoría por siete productos no elaborados como son: petróleo, banano, café, cacao, camarón, pescado y flores.

Con la elaboración del cacao se contribuye con plazas de empleo, especialización de mano de obra, tecnología.

También identifica los principales países proveedores de chocolate al Ecuador como son: colombina (Colombia), costa (Chile), snickers, crunch, Adams (EEUU), sublime, amazona (Perú), arcor (Argentina), garoto (Brasil). Entre las principales marcas de Europa, esán godiva, leonidas, Pierre marcolini (Bélgica), Ferrero (Italia), toffie, lambertz (Alemania), totel (España), lindt, delafee (Suiza). De la región oriental de Asia Alibaba (Malasia), etc.

Realiza un análisis de los aranceles e impuestos para importar chocolate en el Ecuador, algo que está completamente fuera del enfoque de un proyecto de exportación.

Dentro del capítulo de constitución de la compañía en el título de *inversión en activos*, determina que con la maquinaria a adquirir obtendrán un volumen de producción que oscilaría entre 50 y 120 kg de chocolate por día mediante la compra de 240 quintales de cacao. Además, el personal a conformar la empresa no excede de las 13 personas lo que demuestra que sería una empresa pequeña, no por esto desmerece el proyecto pero si debe tener clara la idea.

4.1.2 Caso Tesis “Ecuador de exportador del mejor cacao del mundo a Exportador del mejor chocolate del mundo”

La presente tesis tiene un enfoque diferente, su análisis está más bien dirigido a una realidad del país en general aunque coincide en examinar las posibilidades de pasar de ser un país exportador de commodities a uno de producto terminado, al igual que la tesis anterior.

Dentro de los puntos que analiza son los agentes que posibilitan o dificultan la producción y exportación de chocolate gourmet, la producción, comercialización, factores de éxito a pequeña escala y su posibilidad de replicarlos a mayor escala.

Detecta falencias como la carencia de tecnología o innovación a la hora de sembrar el cacao, no existen estudios o capacitaciones en el área y, el agricultor mayormente es una persona de escasos recursos que realiza su labor de manera empírica aprendiendo de sus experiencias en el pasado y de sus colegas agricultores.

Un problema correctamente hallado es la dolarización del Ecuador que, si bien ha entregado cierto nivel de estabilidad económica lo ha convertido en un país caro.

Finalmente, lleva a cabo una entrevista al Sr. Santiago Peralta quien es uno de los fundadores de *Pacari*, uno de los mayores casos de éxito en la producción de chocolate

nacional, quien deja grandes enseñanzas a los futuros emprendedores en el campo del chocolate.

Los puntos más relevantes son el proteccionismo de varios países en Latinoamérica (Brasil, Chile, Argentina) y que, a pesar de los acuerdos comerciales firmados son muy conservadores con su industria nacional.

Otro punto es la importancia de generar marca, no es suficiente con la industrialización del cacao, *Pacari* ha trabajado mucho en establecer su nombre como un referente de calidad, sabor, innovación y, esa reputación es la que va ganando adeptos a nivel mundial, tiene muy claro el segmento del mercado al cual está dirigido, un ejemplo de ello es que existen personas en el Ecuador que no conocen a esta marca, sin embargo, a nivel internacional ha ganado varios reconocimientos a sus productos lo cual le permite llegar a nuevos mercados..

4.2 CONCLUSIONES

- De acuerdo al primer objetivo específico que, pretende diagnosticar la situación de la producción exportable de chocolate relleno de frutas del Ecuador respecto al mundo y Chile, se concluye que, existe un incremento de consumo del producto chocolate, en sus diversas presentaciones en todo el mundo, las cifras muestran incrementos anuales.

La cuota exportable del Ecuador es relativamente baja en comparación con países europeos, como Alemania, Bélgica, Holanda, donde también se encuentran concentrados los mayores consumidores.

Ecuador también es un país importador de chocolate de países vecinos del continente, a pesar de las ventajas comparativas que encontramos aquí, en la actualidad es una industria en crecimiento donde ya se ven proyectos innovadores y de vanguardia que se están posicionando internacionalmente.

Por otra parte Chile, es un país lleno de acuerdos comerciales, netamente importador y es el mayor consumidor de chocolate en América latina.

- Respecto al segundo objetivo específico referente a la identificación de factores claves para la comercialización de chocolates rellenos de frutas en Chile, se concluye que, la calidad del Cacao disponible en el país es el principal sello de presentación al momento del Ecuador ante el mundo. La variedad de cacao conocido como *Fino de Aroma* se está revalorizando en los países más exigentes dentro del campo gourmet.

Los incentivos a la producción local por parte del gobierno con el cambio de la matriz productiva, permite desarrollar planes de exportación para productos industrializados no tradicionales, así como los diversos proyectos paralelos de apoyo para las empresas por parte de entidades afines, como las Cámaras de Industria, de Comercio, Asociación Nacional de Exportadores de Cacao Anecacao, Fedexpor, etc.

El mercado escogido es Chile, como puerta de ingreso al resto de países de la región, dada la coyuntura en cuanto al consumo per cápita de chocolate y, la preferencia arancelaria vigente con el Ecuador es una excelente opción en el primer paso en la internacionalización del chocolate para una nueva empresa.

- Considerando por último el tercer objetivo específico de elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de chocolates rellenos de frutas en el mercado chileno, se concluye que, efectivamente hay una gran oportunidad de emprendimiento considerando los factores antes expuestos como la calidad de la materia prima, la accesibilidad al mercado chileno y el incremento del consumo de chocolate en el mundo principalmente.

4.3 RECOMENDACIONES

- La primera recomendación dirigida a la conclusión de la situación del chocolate en Ecuador, Chile y el mundo, se sugiere realizar un estudio encaminado a la búsqueda de los mayores beneficios posibles, mediante el análisis de las diversas opciones que se encontrarían en el desarrollo del proyecto desde su instalada hasta la entrega del producto final al consumidor.
- En base a la segunda conclusión se recomienda definir el o los productos a ofertar en el plan de exportación, así como ser más específico y claro en los mismos. En otras palabras se aconseja prestar mucha atención a la segmentación de mercado y su prolijo desarrollo.
- Referente a la tercera conclusión y fundamentada en todos los hallazgos y conclusiones encontradas, se recomienda llevar a cabo y continuar con el objetivo propuesto de realizar un estudio de factibilidad para la exportación de chocolate relleno de frutas al mercado chileno.

CAPÍTULO V

5. LA PROPUESTA

5.1 FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

La contribución al mejoramiento de la economía del país, debe partir como iniciativa y emprendimientos del sector privado, respaldado con una adecuada política gubernamental, en materia legal, financiamiento, innovación, entre otras.

El propósito es cumplir finalmente el tan anhelado objetivo país, de ser un Ecuador industrializado, productor y exportador de bienes finales con valor agregado.

Como consecuencia se generarían mayores fuentes de empleo directo e indirecto, el nivel de vida de las personas involucradas es más próspera; económicamente se traduce en un superávit en la balanza comercial.

Generalmente, las ideas de negocio parten de ser justamente eso, una idea de las personas por mejorar su calidad de vida y muchas de las ocasiones no se presta el interés que merecen, incluso se podría estar perdiendo el emprendimiento de las vidas.

Una vez determinada la idea de negocio, es necesario realizar el análisis respectivo para determinar su viabilidad o caso contrario descartarla, no debe dejarse al azar los resultados de los emprendimientos exponiendo a que una buena idea de negocio termine en un fracaso seguro.

El estudio de factibilidad permite justamente realizar este análisis, así como elaborar los ajustes necesarios para construir un proyecto más óptimo, adecuando de esta manera el modelo de negocio a la realidad.

La propuesta se centra en determinar la factibilidad de la exportación de un producto específico (chocolate relleno de frutas) a un mercado también específico (Chile).

5.1.1 Objetivos de la Propuesta

5.1.1.1 Objetivo General de la Propuesta

- Exportar chocolate relleno de frutas al mercado chileno, aprovechando los beneficios en materia de acuerdos comerciales que para este efecto, ofrece el gobierno nacional con el gobierno chileno.

5.1.1.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- Determinar la viabilidad y rentabilidad de la exportación del chocolate relleno de Frutas al mercado chileno, siendo este sustentable en el tiempo y que contribuya a la competitividad sistémica del Ecuador.
- Entregar los análisis y resultados más verídicos, previo a la siguiente etapa consistente en la elaboración de un plan de Marketing Internacional.
- Incentivar a futuros inversionistas de proyectos similares al emprendimiento y búsqueda de nuevos mercados, así como también al gobierno ecuatoriano en el apoyo y respaldo a las Mipymes en sus proyectos de crecimiento hasta su internacionalización

5.2 ELEMENTOS DE LA PROPUESTA

Gracias a toda la información obtenida previamente en los capítulos anteriores y, basada en la idea de negocio que es la estructura sobre la cual se desarrollará la propuesta, a continuación se presenta el flujograma general de actividades, el cual permite abarcar completamente todos los temas a incluir en el estudio de factibilidad.

5.2.1 Flujograma General de Actividades

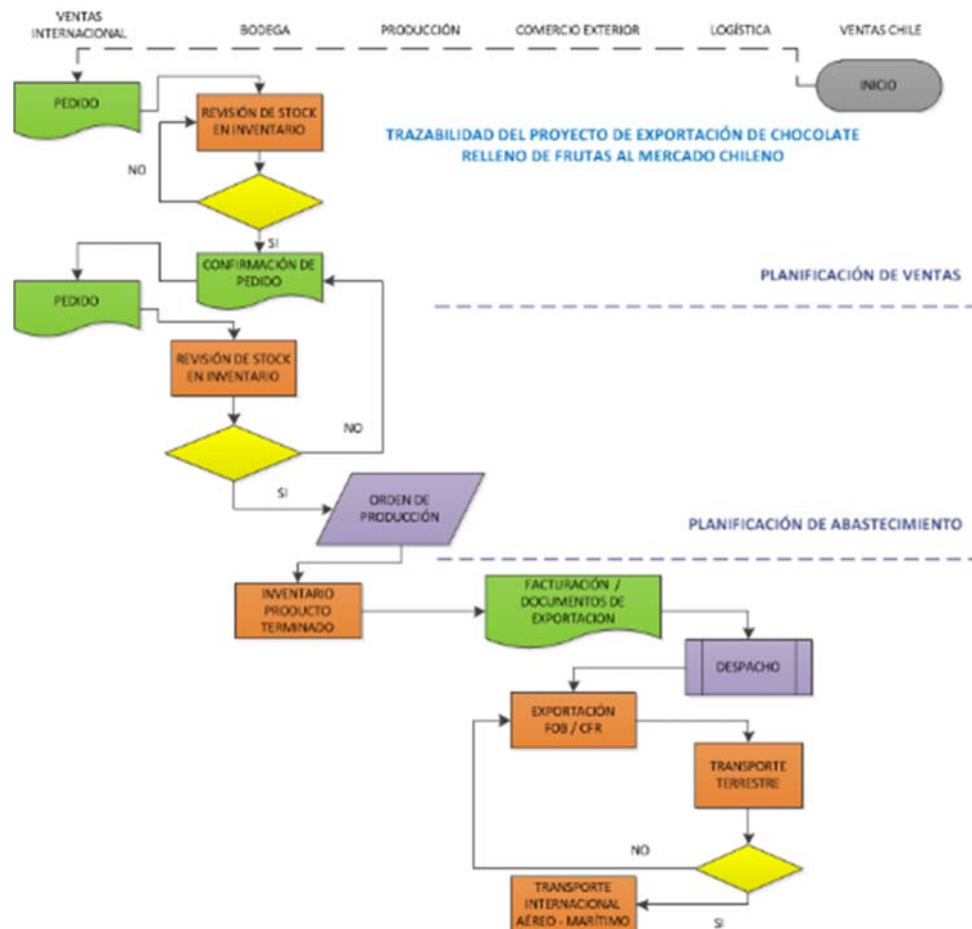


Figura 15. Flujograma general de actividades

5.3 VIABILIDAD DEL MERCADO

Con toda la experiencia previa en cuanto a información recopilada del mercado meta, es el momento de realizar un acercamiento numérico a la demanda y oferta para que, sustentada en esta se prosiga con el desarrollo técnico y financiero.

En este último, finalmente se podrá conocer realmente si el proyecto planteado es factible e incluso concluir los ajustes necesarios y las recomendaciones para su mejor implantación. Por otra parte también podría arrojar resultados concluyentes negativos.

5.3.1 **Demanda**

El cálculo de la demanda potencial Insatisfecha se elaborará en base al consumo Nacional aparente como ya se venía mencionando en capítulos anteriores.

La fórmula del CNA es:

$$\text{CNA} = \text{PRODUCCIÓN NACIONAL} + \text{IMPORTACIONES} - \text{EXPORTACIONES}$$

En la tabla 8 podemos ver los valores necesarios Históricos en Chile para nuestro.

Cálculo del CNA, estos mismos datos nos servirán también para proyectarnos en Futuro aplicando el método de Regresión Lineal Simple.

Tabla 8. Consumo nacional aparente (CNA)

PARTIDA ARANCELARIA 1806 (CACAO Y DERIVADOS) EN TON						
AÑOS	PRODUCCIÓN	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CNA	POBLACIÓN	CONSUMO PER CÁPITA (Kg)
2012	11.500,00	11.175,00	7.823,00	14.852,00	17.388.000,00	0,85
2013	11.500,00	14.822,00	6.796,00	19.526,00	17.576.000,00	1,11
2014	11.500,00	14.905,00	5.503,00	20.902,00	17.763.000,00	1,18
2015	11.500,00	13.433,00	5.772,00	19.161,00	17.948.000,00	1,07
2016	11.500,00	14.005,00	6.041,00	19.464,00	18.132.000,00	1,07

Fuente: (Trade Map, s.f.) (Trade Map, s.f.) (Chesta & San Martín, 2013)

En la tabla anterior se puede notar el consumo per cápita para cada uno de los años entre el 2012 y 2016 de Cacao y sus derivados en Chile. Para el cálculo de la producción nacional chilena se mantuvo constante el valor debido a que únicamente se encontró información de esta para el año 2012.

Si se analiza un poco el año 2016, se ve una población total de 18.132.000 habitantes y cada una de estas personas, según esta Metodología, ha consumido 1.07 Kg a lo largo del año en cuestión. Como se evidencia es una cifra cercana a los 2.1 Kg de consumo que se había obtenido en el capítulo 2.2.1.4 Situación Mundial del Chocolate como consecuencia de la investigación en fuentes secundarias.

Respecto a la partida Arancelaria 180631 de Chocolate Rellenos no se puede realizar un cálculo y análisis similar ya que no se encontró información de la cantidad de producción nacional en Chile en ningún año, sin embargo, se enfocará en los valores de importaciones y exportaciones hallados.

Tabla 9. Importaciones y exportaciones de chocolate relleno en Chile (Kg)

AÑOS	IMPORTACIONES KG	EXPORTACIONES KG	SALDO M – X KG
2012	703.000,00	925.000,00	-222.000,00
2013	777.000,00	574.000,00	203.000,00
2014	862.000,00	457.000,00	405.000,00
2015	939.000,00	368.000,00	571.000,00
2016	981.000,00	325.000,00	656.000,00

Fuente: (Trade Map, s.f.) (Trade Map, s.f.)

Para el año 2016 la demanda de importación de chocolates rellenos fue de 981.000 Kg en su totalidad, es un volumen bastante considerable. Dependiendo de la capacidad Instalada se determinará el volumen mínimo de Producción con el que se competirá así como el porcentaje al que correspondería dicho volumen con respecto al total de importaciones.

5.3.2 Proyección de la Demanda

Nuevamente utilizando el método de la Regresión Lineal simple se puede establecer los valores proyectados en los años futuros basados en la anterior información y se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 10. Proyección de importaciones y exportaciones de chocolate relleno en Chile (Kg)

AÑO	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES
2017	1.067.800,00	108.000,00
2018	1.139.600,00	-32.600,00
2019	1.211.400,00	-173.200,00
2020	1.283.200,00	-313.800,00
2021	1.355.000,00	-454.400,00
2022	1.426.800,00	-595.000,00
2023	1.498.600,00	-735.600,00
2024	1.570.400,00	-876.200,00
2025	1.642.200,00	-1.016.800,00
2026	1.714.000,00	-1.157.400,00

Fuente: Proyección calculada en base a tabla 10

La demanda de importación muestra un incremento en sus cifras en el transcurso de los años, lo cual ofrece un panorama alentador para el desarrollo del proyecto, ahora se debe determinar la oferta.

5.3.3 Oferta

La oferta es un factor muy importante en el proyecto ya que de esta dependerán los recursos a invertirse, principalmente los monetarios.

Si bien una oferta muy amplia ofrece la oportunidad de mayores ingresos al vender toda su producción, corre muchos riesgos en caso de no hacerlo, el nivel de inversión es mucho más alto lo cual lo hace complicado para sus inversores. También existe el riesgo

de no lograr vender toda la producción, lo cual desembocaría en el cierre inminente del negocio.

Por otra parte, una oferta pequeña podría no generar utilidad o peor aún no cubrir siquiera los costos del proyecto. Otro problema que puede generarse es el de la infraestructura, si esta es demasiado limitada a consecuencia de una oferta baja, los costos de ampliación en maquinarias y plantas industriales serán mayores de las que hubieran sido si se las realizaba desde un inicio.

Para determinar el tamaño adecuado de la oferta, se ha conversado con personas conocedoras en la producción de elaborados de cacao en el país, las cuales coinciden que una fábrica pequeña, aunque no demasiado, puede generar en una jornada laboral de 8 horas al día de lunes a viernes un total de 750 Kg de chocolate. Por esta razón, se concluye que la oferta deberá ser de 40.000 kg anuales como mínimo. En caso de considerar necesario un aumento de la producción, se puede incrementar las jornadas laborales hasta 3, llegando a una capacidad máxima de producción de 120.000 kg anuales.

Tabla 11. Producción de chocolate semanal vs capacidad instalada

N JORNADAS	HORAS JORNADA	PRODUCCIÓN DE CHOCOLATE SEMANAL (KG)	CAPACIDAD DE INSTALADA
1	8	750	33,33%
2	16	1500	66,67%
3	24	2250	100%

También se notó que dentro del proceso de fabricación de chocolate semanal de los 750kg, existe una capacidad ociosa de algunas máquinas productoras de semielaborados de cacao como son Nibs y Licor de Cacao, para lo cual sería recomendable también producir cualquiera de estos semielaborados y venderlos al exterior como un subproducto que también ha ganado demanda en el extranjero en los últimos años. La producción de semielaborados que se puede llegar a obtener es la misma cantidad que la del chocolate, es decir 750 kg de semielaborados.

Basándose en esta capacidad de producción de chocolate y comparándolo con la proyección de importaciones de chocolate de Chile para los siguientes años, se determina el porcentaje de participación en estas importaciones que se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 12. Participación en las importaciones (oferta) chilenas años futuros (Kg)

AÑO	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	OFERTA	% OFERTA RESPECTO A IMPORTACIONES
2017	1.067.800,00	108.000,00	40.000	3,75 %
2018	1.139.600,00	-32.600,00	40.000	3,51 %
2019	1.211.400,00	-173.200,00	40.000	3,30 %
2020	1.283.200,00	-313.800,00	40.000	3,12 %
2021	1.355.000,00	-454.400,00	40.000	2,95 %
2022	1.426.800,00	-595.000,00	40.000	2,80 %
2023	1.498.600,00	-735.600,00	40.000	2,67 %
2024	1.570.400,00	-876.200,00	40.000	2,55 %
2025	1.642.200,00	-1.016.800,00	40.000	2,44 %
2026	1.714.000,00	-1.157.400,00	40.000	2,33 %

Fuente: Cálculo en base a tabla 11

5.4 VIABILIDAD TÉCNICA

5.4.1 Estructura legal de la empresa

La empresa será constituida bajo el esquema legal de una compañía de responsabilidad Limitada desde sus inicios brindando estabilidad tanto a sus empleados como a sus inversores.

El recurso humano estará constituido por un equipo de 13 personas, dividido entre personal operativo y administrativo, mismos que desarrollarán sus respectivas funciones en colaboración conjunta con todas las áreas con la mayor responsabilidad de cada uno.

Tabla 13. Recurso humano del proyecto

Descripción	Unidad/Medida	Cantidad
Gerente General y Jefe Comercial	Persona	1
Jefe Administrativo Financiero y Contable	Persona	1
Jefe de Compras	Persona	1
Jefe de Bodega	Persona	1
Jefe de Producción	Persona	1
Operario de Tostadora / Descarrilladora / Pre Molienda y Molienda	Persona	3
Operario Molino de Bolas para Chocolate	Persona	2
Operario Templadora / Tableteadora / Túnel de Enfriamiento / Empaque	Persona	3
TOTAL	Personas	13

5.4.2 Organigrama Estructural de la Compañía

La empresa está organizada estructuralmente bajo el concepto del autor MINTZBERG de una ESTRUCTURA SIMPLE u ORGANIGRAMA SIMPLE, debido al tamaño de la compañía, la misma permitirá tener una comunicación más fluida y flexible; se considera que es la más adecuada para el inicio de actividades. Con el transcurso del tiempo y el crecimiento de la empresa se deberá ajustar a las necesidades actuales.

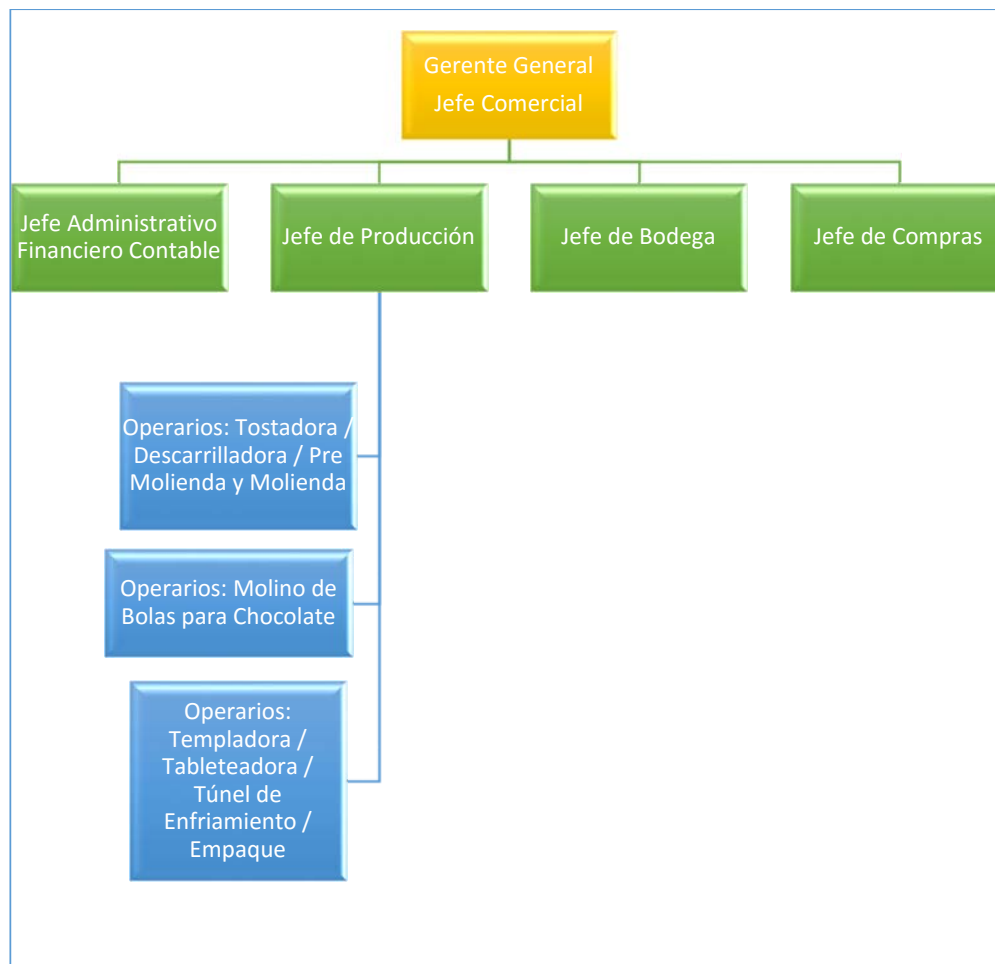


Figura 16. Organigrama estructural de la Cia

5.4.3 Localización del Proyecto

Macro Localización

El presente proyecto se ubicará en los sectores cercanos a la ciudad de Quito, específicamente en el sector de Píntag, donde se adquirirá un terreno en el cual se edificarán, la planta de producción y las oficinas administrativas. Es un poblado en el cual todavía se puede acceder a terrenos con costos accesibles y razonables, adicional se conoce que el clima de la sierra es muy apropiado para la fabricación de derivados del Cacao.

Micro Localización

- PAÍS: Ecuador
- PROVINCIA: Pichincha
- CANTÓN: Quito
- PARROQUIA: Píntag
- HABITANTES: 21.000

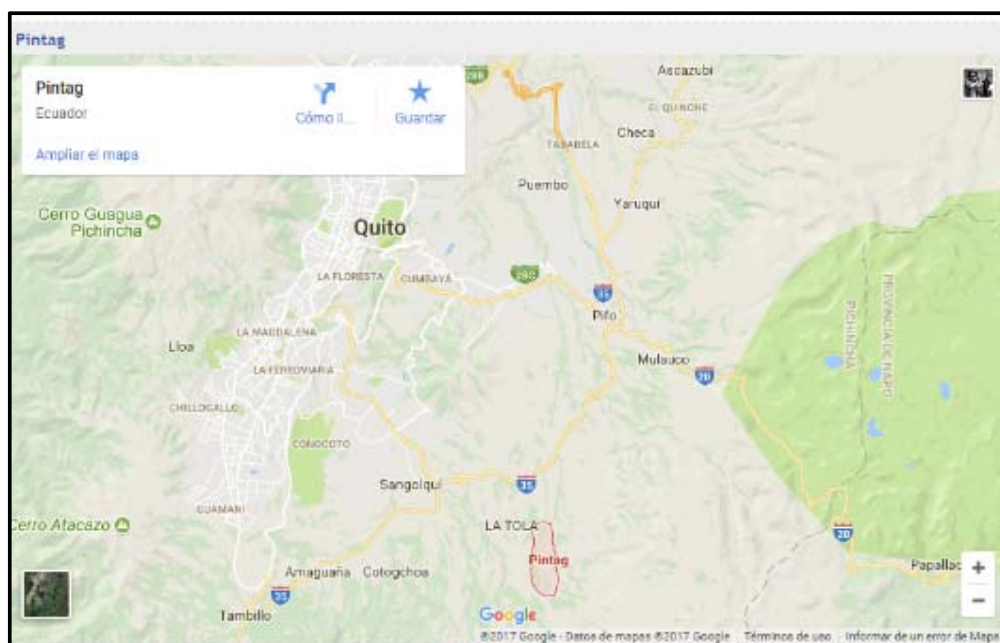


Figura 17. Localización geográfica de la Cia.

Fuente: (Parroquia Rural de Píntag, s.f.)

5.4.4 Distribución de la Nave Industrial

El proyecto tendrá un área de construcción de 500 m² que incluye la planta industrial y las oficinas administrativas, con una cercanía lógica de las áreas que más interactúan entre sí. Naturalmente, la mayor extensión corresponde a la fábrica y sus bodegas de Materia Prima y Producto Terminado.

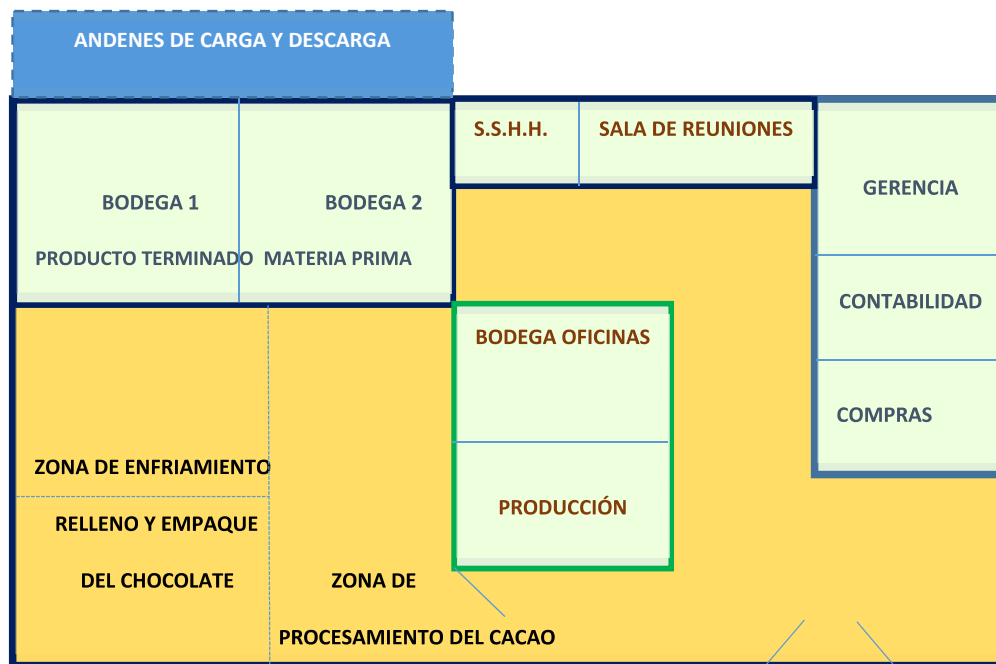


Figura 18. Distribución de la Cia.

5.5 VIABILIDAD FINANCIERA

En la siguiente parte de este capítulo se desarrollarán los cálculos en cuanto a la viabilidad financiera, es necesario revisar indicadores que permitan tomar una decisión final en cuanto a la viabilidad del proyecto.

5.5.1 Inversión

Esta pequeña-mediana empresa de fabricación de chocolate requiere una inversión considerable, la compra de maquinaria y equipo es lo más representativo con un monto de 245.820 USD, incluso supera el monto por construcción de la planta y sus oficinas, presupuestadas en 181.764 USD. A continuación se realiza un detalle de los activos necesarios en el proceso y sus respectivos rubros.

Se debe aclarar que en el cálculo de activos como en el de costos, se ha añadido un porcentaje del 2% a cada valor por concepto de imprevistos, mismo que permite estar cubiertos en caso de alguna diferencia en los montos.

5.5.2 Activos

5.5.2.1 Activos No Corrientes

Maquinaria y Equipo

Dentro de los principales Activos No Corrientes se encuentra a la maquinaria, misma que permitirá la producción semanal de 750 Kg. A partir de este recurso se han desarrollado las necesidades que se derivan de esta capacidad de instalada.

La maquinaria y equipo requeridos para el proyecto son:

- Máquina de Tueste y Triturado.
- Máquina Descarriladora.
- Máquina Premolienda y Molienda.
- Molino de Bolas para Chocolate.
- Máquina Templadora.
- Máquina Tableteadora (Moldeadora).
- Túnel de Enfriamiento.
- Tanques de Capacidad 250 Kg.
- Caldero.
- Moldes De Policarbonato.

Terrenos y Edificaciones

La planta industrial necesita tener un mínimo de 400 m² para poder albergar toda la maquinaria requerida, adicional 100 m² para las oficinas de la parte administrativa y andenes de carga - descarga dando un resultado global de 500 m².

El terreno tendrá una cantidad de 1000 m² en total, de los cuales 500 m² están libres y servirán de entrada y salida, la ubicación de hasta tres trailers en simultáneo con sus contenedores y parqueaderos en general.

Otros Activos No Corrientes

Naturalmente se debe equipar a la empresa como tal para su normal funcionamiento Computadores copiadora, teléfonos, equipo de oficina, mobiliario son considerados también dentro de la inversión.

A continuación se presenta un detalle general de los Activos No Corrientes.

Tabla 14. Activos no corrientes

TERRENOS	28.560,00
EDIFICACIONES	181.764,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	245.820,00
MUEBLES Y ENSERES	2.713,20
EQUIPOS DE OFICINA	512,04
EQUIPOS DE COMPUTO	1.183,20
TOTAL	460.552,44 USD

Activos Diferidos

Los gastos adicionales que se pagarán por anticipado previo al inicio de las operaciones de la empresa son considerados como Activos diferidos, estos no son susceptibles de ser recuperados aunque si es permitida su depreciación en los primeros años. Los activos diferidos tendrán los siguientes valores.

Tabla 15. Activos diferidos

GASTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	20.000,00
ESTUDIOS Y DISEÑOS DEFINITIVOS DEL PROYECTO	3.000,00
TOTAL	23.000,00 USD

5.5.3 Financiamiento

Para el proyecto se ha decidido que los inversionistas al menos deben contar con el 30% del total de los recursos monetarios para la inversión, en números reales los

inversionistas deben aportar con un total de 432.972.88 que corresponde al 47%. La diferencia se aplicará a un crédito bancario productivo con uno de los bancos privados del país, (Banco Pichincha). Una opción importante hubiese sido a través de la Corporación Financiera Nacional CFN, sin embargo, debido a la delicada situación económica actual del país, es probable que no se obtenga un crédito a través de esta institución, es por ello que se optará por una opción más probable.

El capital de trabajo incluido también en la siguiente tabla, se revisará a detalle dentro del capítulo de Costos y Gastos.

Tabla 16. Fuentes y usos

DETALLE	VALOR	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS AJENOS		
		%	VALOR	%	VALOR
Terreno	28.560,00			100%	28.560,00
Edificaciones	181.764,00			100%	181.764,00
Maquinaria y Equipo	245.820,00			100%	245.820,00
Muebles y Enseres	2.713,20			100%	2.713,20
Equipos de Oficina	512,04	100%	512,04		
Equipos de Computo	1.183,20			100%	1.183,20
Activos Diferidos	23.000,00			100%	23.000,00
Capital de Trabajo	429.944,84	100%	432.460,84		
TOTAL	913.497,28	47,27	432.972,88	52,88	483.040,40

La tasa de interés para créditos productivos actual del mencionado banco es del 11.23 % a un plazo máximo de 5 años. Los 483.040.40 USD correspondiente al valor de Recursos Ajenos en las condiciones antes descritas presenta la siguiente tabla de amortización:

Tabla 17. Tabla de amortización gradual Banco Pichincha

AÑO	VALOR INICIAL	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	VALOR RESIDUAL	COSTO FINANCIERO	SEGURO DESGRAVAMEN
1	483.000,00	129.956,28	53.193,01	74.425,11	408.574,89	53.193,01	2.338,16
2	408.574,89	129.956,27	43.872,65	84.155,14	324.419,75	43.872,65	1.928,48
3	324.419,75	129.956,28	33.333,79	95.157,28	229.262,47	33.333,79	1.465,21
4	229.262,47	129.956,28	21.417,10	107.597,77	121.664,70	21.417,10	941,41
5	121.664,70	129.956,30	7.942,49	121.664,70	0,00	7.942,49	349,11

Fuente: (Banco Pichincha, s.f.)

En la columna Costo Financiero se encuentran los valores a pagar por este concepto en cada año, representa el costo del interés generado a favor del banco en los 5 años que dura el crédito.

5.5.4 Costos y Gastos

En este apartado se establecerá un presupuesto en cuanto a los costos y gastos derivados del proyecto y que son para el normal funcionamiento de la empresa, calculados en el periodo de 1 año. Para ser más exactos, en los resultados se ha eliminado el cacao utilizado para la elaboración de licor de cacao para venta directa así como sus materiales indirectos.

Tabla 18. Costo de producción

Costos	
Materia Prima (Cacao para Chocolate)	171.768,00
Material Indirecto (Materiales para Chocolate)	33.456,00
Mano de Obra Directa	61.200,00
Gastos de Fabricación	56.196,88
Costo de Producción Total	\$ 322.620,88
Cantidad de Kilos de Chocolate	40.000,00
Costo de Producción x Kg	\$ 8,07

Materia Prima

La Materia prima principal del producto como bien se sabe es el cacao. Como se ha dicho, por una parte se tiene el cacao que será destinado para producir chocolates rellenos y, por otra con la finalidad de no tener capacidad ociosa se necesita producir licor de cacao.

El licor de cacao también es muy apetecido en los mercados externos y mucho más si son obtenidos a partir de un cacao de gran calidad.

Los demás componentes de la fórmula para elaborar el chocolate relleno también son parte de la Materia prima.

Tabla 19. Materia prima

Descripción	Unidad/Medida	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Cacao p Chocolate	Quintal (100 lbs)	755,00	160,00	120.800,00
Cacao p Licor	Quintal (100 lbs)	943,00	160,00	150.880,00
Manteca de Cacao	Kg	4.000,00	7,50	30.000,00
Azúcar Orgánica	50kg	224,00	75,00	16.800,00
Lecitina de Soya	Kg	200,00	3,00	600,00
Relleno de Frutas	Kg	200,00	1,00	200,00
Subtotal				319.280,00
Imprevistos 2%				6.385,60
TOTAL				325.665,60

Material Indirecto

El material indirecto para el chocolate serán todos los materiales destinados a proteger el producto, el film de aluminio, sus empaques unitarios y cajas que incluso ayudan a la distribución y transporte de los mismos.

Tabla 20. Material indirecto

Descripción	Unidad/Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Paquetes (Cajas para u Tableta)	U	400.000,00	0,07	28.000,00
Cajas (Grandes)	U	4.000,00	0,50	2.000,00
Film Metalizado	Kg	200,00	6,50	1.300,00
Film Fundas p Licor de Cacao	U	15.000,00	0,07	1.050,00
Cajas p Licor de Cacao	U	3.000,00	0,50	1.500,00
Subtotal				33.850,00
Imprevistos 2%				677,00
TOTAL				34.527,00

Mano de Obra Directa

En esta sección se encuentra al recurso humano que está involucrado directamente en el proceso productivo, el personal operativo bajo el control del jefe de producción.

Tabla 21. Mano de obra directa

Descripción	Unidad/Medida	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
Jefe de Producción	Persona	1,00	12.000,00	12.000,00
Operadores en Planta	Persona	8,00	6.000,00	48.000,00
Subtotal				60.000,00
Imprevistos 2%				1.200,00
TOTAL				61.200,00

Gastos de Fabricación

Algunos autores los conocen como insumos, son gastos que también son necesarios para la producción. También se incluyen las depreciaciones, amortizaciones y seguros.

Tabla 22. Gastos de fabricación

Descripción	Unidad/Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Gasto de Reparación y Mantenimiento	Servicio	6,00	100,00	600,00
Agua	Mes	12,00	40,00	480,00
Energía Eléctrica	Mes	12,00	1.000,00	12.000,00
Gas	Mes	12,00	125,00	1.500,00
Subtotal				14.580,00
Imprevistos 2%				291,60
Total Gastos Reparación y Mantenimiento / Agua-Energía Eléctrica-Gas				14.871,60
Depreciaciones	Activos Fijos			34.387,12
Amortizaciones	Cuotas	1,00	4.600,00	4.600,00
Seguros	Cuotas			2.338,16
TOTAL				56.196,88

Gastos de Administración

Los gastos de Administración como su nombre lo indica, son generados por la administración de la empresa, son gastos que no intervienen en el proceso productivo pero son necesarios para el desempeño de la organización.

El Rubro de Gastos Generales de la Administración comprende temas como la Guardianía, Útiles de oficina, energía eléctrica, agua, luz, internet y telefonía.

Tabla 23. Gastos de administración

Descripción	Unidad/Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Gerente General y Jefe Comercial	Persona	1,00	12.000,00	12.000,00
Jefe Administrativo Financiero y Contable	Persona	1,00	9.600,00	9.600,00
Jefe de Compras	Persona	1,00	7.200,00	7.200,00
Jefe de Bodega	Persona	1,00	7.200,00	7.200,00
Gastos Generales de la Administración				12.360,00
Subtotal				48.360,00
Imprevistos 2%				967,20
TOTAL				49.327,20

Gasto de Ventas

Los Gastos generados por la acción propia de vender, exportar, publicitarse se detallan a continuación:

Tabla 24. Gastos de ventas

Descripción	Unidad/Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Flete Interno (incluye generador Reefer)	Envíos al año	4,00	800,00	3.200,00
Porteo de Contenedores	Envíos al año	4,00	85,04	340,16
Gastos Locales (incluye THC)	Envíos al año	4,00	179,20	716,80
Flete Internacional	Envíos al año	4,00	1.850,00	7.400,00
Trámite de Exportación	Envíos al año	4,00	0,00	0,00
Inspección Antinarcoóticos	Envíos al año	4,00	260,18	1.040,72
Documentos de Exportación	Envíos al año	4,00	60,00	240,00
Seguro	Envíos al año	0,00	50,00	0,00
Carta de Crédito Bancaria	Envíos al año	4,00	350,00	1.400,00
Publicidad	Mes	12,00	500,00	6.000,00
Subtotal				20.337,68
Imprevistos 2%				406,75
TOTAL				20.744,43

Capital de Trabajo

En el inicio de las operaciones se necesita capital de trabajo que, no es otra cosa que los costos y gastos anteriores calculados para el tiempo en que se obtendrán los primeros ingresos por las ventas realizadas. Esto se ha determinado para un tiempo de 4 meses, tiempo en que se considera producción, despacho y un periodo de 30 días hasta el cobro. En este último aspecto si bien se toma en cuenta que la compra venta se la garantizaría a través de una carta de crédito a la vista, la modalidad podría ser también a 30 días, estando dispuestos a aceptar estas condiciones en caso de que lo soliciten.

En caso de que un cliente requiera mejores condiciones de pago para ellos, como Cartas de Crédito a 60, 90 o 120 días, se podría hacer; sin embargo, se debe estar preparados para un mayor tiempo en el ingreso de dinero, algo que puede complicar las actividades si no se provisionan estos gastos previamente.

Tabla 25. Capital de trabajo (4 meses)

Descripción	Valor
Materia Prima	108.555,20
Material Indirecto	11.509,00
Mano de Obra Directa	20.400,00
Gastos de Fabricación	5.732,59
Gastos Administrativos	16.442,40
Gastos de Ventas	6.914,81
Gastos Financieros	262.906,84
CAPITAL DE TRABAJO	432.460,84

Proyección Total de Costos

Con la información antes expuesta, se puede armar la estructura de costos para los siguientes años. Para proyectar estos valores se utilizará el porcentaje de inflación anual del Ecuador (1.12% al 2016), mismo que se acumulará progresivamente cada año a excepción del primero en el que aumentará en un punto, dando de esta manera una especie de colchón para probables panoramas difíciles en el futuro.

Tabla 26. Proyección de costos y gastos
Inflación Ecuador: 1,12%

INFLACIÓN ECUADOR	1,0112	1,0224	1,0336	1,0448	1,056	1,0672	1,0784	1,0896	1,1008	1,112
DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Materia Prima	329.313,05	332.960,51	336.607,96	340.255,42	343.902,87	347.550,33	351.197,78	354.845,24	358.492,69	362.140,15
Materiales Indirectos	34.913,70	35.300,40	35.687,11	36.073,81	36.460,51	36.847,21	37.233,92	37.620,62	38.007,32	38.394,02
Mano de Obra Directa	61.885,44	62.570,88	63.256,32	63.941,76	64.627,20	65.312,64	65.998,08	66.683,52	67.368,96	68.054,40
Gastos de Fabricación	14.419,31	14.579,02	14.738,72	14.898,43	15.058,14	15.217,85	15.377,55	15.537,26	15.696,97	15.856,68
Depreciaciones	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12
Amortizaciones	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Seguros	2.338,16	1.928,48	1.465,21	941,41	349,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reparación y Mantenimiento	618,85	631,97	645,28	658,79	672,51	686,44	700,58	714,94	729,51	744,31
COSTOS DE PRODUCCIÓN	482.475,63	486.958,38	491.387,72	495.756,74	500.057,46	500.001,59	504.895,03	509.788,70	514.682,57	519.576,68
Gastos de Administración	49.879,66	50.432,13	50.984,59	51.537,06	52.089,52	52.641,99	53.194,45	53.746,92	54.299,38	54.851,85
Gastos de Venta	20.976,77	21.209,11	21.441,44	21.673,78	21.906,12	22.138,46	22.370,79	22.603,13	22.835,47	23.067,81
Gastos Financieros	53.193,01	43.872,65	33.333,79	21.417,10	7.942,49	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COSTOS TOTALES	606.525,07	602.472,27	597.147,54	590.384,68	581.995,59	574.782,04	580.460,27	586.138,75	591.817,42	597.496,34
Costo Unitario (Kg) CIF	\$ 15,16	\$ 15,06	\$ 14,93	\$ 14,76	\$ 14,55	\$ 14,37	\$ 14,51	\$ 14,65	\$ 14,80	\$ 14,94

5.5.5 Ingresos

Finalmente, se cierra este capítulo determinando los ingresos. Con este último presupuesto se puede cerrar el círculo y elaborar los análisis financieros que permitirán concluir en la viabilidad o no del proyecto.

Se debe señalar que de igual manera que en los costos y gastos, se proyectarán estos valores de ingresos con la diferencia que la inflación a utilizar es la del país de destino, es decir, la de Chile, misma que para el año 2016 fue del 2.17%. Nuevamente se subirá un punto en la inflación para el primer año y para los restantes se seguirá acumulando la inflación inicial.

En este presupuesto se encuentran los 40.000 Kg de chocolate para cada año, que debe ser lo mínimo que se debe vender. Por supuesto que la intención de cualquier empresa es maximizar sus ventas y para los siguientes años estos volúmenes pudiesen incrementarse, beneficiando y mejorando los números del proyecto, sin embargo, se considerarán los 40.000 kg anuales de manera constante, siendo un poco pesimistas.

También se consideran en esta tabla los valores por ingresos del Licor de Cacao que se supondrá se venden al mismo destino, esto en base a que la industria chilena está en crecimiento y de alguna forma son potenciales compradores.

La inflación utilizada para este subproducto, por tanto, será nuevamente la del 2.17%, antes mencionada.

En la práctica el Licor de Cacao puede ser exportado a cualquier otro destino independientemente del destino del chocolate. Así también se debe fortalecer la búsqueda de nuevos mercados para el producto principal y no limitarse a un solo destino, otra opción también que no se debe descartar es el mercado local.

Tabla 27. Presupuesto de ingresos totales
Inflación Chile: 2,17%

<i>INFLACIÓN</i>	<i>1,0217</i>	<i>1,0434</i>	<i>1,0651</i>	<i>1,0868</i>	<i>1,1085</i>	<i>1,1302</i>	<i>1,1519</i>	<i>1,1736</i>	<i>1,1953</i>	<i>1,217</i>
DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Chocolate Relleno en Chile (Kg)	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
Precio de Venta	15,00	15,65	16,67	18,12	20,09	22,71	26,16	30,70	36,70	44,66
Subproducto Licor de Cacao (Kg)	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Precio Venta	7,50	7,83	8,34	9,06	10,04	11,35	13,07	15,34	18,34	22,32
Ingresos Producto Principal	600.000,00	626.000,00	666.800,00	724.800,00	803.600,00	908.400,00	1.046.400,00	1.228.000,00	1.468.000,00	1.786.400,00
Ingresos Subproducto	225.000,00	234.900,00	250.200,00	271.800,00	301.200,00	340.500,00	392.100,00	460.200,00	550.200,00	669.600,00
INGRESOS TOTALES	825.000,00	860.900,00	917.000,00	996.600,00	1.104.800,00	1.248.900,00	1.438.500,00	1.688.200,00	2.018.200,00	2.456.000,00

5.5.6 Evaluación Económico Financiera

Basándose en toda la información previamente desarrollada, se esté en capacidad de analizar los valores mediante algunos instrumentos contables que entregarán información definitiva y concluyente del proyecto en el ámbito financiero.

5.5.6.1 Estados Financieros

En esta sección se elaborarán tres estados financieros, los cuales son los más esenciales, Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados y Flujo de Caja.

Situación Inicial

El Estado de Situación Inicial detalla como su nombre lo dice, el total de activos pasivos y patrimonio en el inicio de las actividades de la compañía. Son los siguientes:

Tabla 28. Estado de situación inicial

ACTIVO CORRIENTE		432.460,84	PASIVO CORRIENTE		0,00
<i>CAPITAL DE TRABAJO</i>	432.460,84		<i>PRÉSTAMOS A CORTO PLAZO</i>	0,00	
<i>CAJA BANCOS</i>	0,00		<i>PASIVO LARGO PLAZO</i>		483.040,40
<i>ACTIVOS FIJOS</i>	460.552,44		<i>PRÉSTAMOS A LARGO PLAZO</i>	483.040,40	
<i>TERRENOS</i>	28.560,00		<i>PATRIMONIO</i>		432.972,88
<i>EDIFICACIONES</i>	181.764,00				
<i>MAQUINARIA Y EQUIPO</i>	245.820,00				
<i>VEHÍCULOS</i>	0,00				
<i>MUEBLES Y ENSERES</i>	2.713,20				
<i>EQUIPO DE CÓMPUTO</i>	1.183,20				
<i>EQUIPO DE OFICINA</i>	512,04				
<i>OTROS</i>					
<i>ACTIVOS DIFERIDOS</i>	23.000,00				
<i>TOTAL ACTIVOS</i>	916.013,28		<i>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</i>		916.013,28

Como se observa es una inversión total en activos requerida que bordea el millón de dólares. Los montos más fuertes que ya antes se mencionaron, aquí se los confirma; Capital de Trabajo, Maquinaria - Equipo y Edificaciones, son los valores más representativos en ese mismo orden.

Estado de Resultados

En el estado de resultado se observa la Utilidad Neta, es decir, existirá para los años presupuestados un saldo en positivo después de restar de los ingresos de todos los costos y gastos en todos los años.

Se han elaborado dos Estados de Resultados, en el primero se consideró el Costo Financiero lo que permitirá conocer dentro de los Indicadores de Evaluación, resultados desde el punto de vista del **Inversionista**. En cambio en el segundo Estado de resultados NO se consideró el costo financiero, por tanto permitirá desarrollar los mismos Indicadores de Evaluación, pero ahora enfocados al **Proyecto**.

Tabla 29. Estado de resultados del inversionista

DETALLE / AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
INGRESOS	825.000,00	860.900,00	917.000,00	996.600,00	1.104.800,00	1.248.900,00	1.438.500,00	1.688.200,00	2.018.200,00	2.456.000,00
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	482.475,63	486.958,38	491.387,72	495.756,74	500.057,46	500.001,59	504.895,03	509.788,70	514.682,57	519.576,68
=UTILIDAD BRUTA	342.524,37	373.941,62	425.612,28	500.843,26	604.742,54	748.898,41	933.604,97	1.178.411,30	1.503.517,43	1.936.423,32
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	49.879,66	50.432,13	50.984,59	51.537,06	52.089,52	52.641,99	53.194,45	53.746,92	54.299,38	54.851,85
(-) GASTO DE VENTAS	20.976,77	21.209,11	21.441,44	21.673,78	21.906,12	22.138,46	22.370,79	22.603,13	22.835,47	23.067,81
=UTILIDAD OPERACIONAL	271.667,94	302.300,38	353.186,25	427.632,42	530.746,90	674.117,96	858.039,73	1.102.061,25	1.426.382,58	1.858.503,66
(-) COSTO FINANCIERO	53.193,01	43.872,65	33.333,79	21.417,10	7.942,49	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
=U. ANTES REPARTIR TRABAJADORES	218.474,93	258.427,73	319.852,46	406.215,32	522.804,41	674.117,96	858.039,73	1.102.061,25	1.426.382,58	1.858.503,66
(-) 15% DE REPARTO UTILIDAD TRABAJO	32.771,24	38.764,16	47.977,87	60.932,30	78.420,66	101.117,69	128.705,96	165.309,19	213.957,39	278.775,55
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	185.703,69	219.663,57	271.874,59	345.283,02	444.383,75	573.000,27	729.333,77	936.752,06	1.212.425,19	1.579.728,11
(-) 25%IMPUESTO A LA RENTA	46.425,92	54.915,89	67.968,65	86.320,76	111.095,94	143.250,07	182.333,44	234.188,02	303.106,30	394.932,03
=UTILIDAD O PERDIDA NETA	139.277,77	164.747,68	203.905,94	258.962,26	333.287,81	429.750,20	547.000,33	702.564,04	909.318,89	1.184.796,08

Tabla 30. Estado de resultados del proyecto

DETALLE/ AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
INGRESOS	825.000,00	860.900,00	917.000,00	996.600,00	1.104.800,00	1.248.900,00	1.438.500,00	1.688.200,00	2.018.200,00	2.456.000,00
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	482.475,63	486.958,38	491.387,72	495.756,74	500.057,46	500.001,59	504.895,03	509.788,70	514.682,57	519.576,68
=UTILIDAD BRUTA	342.524,37	373.941,62	425.612,28	500.843,26	604.742,54	748.898,41	933.604,97	1.178.411,30	1.503.517,43	1.936.423,32
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	49.879,66	50.432,13	50.984,59	51.537,06	52.089,52	52.641,99	53.194,45	53.746,92	54.299,38	54.851,85
(-) GASTO DE VENTAS	20.976,77	21.209,11	21.441,44	21.673,78	21.906,12	22.138,46	22.370,79	22.603,13	22.835,47	23.067,81
=UTILIDAD OPERACIONAL (U. ANTES TRABAJADORES)	271.667,94	302.300,38	353.186,25	427.632,42	530.746,90	674.117,96	858.039,73	1.102.061,25	1.426.382,58	1.858.503,66
(-) 15% DE REPARTO UTILIDAD TRABAJO	40.750,19	45.345,06	52.977,94	64.144,86	79.612,04	101.117,69	128.705,96	165.309,19	213.957,39	278.775,55
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	230.917,75	256.955,32	300.208,31	363.487,56	451.134,86	573.000,27	729.333,77	936.752,06	1.212.425,19	1.579.728,11
(-) 25%IMPUESTO A LA RENTA	57.729,44	64.238,83	75.052,08	90.871,89	112.783,72	143.250,07	182.333,44	234.188,02	303.106,30	394.932,03
=UTILIDAD O PERDIDA NETA	173.188,31	192.716,49	225.156,23	272.615,67	338.351,14	429.750,20	547.000,33	702.564,04	909.318,89	1.184.796,08

En ambos estados de resultados se observa que existe Utilidad desde el primer año que se comporta de manera ascendente en el transcurso de los años. No hay que olvidar que los ingresos proyectados estiman la misma cantidad de venta de Chocolate Relleno y Licor de Cacao para todos los años, por ende estas cifras pudiesen mejorar si se incrementa el volumen de producción y ventas en el proceso. Por otra parte si no se cumpliera la perspectiva de ventas de 40.000 kg de chocolate y de 30.000 kg de licor de cacao esto resultados se podrían ver seriamente afectados y comprometer la vida y continuidad del proyecto.

Flujo de Caja

El último informe financiero denominado Flujo de Caja, permite conocer el nivel de liquidez del proyecto. Mide efectivamente los ingresos frente a los egresos en cada año, no se refiere a una utilidad o pérdida como los anteriores indicadores, sino más bien se rige a la Liquidez de la organización.

En el año final de cada Flujo de Caja, ya que de igual manera se calcularán dos uno para el Inversionista y uno para el proyecto, se ha colocado un Valor Residual, que no es otra cosa que el valor de los activos no corrientes que aún quedan con un valor a favor en libros, a pesar de irse depreciando cada año.

Para el Flujo de Caja del Inversionista se consideraron los rubros de Préstamos y Amortización de Capital, mientras que en el Flujo de caja del proyecto no.

Tabla 31. Flujo de caja del inversionista

DETALLE / AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
UTILIDAD O PERDIDA NETA		139.277,77	164.747,68	203.905,94	258.962,26	333.287,81	429.750,20	547.000,33	702.564,04	909.318,89	1.184.796,08
DEPRECIACIONES		34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12
AMORTIZACIONES		4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VALOR RESIDUAL		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	119.442,00
CAPITAL DE TRABAJO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	432.460,84
(-) INVERSIÓN	916.013,28	0,00	0,00	0,00	1.183,20	0,00	0,00	1.183,20	0,00	0,00	0,00
PRÉSTAMO	483.040,40	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		74.425,11	84.155,14	95.157,28	107.597,77	121.664,70	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
=FLUJO DE CAJA NETO	-432.972,88	103.839,78	119.579,66	147.735,78	189.168,41	250.610,23	464.137,32	580.204,25	736.951,16	943.706,01	1.771.086,04

Tabla 32. Flujo de caja del proyecto

DETALLE / AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
UTILIDAD O PERDIDA NETA		173.188,31	192.716,49	225.156,23	272.615,67	338.351,14	429.750,20	547.000,33	702.564,04	909.318,89	1.184.796,08
DEPRECIACIONES		34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12	34.387,12
AMORTIZACIONES		4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VALOR RESIDUAL		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	119.442,00
CAPITAL DE TRABAJO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	432.460,84
(-) INVERSIÓN	-916.013,28	0,00	0,00	0,00	1.183,20	0,00	0,00	1.183,20	0,00	0,00	0,00
=FLUJO DE CAJA NETO	-913.996,28	212.175,43	231.703,61	264.143,35	310.419,59	377.338,26	464.137,32	580.204,25	736.951,16	943.706,01	1.771.086,04

Los resultados obtenidos en este estado financiero, son bastante alentadores, se puede ver en ambos que la empresa mantiene liquidez desde el primer año (2018) y continúan creciendo a través del tiempo. Esto es favorable ya que permite contar con estos valores y trabajar la idea de invertir recursos dentro del mismo proyecto en búsqueda de crecimiento, expansión y por tanto mayores beneficios.

5.5.6.2 Indicadores de Evaluación

Finalmente, se cuenta con todas las herramientas para elaborar un último análisis y definitivo del proyecto. En primer lugar se determina la Tasa de Descuento, misma que servirá para obtener el VAN, también se encuentra el TIR, el PRI y el Punto de Equilibrio.

Tasa de Descuento

La Tasa de descuento facilita la comparación entre distintos capitales en diferentes momentos del tiempo. Esto se realiza mediante la actualización de los diferentes flujos de caja futuros estimados, permitiendo obtener el valor actual neto (VAN) del proyecto de inversión (Yirepa, s.f.). Cabe señalar que en virtud que se ha trabajado cálculos tanto como para el proyecto como para el inversionista, se ha determinado dos tasas de descuento para utilizar en cada una de ellas.

La fórmula general se la ha puesto con negrillas y a continuación de esta las demás formulas necesarias para obtener la principal.

TASA DE DESCUENTO: Costo Rec. Propios + Costo Rec. Ajenos + Tasa de Libre Riesgo +Tasa de Inflación
COSTO RECURSOS PROPIOS: Tasa Pasiva x (% de financiamiento recursos propios)
COSTO RECURSOS AJENOS: Tasa Activa x (1 - t) x (% de financiamiento recursos ajenos)
COSTO DEL CAPITAL: Costo Recursos Propios + Costo Recursos Ajenos

Fuente: (Barreno, 2005)

Adicional y aplicando al proyecto las fórmulas de Tasa de descuento del proyecto como del Inversionista quedan expresadas de la siguiente forma:

TASA DE DESCUENTO DE INVERSIONISTA: Costo del Capital + Tasa de Libre Riesgo + Tasa de Inflación
--

TASA DE DESCUENTO DEL PROYECTO: Tasa Pasiva + Tasa de Libre Riesgo + Tasa de Inflación
--

Fuente: (Barreno, 2005)

Los cálculos con valores para cada formula son:

Costo del Capital

COSTO RECURSOS PROPIOS: Tasa Pasiva x (% de financiamiento recursos propios)
--

COSTO RECURSOS PROPIOS: 0.0497×0.4727
--

COSTO RECURSOS PROPIOS: 0.023

COSTO RECURSOS AJENOS: Tasa Activa x (1 - t) x (% de financiamiento recursos ajenos)
--

COSTO RECURSOS AJENOS: $0.1123 \times (1 - 0.3625) \times 0.5273$

COSTO RECURSOS AJENOS: 0.038

El Porcentaje de financiamiento, tanto ajenos como propios utilizados en las fórmulas anteriores fueron tomados de la tabla de fuentes y usos.

Por otra parte, para el valor de “t” de 0.3625, corresponde al porcentaje que se deja de percibir si se resta del total de las utilidades los impuestos a pagar (25% del impuesto a la renta) y el porcentaje de reparto de utilidad a los trabajadores (15%). Por último se tiene que:

COSTO DEL CAPITAL: Costo Recursos Propios + Costo Recursos Ajenos

COSTO DEL CAPITAL: $0.023 + 0.038$

COSTO DEL CAPITAL: 0.061

Tasa de Descuento del Inversionista

Como se observa en las fórmulas anteriores y, una vez determinado el Costo del Capital, para obtener la Tasa de descuento del Inversionista, se requiere de la Tasa de Libre Riesgo, misma que la FAO la ha determinado en el 6%, como producto alimenticio pero no de primera necesidad; y la tasa de Inflación que como ya se había visto es del 1.12%

TASA DE DESCUENTO DE INVERSIONISTA: Costo del Capital + Tasa de Libre Riesgo + Tasa de Inflación
TASA DE DESCUENTO DE INVERSIONISTA: $0.061 + 0.06 + 0.0112$
TASA DE DESCUENTO DE INVERSIONISTA: 0.1324 o 13.24%

Tasa de Descuento del Proyecto

Para el cálculo de la tasa de Descuento del Proyecto se aplican los valores que para este caso son todos ya conocidos en la fórmula indicada.

TASA DE DESCUENTO DEL PROYECTO: Tasa Pasiva + Tasa de Libre Riesgo + Tasa de Inflación
TASA DE DESCUENTO DEL PROYECTO: $0.0497 + 0.06 + 0.0112$
TASA DE DESCUENTO DEL PROYECTO: 0.1209 o 12.09%

Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) se define como un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión (Velayos, s.f.)

Otro concepto también dice que consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja futuros, que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés (la tasa

de descuento anteriormente calculada) y, compararlos con el importe inicial de la inversión (Anzil, 2009)

Se dice que es el método más apropiado para medir la rentabilidad de un proyecto e inversión. Si se habla de flujo de caja actualizado, el resultado a obtener es en valor monetario lógicamente y el criterio de aceptación es que dicho valor sea mayor a cero.

Mientras más alto sea este valor, por supuesto es mucho mejor para el proyecto e inversionistas.

Los valores obtenidos en el VAN de proyecto así como los del inversionista son:

Tabla 33. Valor actual neto del inversionista
Tasa de Descuento: 13,24%

VAN Inversionista: 1.657.980,90 USD

Los inversionistas acumularían 1.657.980,90 USD luego de haber recuperado sus recursos invertidos en término de valor presente.

Tabla 34. Valor actual neto del proyecto
Tasa de Descuento: 12,09%

VAN Proyecto: 1.751.441,39 USD

Los inversionistas acumularían 1.757.441,39 USD luego de haber recuperado la inversión total del proyecto en términos de valor presente.

En base a los resultados encontrados, se concluye que, tanto desde el punto de vista del Valor Actual Neto el proyecto es rentable tanto para el proyecto en sí como para el inversionista.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define a la Tasa Interna de Retorno (TIR) como la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto (Sevilla, s.f.)

También se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado (Barreno, 2005)

El criterio de aceptación de la TIR condiciona a que esta debe ser superior a la Tasa de Descuento, misma Tasa de Descuento con la que se había calculado el VAN; es por esta razón que mientras mayor sea el resultado, es más deseable invertir en el proyecto.

Los valores resultantes desde el punto de vista del proyecto así como del inversionista fueron:

Tabla 35. Tasa interna de retorno del inversionista
Tasa de Descuento: 13,24%

TIR Inversionista: 47%

Se puede traducir que por cada dólar invertido de los recursos propios de los inversionistas, obtendrán una rentabilidad del 47%.

Tabla 36. Tasa interna de retorno del proyecto
Tasa de Descuento: 12,09%

TIR Proyecto: 36%

A diferencia del anterior, significa que por cada dólar invertido en el proyecto los inversionistas obtendrán un 36% de rentabilidad.

En virtud de que ambos resultados (TIR del Inversionista y del proyecto) son bastante superiores a su tasa de descuento respectiva, sin duda alguna el proyecto es aceptable.

Periodo de Retorno de la Inversión (PRI)

El Periodo de Retorno de la Inversión (PRI) mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial que para el tipo de cálculo es en años (ITSON, s.f.)

Para ello se han sumado los valores del flujo de caja actualizados en cada año, acumulando los mismos y observando en que año el valor se hace positivo y de esta manera se cumple con la definición del PRI.

Tabla 37. Periodo de retorno de la inversión del inversionista

DETALLE / AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021	2022
FLUJO NETO DE CAJA (Inversionista)	-432.972,88	103.839,78	119.579,66	147.735,78	189.168,41	250.610,23
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO	-432.972,88	91.698,85	93.251,88	101.738,68	115.040,08	134.585,88
F. NETO CAJA ACTUALIZ. Y ACUMULADO	-432.972,88	-341.274,03	-248.022,15	-146.283,47	-31.243,39	103.342,49

Tabla 38. Periodo de retorno de la inversión del proyecto

DETALLE / AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021	2022
FLUJO NETO DE CAJA (Inversionista)	-913.996,28	212.175,43	231.703,61	264.143,35	310.419,59	377.338,26
FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO	-913.996,28	189.290,24	184.416,20	187.559,50	196.644,43	213.253,66
F. NETO CAJA ACTUALIZ. Y ACUMULADO	-913.996,28	-724.706,04	-540.289,84	-352.730,34	-156.085,91	57.167,75

El PRI del Inversionista como el del proyecto entrega un saldo positivo en el quinto año, en otras palabras el Inversionista recuperará sus recursos invertidos así como el total de la inversión en el mencionado año.

Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales (Fijos y Variables) asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida. Dicho de otra forma es el punto donde la empresa ni gana ni pierde (Salazar, 2016)

Para este caso, las fórmulas del Punto de Equilibrio en cuanto a cantidad (unidades) e ingresos (USD) no permitían aplicarlas directamente ya que al tener una cartera de productos compuesta por 2 tipos diferentes, el chocolate como principal y el licor de cacao como subproducto. Primeramente se prorratea lo previo a la aplicación de las fórmulas.

En cantidades (u):

$$\text{Punto de equilibrio (P.E.Q)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales (C.F)}}{\text{Margen de Contribución Unitario (M.C.U)}}$$

$$\text{M.C.U} = \text{Precio de Venta Unitario (P.V)} - \text{Costo Variable Unitario (C.V.U)}$$

$$\text{P.E.Q} = \frac{\text{C.F}}{\text{P.V} - \text{C.V.U}}$$

Fuente: (Salazar, 2016)

En valores (USD):

$$\text{P.E.Q} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variable Unitario}}{\text{Precio de Venta Unitario}} \right)}$$

Fuente: (Salazar, 2016)

Para ello se extraen de la tabla de proyección de gastos los Costos Variables y Fijos del proyecto del año 1, Como se sabe, los Costos Variables son los que están en función del volumen de producción, mientras que los Costos Fijos no tienen relación alguna con la producción y siempre se encontrarán presentes independientemente de su volumen. Los Costos Fijos y Variables del proyecto en el primer año son:

- COSTO FIJO (CF): 145.016,80
- COSTO VARIABLE (CV): 461.508,27
- COSTO TOTAL (CT): 606.525,07

Tabla 39. Punto de equilibrio

Descripción	Cantidad (Q)	% Participación	Precio (P)	Costo Variable (CV)	CV Unitario (CVu)	Margen	Margen Ponderado	Costo Fijo (CF)	Punto Equilibrio (PE) en u.	Ingresos (I)	CV en el PE
Chocolate	40.000,00	0,57	15,00	305.009,67	7,63	7,37	4,21		15.958,20	239.372,93	121.685,10
Licor de Cacao	30.000,00	0,43	7,50	156.498,60	5,22	2,28	0,98		11.968,65	89.764,85	62.435,88
TOTAL	70.000,00	1,00		461.508,27			5,19	145.016,80	27.926,85	329.137,78	

Para determinar el PE en la tabla anterior, se divide el CF total para el margen ponderado total y posterior se multiplica por el porcentaje de participación del chocolate y del licor de cacao respectivamente. Se observa que para el chocolate, el punto de equilibrio se encuentra en los 15.958,20 Kg y para el Licor de cacao en los 11.968,65 Kg. Para conocer el nivel de ingresos (USD) en este punto únicamente se multiplica la cantidad obtenida anteriormente por el precio unitario de cada producto, obteniendo así que el Punto de Equilibrio en USD para el chocolate es de 239.372,93 USD y para el Licor de cacao 89.764,85 USD. Ahora para conocer el valor total se suman los valores individuales.

Tabla 40. Punto de equilibrio total

Nivel de Ventas	Cantidad (Q)	CV Total (CVT)	Costo Fijo (CFT)	Ingreso Total (IT)	Costo Total (CT)
VENTAS CERO	0,00	0,00	145.016,80	0,00	145.016,80
PUNTO DE EQUILIBRIO	27.926,84	184.120,98	145.016,80	329.137,78	329.137,78
VENTAS MÁXIMAS	70.000,00	461.508,27	145.016,80	825.000,00	606.525,07

El Punto de Equilibrio Total entonces se encuentra en cantidad igual a los 27.926,85 Kg de producción conjunta de chocolate y Licor de cacao y, en un Ingreso Total Monetario de 329.137,78 USD.

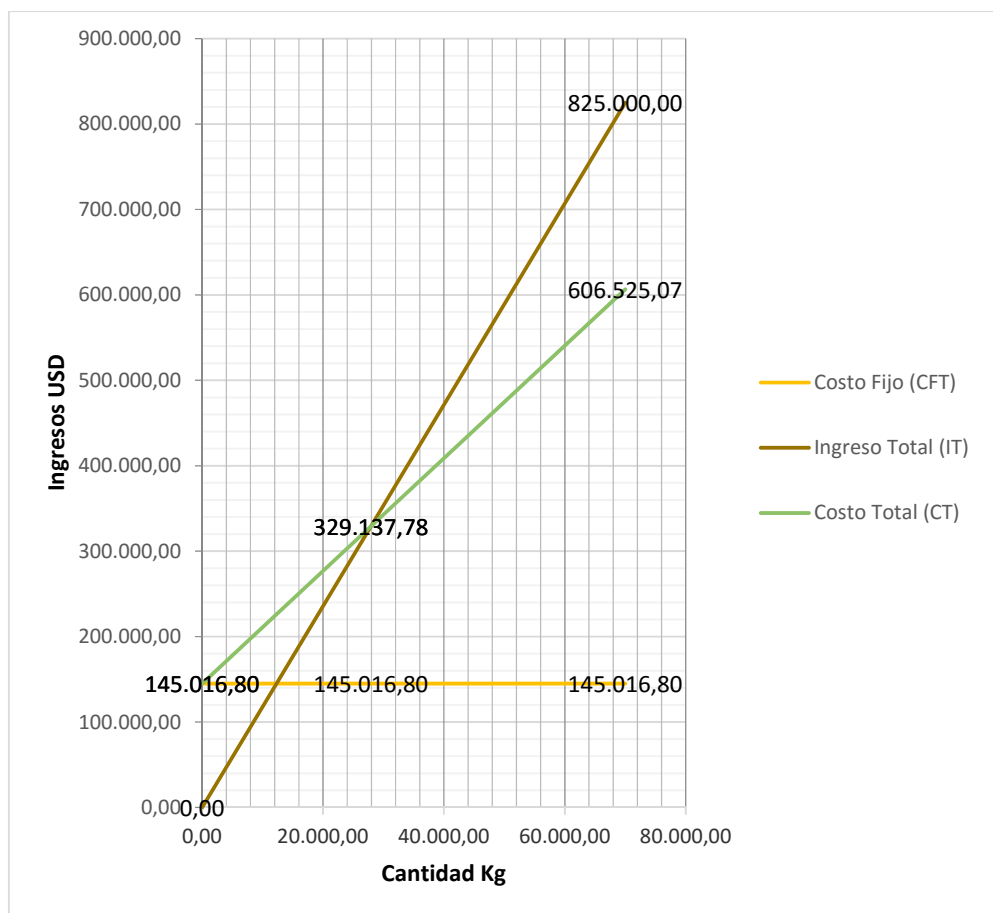


Figura 19. Punto de equilibrio

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Los resultados obtenidos en el estudio de factibilidad son de carácter positivo, los principales indicadores analizados TIR, VAN PRI aseguran un futuro prometedor para este proyecto que deben ser realmente considerados. Si bien el tamaño del proyecto es para una fábrica de tamaño medio y su inversión de cerca al millón de dólares (considerando el capital de trabajo) pudiese parecer para algunas personas un monto fuerte y difícil de disponer, los beneficios esperados como consecuencia del proyecto son bastante optimistas como para no tomarlos en cuenta. A pesar de que se ha considerado un volumen de venta constante para todos los años no llega a ser negativo, por tanto, si se lleva un adecuado estudio de marketing que asegure la introducción del chocolate, no solo al mercado chileno si no al resto del mundo, las cifras indudablemente llegarían a mejorar mucho más.
- En una realidad en la cual se es conscientes que no es fácil triunfar en un mundo tan competitivo como el de ahora, peor aun tratándose de mercados internacionales donde las grandes empresas multinacionales mantienen su presencia en el mercado claramente definida, con líneas de productos realmente amplias; intentar penetrar en un mercado donde ellos son dominantes es algo sumamente complicado y de mucho esfuerzo. Los resultados encontrados en el proyecto de factibilidad si bien son alentadores en la práctica no dejan de ser más que eso, números fríos. Intentado ser lo más realistas posibles se presupuestan ventas constantes de 40.000 kg de chocolate y 30.000 kg de licor de cacao. El primer objetivo es la búsqueda de asegurar dichas ventas para obtener la rentabilidad esperada. El siguiente objetivo naturalmente será rebasar esas cifras y, es en este aspecto donde un

adecuado plan de marketing se vuelve imprescindible y permitiría desarrollar las herramientas y estrategias para lograr cumplir los objetivos antes descritos y las metas corporativas deseadas.

- Muchos de los proyectos de estudiantes universitarios no trascienden a la práctica, lo que los deja únicamente como un precedente teórico para nuevos estudios de nuevos alumnos, sin embargo, si estos estudios llegan a volverse reales, incentiva la creación de nuevos modelos prácticos que permitan exactamente lo mismo, demostrando a futuros alumnos que es posible el emprendimiento, lo cual deriva en un mayor esfuerzo en sus proyectos de grado.

El mayor limitante de llevar a la práctica este proyecto en específico es, sin duda, el factor económico, ya que si no se encuentra los inversionistas con el capital necesario el proyecto inmediatamente se vuelve inviable, sin embargo, se pueden analizar otras alternativas para empezar, como por ejemplo el outsourcing, mismo que se encuentra disponible en varias industrias y en la de chocolate no es la excepción. Lo importante es buscar mecanismos que permitan la realización de los proyectos.

6.2 RECOMENDACIONES

- El cambio de la matriz productiva y el plan nacional del buen vivir son ideas existentes desde muchos años atrás aunque ahora son más estructuradas y evaluables, es decir, finalmente se deja por sentado un lineamiento a seguir en los temas que abarcan ambas leyes. Esto debería mantenerse sea quien fuere el gobierno de turno, podrían darse ciertas modificaciones pero la idea esencial debe perdurar en el tiempo.

De esta manera, el primer paso se ha dado, pero en la actualidad, la participación del gobierno debe ser mucho más activa y profunda en la búsqueda de especialización de toda la agroindustria. Particularmente en el

cacao se deben realizar estudios, análisis biológicos, determinar la manera de sacar el mayor provecho posible a las plantaciones, minimizar el tiempo del secado del grano sin que pierda su calidad. Por ejemplo, se están realizando experimentos al cacao común para que obtenga la misma calidad del cacao nacional o fino de aroma. De conseguir resultados satisfactorios una nueva ventana de oportunidades se abriría para la industria del cacao y del chocolate.

- El financiamiento que entrega el estado a través de sus organismos no es suficiente en la búsqueda de la optimización de los recursos, se debe trabajar en temas de asociatividad al pequeño agricultor, cooperativismo, si se desea crear una marca país este debe ser el camino.
- La adquisición de tecnología de punta, maquinarias eficientes, son factores esenciales que deben estar al alcance de la agroindustria, deben implementarse políticas fiscales, arancelarias reales que favorezcan la adquisición de los mismos y que garanticen la inversión y el trabajo de la gente que pone su dinero en el país.

BIBLIOGRAFÍA

1. Agro Fórum. (20 de mayo de 2017). *Servicio de Nibs de Cacao*. Obtenido de <http://www.agroforum.pe/blogs/industriaalimentaria/servicio-de-nibs-de-cacao-1854/>
2. ALADI. (2015). *Acuerdo de Complementación Económica N° 65 entre la República de Chile y la República del Ecuador*. Obtenido de Asociación Latinoamericana de Integración: <http://www.aladi.org/nsfaladi/textacdos.nsf/5e800d33de11b31203256a65006bcdd4/fa212d3e2c70667e032579fe00528202?OpenDocument>
3. Alchetron. (s.f.). *White chocolate*. Obtenido de <https://alchetron.com/White-chocolate-4987487-W>
4. América Economía. (21 de agosto de 2015). *El consumo de chocolate en América Latina*. Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/grafico-del-dia-el-consumo-de-chocolate-en-america-latina>
5. ANECACAO. (2015). *Exportaciones de Cacao del Ecuador*. Obtenido de Asociación Nacional de Exportadores e Industriales de Cacao del Ecuador: <http://www.anecacao.com/index.php/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>
6. Angulo, S. (2008). *Hoja verde: Su fino sabor le llevó a Europa y Estados Unidos*. Obtenido de Revista Líderes: <http://www.revistalideres.ec/lideres/hoja-verde-fino-sabor-le.html>
7. Anzil, F. (16 de octubre de 2009). *Valor Actual Neto (VAN)*. Obtenido de <https://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/valor-actual-neto-van>
8. ARCSA. (2015). *Resolución ARCSA-DE-067-2015-GGG*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/12/Resolucion_ARCSA-DE-067-2015-GGG.pdf
9. Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (5ta. ed.). Caracas: Editorial Episteme.
10. Banco Pichincha. (s.f.). *Simulador*. Obtenido de <https://www.pichincha.com/portal/Simulador>
11. Barreno, L. (2005). *Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos* (1ra. ed.). Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha.
12. Batalla, D. (9 de octubre de 2013). *¿Que son los commodities?* Obtenido de <https://nocionesdeeconomaiayempresa.wordpress.com/2013/10/09/que-son-los-commodities/>

13. Bio Trendies. (s.f.). *Chocolate con leche*. Obtenido de <https://biotrendies.com/otros-alimentos/chocolate-con-leche>
14. Burbano, M. (2011). *Ecuador de exportador del mejor cacao del mundo a exportador del mejor chocolate del mundo*. Quito: FLACSO. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6407/2/TFLACSO-2011MEBM.pdf>
15. Campal, C., Etxaniz, J., Imaz, I., & Salaberri, I. (s.f.). *El Chocolate: Historia*. Obtenido de http://paginaspersonales.deusto.es/abaitua/_outside/ikasle/dip_03/grupo_d/El_Chocolate/index.htm
16. Cava, H. (28 de junio de 2013). *La Balanza de Pagos*. Obtenido de <https://finanzierenblog.wordpress.com/2013/06/28/la-balanza-de-pagos/>
17. Chesta, R., & San Martín, E. (23 de marzo de 2013). *El Chocolate en Chile: Analisis de los agentes de la industria*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/132168938/La-Industria-Del-Chocolate-en-Chile>
18. Club Planeta. (s.f.). *PIB*. Obtenido de https://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
19. Cookopedia. (s.f.). *Chocolate*. Obtenido de <http://es.cookopedia.org/wiki/index.php/Chocolate>
20. Cortés, G. (1997). Confiabilidad y validez en estudios cualitativos. *Educación y Ciencia*, 1(1), 77-82.
21. Cruz, M. (s.f.). *Determinación de la demanda Potencial insatisfecha*. Obtenido de http://www.academia.edu/33676007/Determinaci%C3%B3n_de_la_demanda_Potencial_insatisfecha
22. Debitoor. (s.f.). *¿Qué es la balanza comercial?* Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-balanza-comercial>
23. Definición.de. (s.f.). *Concepto de Producción*. Obtenido de <https://definicion.de/produccion/>
24. Denzin, N. (1970). *Sociological Methods: a Source Book*. Chicago: Aldine Publishing Company.
25. Diario Las Américas. (9 de julio de 2017). *Inhalar cacao en polvo, la nueva moda entre los jóvenes de EE.UU.* Obtenido de <http://www.diariolasamericas.com/florida/inhalar-cacao-polvo-la-nueva-moda-los-jovenes-eeuu-n4126347>
26. Economia.WS. (s.f.). *Oferta y Demanda*. Obtenido de <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>

27. EcuRed. (s.f.). *La Balanza Comercial*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Balanza_Comercial
28. EXPOPLAZA. (15 de julio de 2015). *II Cumbre Mundial de Cacao – Ecuador 2014*. Obtenido de <https://www.expoplaza.ec/cmc/en/ii-cumbre-mundial-de-cacao-ecuador-2014/>
29. García, C. (2014). *El cacao y su incidencia en la industria nacional de elaborados de cacao en el periodo 2008 – 2012*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6050/1/TESIS%20FINAL%20CACAO_Correcc_%20Final%20-%20grama%20\(1\).pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6050/1/TESIS%20FINAL%20CACAO_Correcc_%20Final%20-%20grama%20(1).pdf)
30. Gestipolis. (s.f.). *¿Qué es un acuerdo comercial?* Obtenido de <https://www.gestipolis.com/que-es-un-acuerdo-comercial/>
31. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4ta. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
32. Hontoria, N. (s.f.). *Beneficios del chocolate negro*. Obtenido de <https://actitudsaludable.net/beneficios-del-chocolate-negro/>
33. ICCO. (s.f.). *¿Cómo se elabora el chocolate?* Obtenido de International Cocoa Organization: <http://www.food-info.net/es/qa/qa-fp41.htm>
34. ITSON. (s.f.). *Aplicación de la Evaluación Financiera: Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)*. Obtenido de Instituto Tecnológico de Sonora: http://biblioteca.itson.mx/oa/contaduria_finanzas/oa1/planeacion_evaluacion_financiera/p11.htm
35. Latorre, A., Rincón, D., & Arnal, J. (2003). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona: Ediciones Experiencia, S.L.
36. Lincoln, Y., & Guba, E. (1987). Naturalistic inquiry. En M. Dunkin, *The international encyclopedia of teaching and teacher education* (págs. 147-151). Oxford, UK: Pergamon Press.
37. Lizarazo, J. (2 de abril de 2016). *Divisa*. Obtenido de <http://laeconomiamundia.blogspot.com/2016/04/divisa-divisa-es-un-concepto-de-la.html>
38. Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso: Estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y Gestión*(20), 165-193. Obtenido de http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/20/5_El_metodo_de_estudio_de_caso.pdf
39. Maxwell, J. (1998). Designing a Qualitative Study. En L. Rog, *Handbook of Applied Social Research Method* (págs. 69-100). Thousand Oaks, CA.: Sage.
40. Meza, E. (2014). *Propuesta de Guía Metodológica para la elaboración de trabajos especiales de grado, con el fin de facilitar el trabajo de investigación de los*

aspirantes a maestría en el Ecuador. Curazao: International Lifelong Learning University.

41. MIFIC. (s.f.). *Chocolate Chile*. Obtenido de Ministerio de Fomento, Industria y Desarrollo: <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos%20CNPE/Fichas%20producto%20mercado%202014/Chocolate%20chile%20ok.pdf>
42. Ministerio de Salud de Chile. (13 de mayo de 1997). *Reglamento Sanitario de los Alimentos*. Obtenido de [http://web.minsal.cl/sites/default/files/files/DECRETO_977_96 actualizado a Enero 2015\(1\).pdf](http://web.minsal.cl/sites/default/files/files/DECRETO_977_96%20actualizado%20a%20Enero%202015(1).pdf)
43. Open Course Ware. (23 de octubre de 2017). *¿Qué es la integración económica?* Obtenido de <https://ocw.unican.es/mod/page/view.php?id=1324>
44. Panorama Educativo de México. (2017). *Producto Interno Bruto per cápita*. Obtenido de http://www.inec.edu.mx/bie/mapa_indica/2009/PanoramaEducativoDeMexico/CS/CS07/2009_CS07_.pdf
45. Parroquia Rural de Píntag. (s.f.). *Indicadores*. Obtenido de <https://sites.google.com/a/parroquiaruralpintag.gob.ec/parroquia-rura/home/nh2/nh4>
46. Patton, M. (2002). *Qualitative evaluation and research methods* (2da. ed.) . Newbury Park, CA.: SAGE Publications.
47. Pro Ecuador. (2013). *Análisis del sector cacao y elaborados*. Quito: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
48. Pro Ecuador. (s.f.). *Chocolate*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/cacao-y-elaborados/chocolate/>
49. Ramírez, T. (1999). *¿Cómo hacer un proyecto de investigación?* (2da. ed.) . Editorial Carhel: Caracas.
50. Registro Oficial N° 180-S. (10 de febrero de 2014). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de Asamblea Nacional: <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
51. Registro Oficial N° 452. (19 de mayo de 2011). *Reglamento al título de la facilitación aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Obtenido de <http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-orgánico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
52. Salazar, B. (2016). *Análisis del Punto de Equilibrio*. Obtenido de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/producci%C3%B3n/an%C3%A1lisis-del-punto-de-equilibrio/>

53. SDP Noticias. (6 de agosto de 2013). *¿En qué país se come más chocolate?* Obtenido de <https://www.sdpnoticias.com/estilo-de-vida/2013/08/06/en-que-pais-se-come-mas-chocolate>
54. SENAE. (s.f.). *Para Exportar*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador : <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
55. SENPLADES. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo: <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
56. Sevilla, A. (s.f.). *Tasa Interna de Retorno (TIR)*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
57. Shaw, E. (1999). A guide to the Qualitative Research Process: Evidence from a Small Firm Study. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2(2), 59-70.
58. Sierra, R. (1997). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios*. Madrid: Editorial Paraninfo.
59. Significados.com. (1 de julio de 2017). *Significado de Outsourcing*. Obtenido de <https://www.significados.com/outsourcing/>
60. Significados.com. (s.f.). *Globalización*. Obtenido de <https://www.significados.com/globalizacion/>
61. SRI. (s.f.). *RUC*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
62. Trade Map. (2015). *Ecuador: Export*. Obtenido de <http://m.trademap.org/#/grid/1806/218/0/export/country>
63. Trade Map. (2016). *Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2016*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||1806||4|1|1|2|1|1|2|1|1
64. Trade Map. (2016). *Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2016*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||180631||6|1|1|1|1|1|2|1|1
65. Trade Map. (s.f.). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Chile*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|152||||1806||4|1|1|2|2|1|2|2|1
66. Trade Map. (s.f.). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Chile*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|152||||180631||6|1|1|2|2|1|2|2|1

67. Trade Map. (s.f.). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|152|||1806||4|1|1|2|1|2|2|1
68. Trade Map. (s.f.). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|152|||180631||6|1|1|1|2|1|2|2|1
69. Uxó, J. (s.f.). *Bienes de capital*. Obtenido de Diccionario Empresarial: http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMjYwtLtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoATfXwWzUAAAA=WKE
70. Uxó, J. (s.f.). *Crecimiento económico*. Obtenido de Diccionario Empresarial: http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjAyMDtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAyZJ7JzUAAAA=WKE
71. Varela, R. (1997). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Bogotá: Grupo Editorial Iberoamericana. Obtenido de <http://estudiodefacticidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/facticidad-y-viabilidad.html>
72. Velayos, V. (s.f.). *Valor Actual Neto (VAN)*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
73. Yin, R. (2006). Case Study Research: Design and Methods, Applied social research Methods Series. En P. Martínez, *El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica* (Vol. 20, págs. 165-193). Barranquilla: Sage.
74. Yirepa. (s.f.). *La Tasa de Descuento*. Obtenido de <http://yirepa.es/la-tasa-de-descuento.html>

ANEXOS

ANEXO 1: Depreciaciones

EDIFICIOS					
Año	Valor Inicial	Vida Útil	% Depreciación	Valor Residual	Seguros
1	181.764,00	20	9.088,20	181.764,00	3.635,28
2	181.764,00	20	9.088,20	172.675,80	3.453,52
3	172.675,80	20	9.088,20	163.587,60	3.271,75
4	163.587,60	20	9.088,20	154.499,40	3.089,99
5	154.499,40	20	9.088,20	145.411,20	2.908,22
6	145.411,20	20	9.088,20	136.323,00	2.726,46
7	136.323,00	20	9.088,20	127.234,80	2.544,70
8	127.234,80	20	9.088,20	118.146,60	2.362,93
9	118.146,60	20	9.088,20	109.058,40	2.181,17
10	109.058,40	20	9.088,20	99.970,20	1.999,40
11	99.970,20	20	9.088,20	90.882,00	1.817,64
12	90.882,00	20	9.088,20	81.793,80	1.635,88
13	81.793,80	20	9.088,20	72.705,60	1.454,11
14	72.705,60	20	9.088,20	63.617,40	1.272,35
15	63.617,40	20	9.088,20	54.529,20	1.090,58
16	54.529,20	20	9.088,20	45.441,00	908,82
17	45.441,00	20	9.088,20	36.352,80	727,06
18	36.352,80	20	9.088,20	27.264,60	545,29
19	27.264,60	20	9.088,20	18.176,40	363,53
20	18.176,40	20	9.088,20	9.088,20	181,76
21	9.088,20	20	9.088,20	0,00	0,00

MAQUINARIA Y EQUIPO					
Año	Valor Inicial	Vida Útil	% Depreciación	Valor Residual	Seguros
1	245.820,00	10	24.582,00	245.820,00	4.916,40
2	245.820,00	10	24.582,00	221.238,00	4.424,76
3	221.238,00	10	24.582,00	196.656,00	3.933,12
4	196.656,00	10	24.582,00	172.074,00	3.441,48
5	172.074,00	10	24.582,00	147.492,00	2.949,84
6	147.492,00	10	24.582,00	122.910,00	2.458,20
7	122.910,00	10	24.582,00	98.328,00	1.966,56
8	98.328,00	10	24.582,00	73.746,00	1.474,92
9	73.746,00	10	24.582,00	49.164,00	983,28
10	49.164,00	10	24.582,00	24.582,00	491,64
11	24.582,00	10	24.582,00	0,00	0,00

MUEBLES Y ENSERES					
Año	Valor Inicial	Vida Útil	% Depreciación	Valor Residual	Seguros
1	2.713,20	10	271,32	2.713,20	54,26
2	2.713,20	10	271,32	2.441,88	48,84
3	2.441,88	10	271,32	2.170,56	43,41
4	2.170,56	10	271,32	1.899,24	37,98
5	1.899,24	10	271,32	1.627,92	32,56
6	1.627,92	10	271,32	1.356,60	27,13
7	1.356,60	10	271,32	1.085,28	21,71
8	1.085,28	10	271,32	813,96	16,28
9	813,96	10	271,32	542,64	10,85
10	542,64	10	271,32	271,32	5,43
11	271,32	10	271,32	0,00	0,00

EQUIPO DE COMPUTO					
Año	Valor Inicial	Vida Útil	% Depreciación	Valor Residual	Seguros
1	1.183,20	3	394,40	1.183,20	47,33
2	1.183,20	3	394,40	788,80	31,55
3	788,80	3	394,40	394,40	15,78
4	394,40	3	394,40	0,00	0,00

EQUIPO DE OFICINA					
Año	Valor Inicial	Vida Útil	% Depreciación	Valor Residual	Seguros
1	512,04	10	51,20	512,04	10,24
2	512,04	10	51,20	460,84	9,22
3	460,84	10	51,20	409,63	8,19
4	409,63	10	51,20	358,43	7,17
5	358,43	10	51,20	307,22	6,14
6	307,22	10	51,20	256,02	12,80
7	256,02	10	51,20	204,82	10,24
8	204,82	10	51,20	153,61	7,68
9	153,61	10	51,20	102,41	5,12
10	102,41	10	51,20	51,20	2,56
11	51,20	10	51,20	0,00	0,00

Seguros

Seguro Desgravamen Crédito Financiero

SEGUROS		
Año 1	8.663,51	2338,16
Año 2	7.967,89	1928,48
Año 3	7.272,25	1465,21
Año 4	6.576,62	941,41
Año 5	5.896,76	349,11
Año 6	5.211,79	0,00
Año 7	4.532,97	0,00
Año 8	3.854,13	0,00
Año 9	3.175,30	0,00
Año 10	2.496,47	0,00

ANEXO 2: Simulación Préstamo Pichincha

28/8/2017

aboutblank



CONDICIONES Y COSTO TOTAL DEL CREDITO

Fecha: 28/08/2017 Producto: COMERCIAL (PRODUCTIVO)
 Plazo (Meses): 60 Fecha Inicio Pago: 28-sep-2017
 Estado Civil: Soltero Frecuencia de Pago: Mensual
 Tasa Interés Nominal: 11.23% Tipo de Tasa: Rejustable
 Tipo de sistema de Amortización: FRANCES Tasa Contribución Solca: 0 %
 Valor Bien Inmueble: 500000

Datos Financiamiento	Valores	Periodicidad	Explicación
Monto Financiado (USD)	320524		Monto del crédito solicitado
Monto líquido (USD)	318921.38		Monto acreditado en la cuenta
Cuota Financiera (USD)	6950.35	Mensual	Valor correspondiente al capital e interés
Cuota Total (USD)	7084.77	Mensual	Valor cuota financiera
Plazo / Número de cuotas	60	Mensual	Número de cuotas a pagar por el cliente en todo el plazo del crédito
Tasa Interés Nominal (%)	11.23	Anual	Es la tasa de interés anual que iguala el valor presente de los flujos de los desembolsos con el valor presente de los flujos de servicio de crédito.
Tasa de Interés activa efectiva referencial para el segmento (%)	10.92	Anual	Es la tasa de interés anual que iguala el valor presente de los flujos de los desembolsos con el valor presente de los flujos de servicio del crédito del segmento
Tasa Interés efectiva anual (%)	11,83	Anual	(TEA) Es igual al interés anual efectivo, dividido para el capital inicial. Las tasas de interés nominal y efectiva difieren cuando el período de capitalización es distinto de un año. La tasa de interés efectiva es más alta mientras más corto es el período de capitalización
Suma de Cuotas (USD)	431091.78		Sumatoria de cuotas que paga el cliente

aboutblank

1/7

28/8/2017

aboutblank

Datos Financiamiento	Valores	Periodicidad	Explicación
Carga Financiera (USD)	105912.29		Sumatoria de intereses y primas
Relación entre el valor total y monto de capital solicitado	1,34		Relación entre la suma de cuotas y el monto financiado.
Tasa efectiva anual del costo del financiamiento	11,83		Es la tasa efectiva anual de interés más los valores correspondientes a impuestos de ley, seguros obligatorios (desgravamen e incendios) y gastos directos e indirectos.

Seguros Obligatorio	Gasto	Periodicidad	Justificación
Desgravamen (USD)	134.42	Mensual	Seguro de Vida
Incendio (USD)	0.0	Mensual	Seguro contra incendio, terremoto y/o rayo

Gastos por cuenta de terceros	Valor en USD	Periodicidad	Explicación
Reconocimiento de firmas por intervinientes	12.83		
Certificación de documentos (anverso y reverso)	1.57		

Contribución Obligatoria	Costo	Periodicidad	Justificación
Contribución atención integral del cáncer (USD)	1602.62	Única	Es la contribución para la atención integral del cáncer ordenada en la disposición general Décimo Cuarta del Código Orgánico Monetario y Financiero

Explicaciones	
Tipo de Tasa: Fija / REAJUSTABLE	La tasa de interés fija es aquella que permanece igual durante la vigencia del préstamo en tanto la tasa de interés reajutable puede fluctuar durante la vigencia del mismo
Tipo de tabla de Amortización	<u>Francés</u> o dividendos iguales: Aquel que genera dividendos de pagos periódicos iguales, cuyos valores de amortización del capital son crecientes en cada período, y los valores de intereses sobre el capital adeudado son decrecientes. <u>Alemán</u> o cuotas de capital iguales: Aquel que genera dividendos de pago periódicos decrecientes, cuyos valores de amortización del capital son iguales para cada período y los valores de intereses sobre el capital adeudado son decrecientes

TABLA TASA MORA (Corresponde a la

TABLA SERVICIOS FINANCIEROS DIFERENCIADOS POR

aboutblank

2/7

28/8/2017

regulación 051-2013 del Directorio
(Banco Central)

aboutblank

GASTOS DE GESTIÓN DE COBRANZA EXTRAJUDICIAL

DIAS DE MOROSIDAD	RECARGO POR MOROSIDAD HASTA
0	0.0%
1-15	5.0%
16-30	7.0%
31-60	9.0%
61-999999	10.0%

			DIAS DE MORAL ACTUAL				
Rango de Cuotas			1 a 30 días	31 a 60 días	61 a 90 días	91 a 120 días	> a 120 días
<	100		6.38	16.23	23.17	25.56	25.56
>	100	<= 199	7.35	16.46	23.85	26.64	26.64
>	200	<= 299	7.92	17.83	25.27	29.03	29.03
>	300	<= 499	8.32	20.34	27.43	32.72	32.72
>	500	<= 999	8.63	23.99	30.34	37.70	37.70
>	1000	<= 4999	8.88	28.78	34.01	43.99	43.99
>	5000		8.88	28.78	34.01	43.99	43.99

Notas:

1. Esta información cambia sin previo aviso, a las tasas vigentes al momento del desembolso.
2. La información que consta en el presente documento es referencial y tiene un período de validez de 5 días, a contarse desde la presente fecha, excepto cuando el Banco Central del Ecuador modifique la tasa referencial que utiliza el Banco Pichincha.
3. La carga financiera no incluye gastos por cuentas de terceros, así como impuestos.
4. Los valores de cobranza extrajudicial se cobrarán de acuerdo a la tabla detallada anteriormente.

Tabla honorarios profesionales, avalúos, reavalúos, inspecciones e informes especiales:

1. Honorarios avalúos/ reavalúos bienes inmuebles, muebles, maquinarias y equipos

DESDE	HASTA	HONORARIO	IVA	TOTAL
\$10.000,00	\$20.000,00	\$72,00	\$8,64	\$80,64
\$20.001,00	\$40.000,00	\$84,00	\$10,08	\$94,08
\$40.001,00	\$60.000,00	\$106,80	\$12,82	\$119,62
\$60.001,00	\$80.000,00	\$135,60	\$16,27	\$151,87
\$80.000,01	\$100.000,00	\$151,20	\$18,14	\$169,34
\$100.001,00	\$150.000,00	\$166,80	\$20,02	\$186,82
\$150.001,00	\$200.000,00	\$184,80	\$22,18	\$206,98
\$200.001,00	\$400.000,00	\$232,80	\$27,94	\$260,74
\$400.001,00	\$800.000,00	\$340,80	\$40,90	\$381,70
\$800.001,00	\$1.000.000,00	\$448,80	\$53,86	\$502,66
\$1.000.001,00	en adelante	0.44880 x mil		

* Para TERRENOS urbanos ubicados en localidades con cobertura aplica un descuento del 30%

2. HABITAR CONSTRUIR INDIVIDUAL

TIPO	MONTO PRESUPUESTO	VALOR	IVA	TOTAL
Avalúo Habitar Construir	Hasta \$50.000	\$117,00	\$14,04	\$131,04
Avalúo Habitar Construir	Mayor a \$50.001	\$140,40	\$16,85	\$157,25
Inspección Habitar Construir	-	\$39,00	\$4,68	\$43,68

3. AVALÚOS/ REAVALÚOS VEHÍCULOS

aboutblank

3/7

28/8/2017

aboutblank

TIPO	TONELADAS	VALOR	IVA	TOTAL
Vehículos Livianos	Hasta 3.5	\$35,00	\$4,20	\$39,20
Vehículos Pesados	Mayor a 3.5	\$55,00	\$6,60	\$61,60

4. INSPECCIONES

TIPO	MONTO	VALOR	IVA	TOTAL
Bienes Inmuebles	-	\$60,00	\$7,20	\$67,20
Inspecciones valorada Habitar Cupo activo hasta	\$80.000,00	\$84,00	\$10,08	\$94,08
Inspecciones valorada Habitar cupo activo mayor a:	\$80.001,00	\$135,00	\$16,20	\$151,20
Vehículos Livianos y Pesados	-	\$25,20	\$3,02	\$28,22
Maquinaria y Equipos	\$15,00la hora + IVA, mínimo \$30,00*			

5. INFORMES ESPECIALES

TIPO	MONTO	VALOR	IVA	TOTAL
Análisis proyectos cupo hasta 50 unidades	-	\$140,80	\$16,90	\$157,70
Análisis proyectos cupo activo mayor a 51 unidades	-	\$200,00	\$24,00	\$224,00
Análisis Construir Constructor	-	\$341,00	\$40,92	\$381,92
Avalúo Contruir Constructor	1 x mil del monto, máximo \$800 + IVA			
Inspecciones de avance de obra	0.015% sobre crédito aprobado + IVA mínimo \$70,00			

- Costo por fotografía a partir de la foto No.13:\$0.50 c/u
- Costo por movilización para bienes fuera del límite urbanos de las coberturas \$0,20 por Km. Recorrido
- Costo por Permanencia: \$5.00 dólares/hora
- Para trabajos realizados en el ORIENTE, aplica un cargo del 20%
- Los gastos por movilización, estadía y alimentación serán cubiertos por el cliente

6. FIDEICOMISO EN GARANTÍA

Adhesión y Administración de Fideicomiso \$10,00 + IVA

Tabla de amortización

CUOTA	FECHA DE PAGO	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	SEGURO INCENDIO	VALOR CUOTA	SALDO
0	28-ago-2017	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	320524.0
1	28-sep-2017	3892.45	3057.9	134.42	0.0	7084.77	316631.55
2	28-oct-2017	3928.03	3121.46	137.21	0.0	7186.7	312703.52
3	28-nov-2017	3968.46	3082.74	135.5	0.0	7186.7	308735.06
4	28-dic-2017	4009.3	3043.61	133.79	0.0	7186.7	304725.76

aboutblank

4/7

28/8/2017

aboutblank

CUOTA	FECHA DE PAGO	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	SEGURO INCENDIO	VALOR CUOTA	SALDO
5	28-ene-2018	4050.56	3004.09	132.05	0.0	7186.7	300675.2
6	28-feb-2018	4092.25	2964.16	130.29	0.0	7186.7	296582.95
7	28-mar-2018	4134.37	2923.81	128.52	0.0	7186.7	292448.58
8	28-abr-2018	4176.92	2883.06	126.72	0.0	7186.7	288271.66
9	28-may-2018	4219.9	2841.88	124.92	0.0	7186.7	284051.76
10	28-jun-2018	4263.33	2800.28	123.09	0.0	7186.7	279788.43
11	28-jul-2018	4307.21	2758.25	121.24	0.0	7186.7	275481.22
12	28-ago-2018	4351.54	2715.79	119.37	0.0	7186.7	271129.68
13	28-sep-2018	4396.32	2672.89	117.49	0.0	7186.7	266733.36
14	28-oct-2018	4441.57	2629.55	115.58	0.0	7186.7	262291.79
15	28-nov-2018	4487.28	2585.76	113.66	0.0	7186.7	257804.51
16	28-dic-2018	4533.46	2541.52	111.72	0.0	7186.7	253271.05
17	28-ene-2019	4580.12	2496.83	109.75	0.0	7186.7	248690.93
18	28-feb-2019	4627.26	2451.68	107.76	0.0	7186.7	244063.67
19	28-mar-2019	4674.88	2406.06	105.76	0.0	7186.7	239388.79
20	28-abr-2019	4722.99	2359.97	103.74	0.0	7186.7	234665.8
21	28-may-2019	4771.6	2313.41	101.69	0.0	7186.7	229894.2
22	28-jun-2019	4820.71	2266.37	99.62	0.0	7186.7	225073.49
23	28-jul-2019	4870.32	2218.85	97.53	0.0	7186.7	220203.17
24	28-ago-2019	4920.44	2170.84	95.42	0.0	7186.7	215282.73
25	28-sep-2019	4971.08	2122.33	93.29	0.0	7186.7	210311.65
26	28-oct-2019	5022.24	2073.32	91.14	0.0	7186.7	205289.41
27	28-nov-2019	5073.93	2023.81	88.96	0.0	7186.7	200215.48
28	28-dic-2019	5126.15	1973.79	86.76	0.0	7186.7	195089.33

aboutblank

5/7

28/8/2017

aboutblank

CUOTA	FECHA DE PAGO	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	SEGURO INCENDIO	VALOR CUOTA	SALDO
29	28-ene-2020	5178.91	1923.26	84.53	0.0	7186.7	189910.42
30	28-feb-2020	5232.21	1872.2	82.29	0.0	7186.7	184678.21
31	28-mar-2020	5286.05	1820.62	80.03	0.0	7186.7	179392.16
32	28-abr-2020	5340.46	1768.51	77.73	0.0	7186.7	174051.7
33	28-may-2020	5395.42	1715.86	75.42	0.0	7186.7	168656.28
34	28-jun-2020	5450.95	1662.67	73.08	0.0	7186.7	163205.33
35	28-jul-2020	5507.05	1608.93	70.72	0.0	7186.7	157698.28
36	28-ago-2020	5563.72	1554.64	68.34	0.0	7186.7	152134.56
37	28-sep-2020	5620.98	1499.79	65.93	0.0	7186.7	146513.58
38	28-oct-2020	5678.83	1444.38	63.49	0.0	7186.7	140834.75
39	28-nov-2020	5737.28	1388.4	61.02	0.0	7186.7	135097.47
40	28-dic-2020	5796.32	1331.84	58.54	0.0	7186.7	129301.15
41	28-ene-2021	5855.98	1274.69	56.03	0.0	7186.7	123445.17
42	28-feb-2021	5916.24	1216.96	53.5	0.0	7186.7	117528.93
43	28-mar-2021	5977.13	1158.64	50.93	0.0	7186.7	111551.8
44	28-abr-2021	6038.65	1099.71	48.34	0.0	7186.7	105513.15
45	28-may-2021	6100.79	1040.18	45.73	0.0	7186.7	99412.36
46	28-jun-2021	6163.58	980.04	43.08	0.0	7186.7	93248.78
47	28-jul-2021	6227.01	919.28	40.41	0.0	7186.7	87021.77
48	28-ago-2021	6291.1	857.89	37.71	0.0	7186.7	80730.67
49	28-sep-2021	6355.85	795.87	34.98	0.0	7186.7	74374.82
50	28-oct-2021	6421.26	733.21	32.23	0.0	7186.7	67953.56
51	28-nov-2021	6487.34	669.91	29.45	0.0	7186.7	61466.22
52	28-dic-2021	6554.11	605.95	26.64	0.0	7186.7	54912.11

aboutblank

6/7

28/8/2017

aboutblank

CUOTA	FECHA DE PAGO	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	SEGURO INCENDIO	VALOR CUOTA	SALDO
53	28-ene-2022	6621.56	541.34	23.8	0.0	7186.7	48290.55
54	28-feb-2022	6689.71	476.06	20.93	0.0	7186.7	41600.84
55	28-mar-2022	6758.56	410.11	18.03	0.0	7186.7	34842.28
56	28-abr-2022	6828.11	343.49	15.1	0.0	7186.7	28014.17
57	28-may-2022	6898.39	276.17	12.14	0.0	7186.7	21115.78
58	28-jun-2022	6969.38	208.17	9.15	0.0	7186.7	14146.4
59	28-jul-2022	7041.11	139.46	6.13	0.0	7186.7	7105.29
60	28-ago-2022	7105.29	70.05	3.07	0.0	7178.41	0.0

* Esta información es únicamente referencial y puede ser modificada sin previo aviso

ANEXO 3: Terreno

Vendo Terrreno Valle de Los Chillos Sector Pintag or

Publica: **CONSTRUARTE** - Teléfono: **2508158/0995070410** - E-mail: **williamh1779@hotmail.com**

Precio	\$ 24.000
---------------	------------------

1.000 m ² Superficie total

1.000 m ² Superficie cubierta
--

Antigüedad: 1 año

vendo terreno valle de los chillos sector Pintag dentro de la cooperativa de Huertos Familiares Corazon de Jesus.
cuenta con todos los servicios basicos, agua luz, telefono, alcantarillado, terreno plano ideal para casa de campo.

Exteriores Servicios

Arboles	Línea telefónica
	Parqueadero visitantes
	Iluminación
	Servicios básicos (agua/luz)



ANEXO 4: Maquinaria e Insumos



SEPARADOR DE PIEDRAS E IMPUREZAS "BEAN CLEANER 50"

Este es un equipo de limpieza de granos de cacao de alta eficiencia. Separa las piedras e impurezas por diferencia de densidades mediante la acción de un motor vibrador y un ventilador. El grano de cacao limpio es descargado por la parte delantera de la máquina y las impurezas por la parte posterior. La máquina es compacta y está construida en acero inoxidable 304.



ESPECIFICACIONES

MODELO	BEAN CLEANER 50
CAPACIDAD PRODUCCIÓN	50 Kg/h
POTENCIA	0.75 kW
PESO	75 Kg
DIMENSIONES (MM)	800x400x720

EL PROCESO DE LIMPIEZA





DESCASCARILLADORA DE CACAO "WINDCRAKER"

Esta máquina realiza el descascarillado del cacao en forma rápida y eficiente. Los granos tostados se depositan en la tolva y se deslizan a la cámara de triturado donde son quebrados y la cascarilla desprendida. La cascarilla luego es separada por acción del aire cuyo caudal es totalmente regulable por el operario. Los Nibs totalmente libres de cascarilla se depositan en la primera bandeja, los Nibs con alguna cascarilla adherida se depositan en la segunda bandeja y la cascarilla y polvo se depositan en la segunda bandeja y la cascarilla y polvo se depositan en el ciclón colector de cascarilla, que además posee un extractor de aire con un filtro de manga para el retorno de aire limpio al ambiente. La máquina está construida completamente de acero inoxidable 304.



ESPECIFICACIONES

MODELO	WINDCRAKER-50	WINDCRAKER-200
CAPACIDAD	50-100 Kg/h	100-200 Kg/h
TASA DE DESCASCARILLADO	Primera Pasada: 93%, Segunda Pasada 98%	
TASA DE TRITURACIÓN	<10%	
POTENCIA	3 kW	5.25 kW
PESO	125 Kg	175 Kg
DIMENSIONES (MM)	1570x670x1530	1800x1000x1470

EL PROCESO DE DESCASCARILLADO



WWW.DELANI.BIZ
VENTAS@DELANITRADING.COM



MOLINO DE BOLAS

"CHOCOMILL 300/600/1000"

El molino de bolas es un equipo especial para refinar la masa de chocolate. Actúa mediante el impacto y la fricción entre el material y las bolas de acero que se encuentran dentro del cilindro vertical, refinándose la masa hasta el grado de fineza requerido.

Tiene una estructura sólida con un contenedor con chaqueta de enfriamiento para mantener baja la temperatura del chocolate durante el proceso mediante un controlador automático y un eje vertical con aspas que realizan el movimiento de la masa de chocolate junto con las bolas de acero para producir el refinado. El material es recirculado en el interior del molino y hacia el exterior con una bomba.



ESPECIFICACIONES

MODELO	CHOCOMILL 300	CHOCOMILL 600	CHOCOMILL1000
CAPACIDAD (K/VEZ)	300	600	1000
FINEZA DE MOLIENDA	≤20	≤20	≤20
VELOCIDAD DE EJE ROTACIONAL PRINCIPAL (RPM)	47	47	84
TIEMPO DE MOLIENDA (H)	6-7	6-7	8-16
POTENCIA DE MOTOR PRINCIPAL (KW)	5.5	11	11
POTENCIA DE CALENTAMIENTO ELÉCTRICO (KW)	3	6	7.5
PESO (KG)	1046	1569	3150
MEDIDAS (MM)	2250x960x2200	2217x1300x1587	3000x1700x2200

*Las especificaciones pueden variar

EL PROCESO DE REFINADO

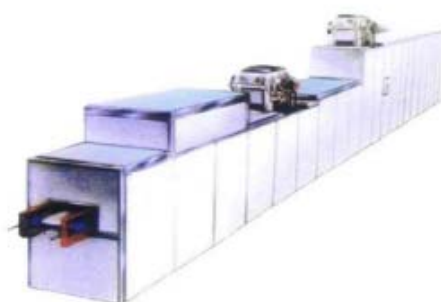


WWW.DELANI.BIZ
VENTAS@DELANITRADING.COM



MOLDEADORA DE CHOCOLATES 1 CABEZAL Y TÚNEL DE ENFRIAMIENTO "TRENDY 175"

Es una línea automática especial para moldear chocolates. Realiza las funciones de precalentamiento del molde, depositado, vibrado del molde, enfriado, desmoldado, y transporte del chocolate en su banda de salida. Posee un cabezal de moldeo doble, lo que le permite depositar diversos productos tales como chocolate puro, chocolatea de dos colores lado a lado, dos colores arriba y abajo. Se le puede adicionar como opcional un alimentador de nueces, maní entero o pasas y molinillo para incorporar nueces partidas.



ESPECIFICACIONES

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	1.5-2.5 ton/turno
POTENCIA TOTAL	18 kW (excepto la enfriadora)
COMPRESORES DE FRÍO	2x7.5 HP
PESO TOTAL	6000 kg
MEDIDAS DEL MOLDE	320x200x33 mm
MEDIDAS EXTERNAS	14000x1000x2350 mm

*Las especificaciones pueden variar

EL PROCESO DE MOLDEADO



WWW.DELANI.BIZ
VENTAS@DELANITRADING.COM



TEMPLADORA CONTINUA "CHOCOTEMP 40"

Es una máquina que realiza las funciones de temperado de chocolate, moldeado y vibrado así como el baño de productos.

Trabaja con un sistema de fusión del chocolate por medio de la inducción de calor, lo cual asegura precisión en el trabajo y al mismo tiempo reduce el consumo de energía. Además, con la aplicación del sistema de enfriamiento por gas automático del sinfín se reduce considerablemente el tiempo de enfriamiento.

El dispositivo de desmontaje del sinfín facilita el cambio de tipo de chocolate en pocos minutos y sin derroches. La inversión automática, permite vaciar la cavidad de la misma, para poder reanudar rápidamente el sistema de atemperado.

La máquina es controlada por un PLC para una rápida selección de las funciones de temperado, el tiempo de dosificación y del número de repeticiones, el vibrador de moldes y el sistema de baño.



ESPECIFICACIONES

CAPACIDAD	40 kg
PRODUCTIVIDAD	Hasta 120 kg/h
CONSUMO MEDIO	2.5 Kw
VOLTAJE	220/380 V, 50/60 Hz, Trifásico
DIMENSIONES	830x550x1540mm
PESO	250 Kg

*Las especificaciones pueden variar.

EL PROCESO DE TEMPLADO



WWW.DELANI.BIZ
VENTAS@DELANITRADING.COM



TÚNEL DE ENFRIADO DE CHOCOLATE "FRIGOBELT 100"

Se utiliza principalmente para enfriar los chocolates después del moldeado. Es una banda transportadora dentro de un compartimiento cerrado insulado térmicamente donde se inyecta aire frío. Está equipado con control automático de temperatura. Es indispensable para el buen enfriado de los chocolates de tal forma que en el manipuleo posterior al desmolde su superficie no se vea afectada. La entrada de aire frío es indirecta y no se produce rocío sobre los chocolates. Es construido totalmente en acero inoxidable 304.



ESPECIFICACIONES

LARGO TOTAL	13.5 metros
ANCHO DE CORREA	320 mm
VELOCIDAD DE CORREA	0.5m - 2m por minuto
POTENCIA	18000 BTU/Hr
TEMPERATURA DE ENFRIADO	5 - 10 grados Celsius
MEDIDAS	13500x1100x1200 mm

*Las especificaciones pueden variar.

FOTOS DEL TÚNEL DE ENFRIADO



WWW.DELANI.BIZ
VENTAS@DELANITRADING.COM



Moldes para chocolate

Los moldes para chocolate están fabricados con policarbonato, haciéndolos resistentes y durables al ritmo de trabajo que se acostumbra en la industria. Las dimensiones de los moldes se preparan de acuerdo a solicitud de los clientes y necesidades especiales. Contamos con tamaños estándares para nuestras templadoras, moldeadoras manuales, como a nuestras moldeadoras automáticas. Ofrecemos una gran variedad de modelos tanto para barras y bombones, como modelos personalizados en formatos y marca del cliente.



los modelos DE moldes

DSG1001	DSG1002	DSG1003	DSG1004	DSG1005
43 X 31 X 14 MM	55 X 39 X 15 MM	53 X 40 X 15 MM	26 X 26 X 16 MM	53 X 40 X 16 MM
4X8 PZAS / 10G	4X4 PZAS / 18G	4X4 PZAS / 18G	4X8 PZAS / 8G	4X2 PZAS / 10G

www.delani.biz
ventas@delanitrading.com

ANEXO 5: Equipo de Computo

5/11/2017

Impresora Copiadora Con Escaner Ricoh Sp3510sf Blaco Y Negro - U\$S 290,00 en Mercado Libre

También puede interesarte: computadoras - computadoras usadas - core i3 - gamer - laptop super baratas y buenas

[Volver al listado](#)[Computación](#)[Impresoras y Accesorios](#)[Impresoras](#)[Laser](#)[Compartir](#)[Vender uno igual ¡gratis!](#)Estás viendo una nueva publicación del mismo vendedor, el artículo que querías visitar [Ver artículo](#) [nalizó.](#)

Usado - 16 vendidos

Impresora
Copiadora
Con Escaner
Ricoh
Sp3510sf
Blaco Y
Negro



U\$S 290

Paga en cuotas



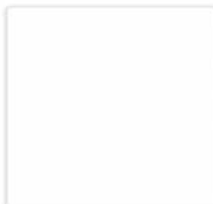
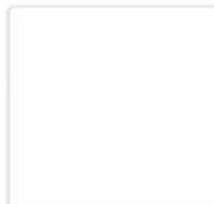
Entrega a acordar con
el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad:

1


[Comprar](#)

Más publicaciones del vendedor



Información sobre el vendedor



Ubicación

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-413268620-impresora-copiadora-con-escaner-ricoh-sp3510sf-blaco-y-negro-_JM#redirectedF

romParent

1/5

5/11/2017

Computadora Rápida,casa,cyber, Oficina Core2duo, Dual Core - U\$S 170,00 en Mercado Libre

También puede interesarte: computadoras portátiles - core i7 - mainboard - computadora - alienware

[Volver al listado](#) [Computación](#) > [Computadoras y Servidores](#) > [Intel Core Duo](#)[Compartir](#)[Vender uno igual ¡gratis!](#)

Estás viendo una nueva publicación del mismo vendedor, el artículo que querías visitar

analizó.

[Ver artículo](#) [analizó](#)

Usado - 352 vendidos

Computad ...
Rápidas,ca ...
Oficina
Core2duo,
Dual Core

U\$S 170

Paga en cuotas

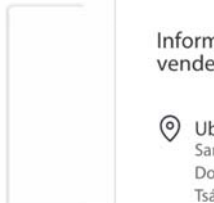
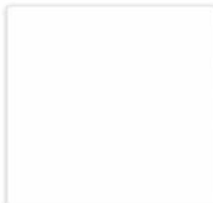
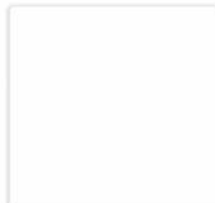
Entrega a acordar con
el vendedorSanto Domingo, Santo
Domingo de los Tsáchilas[Más información](#)

Cantidad:

1

[Comprar](#)

Más publicaciones del vendedor



Información sobre el vendedor



Ubicación
Santo Domingo, Santo
Domingo de los
Tsáchilas

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-413252918-computadora-rapidascasacyber-oficina-core2duo-dual-core-_JM#redirectedFromPa

rent

1/8

5/11/2017

Laptop Hp Bs0111a Core I3 6ta Gen 4gb 1tera Garantia 1 Año - U\$S 430,00 en Mercado Libre

También puede interesarte: computadoras - computadoras portatiles - case gamer - core i5 - portatil dell intel core i7

[Volver al listado](#) [Computación](#) > [Notebooks y Accesorios](#) > [Notebooks](#) > [HP](#) >[Compartir](#) [Vender uno igual](#)




Nuevo - 319 vendidos

Laptop Hp Bs0111a Core I3 6ta Gen 4gb 1tera Garantia 1 Año

U\$S 430

Paga en cuotas

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

1

[Comprar](#)

Más publicaciones del vendedor



U\$S 580
Dell 3467, Core I5 Septima Gen,8gb ...



U\$S 370
Impresora Epson LS75 Multifunción Sistema...



U\$S 45
Portatil De I3 6ta Gen

Información sobre el vendedor

Ubicación
Quito, Pichincha (Quito)

MercadoLider Gold
¡Es uno de los mejores del sitio!

https://articulo.mercadolibre.com.ec/ME C-412899123-laptop-hp-bs0111a-core-i3-6ta-gen-4gb-1tera-garantia-1-ano-_JM

1/5

ANEXO 6: Muebles y Enseres

5/11/2017

Escritorios, estaciones De Trabajo En L Modulares De Oficina - U\$S 200,00 en Mercado Libre

También puede interesarte: cocinas usadas - juego de comedor - cocina a gas - duchas electricas - tanque de gas

[Volver al listado](#)
[Hogar y Muebles](#) > [Muebles](#)
[Compartir](#)
[Vender uno igual](#)

Estás viendo una nueva publicación del mismo vendedor, el artículo que querías visitar [Ver artículo](#) [cancelado](#).










Nuevo - 50 vendidos

**Escritorios, ...
De Trabajo
En L
Modulares
De Oficina**

U\$S 200

Paga en cuotas

Entrega a acordar con el vendedor
Cayambe, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

1

[Comprar](#)

Más publicaciones del vendedor





Información sobre el vendedor

Ubicación
Cayambe, Pichincha (Quito)

MercadoLider Gold

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-413139307-escritorios estaciones-de-trabajo-en-l-modulares-de-oficina-_JM#redirectedFrom

mParent

1/8

5/11/2017

Sillas De Espera Tripersonal Peluquerías Oficinas Clínica - U\$S 210,00 en Mercado Libre

También puede interesarte: juego de comedor - cocina a gas - cocina - sillas plasticas - dispensador de agua

[Volver al listado](#) [Hogar y Muebles](#) > [Muebles](#)[Compartir](#) [Vender uno igual](#)

Estás viendo una nueva publicación del mismo vendedor, el artículo que querías visitar [Ver artículo](#) [nalizó.](#)





ANDINA DISTRIBUCIONES
DE TODO PARA TU ESTILO DE VIDA



Nuevo - 60 vendidos

Sillas De Espera Tripersonal Peluquerías Oficinas Clínica

U\$S 210

Paga en cuotas

 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

1  

[Comprar](#)

Más publicaciones del vendedor





Información sobre el vendedor

 Ubicación
Quito, Pichincha (Quito) 

MercadoLíder Gold

https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-413221793-sillas-de-espera-tripersonal-peluquerias-oficinas-clinica-_JM#redirectedFrom

Parent

1/5

5/11/2017

Juego De Comedor Con 4 Sillas, Elegante, De Alta Calidad - U\$S 177,00 en Mercado Libre

También puede interesarte: cocinas usadas - puertas metalicas - camas - dispensador agua - zapatera

[Volver al listado](#) [Hogar y Muebles](#) > [Comedor](#)[Compartir](#) [Vender uno igual](#)

Nuevo - 42 vendidos

Juego De Comedor Con 4 Sillas, Elegante, De Alta Calidad



U\$S 177

Paga en cuotas

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:

1

[Comprar](#)

Información sobre el vendedor

Ubicación
Quito, Pichincha (Quito)

MercadoLider Gold
¡Es uno de los mejores del sitio!



ANDRESORT2008



Vender







Nuevo - 1 vendido

Mesas De Reunion De Tres Metros Para 10 A 12 Personas

U\$S 298

 Publicación finalizada

Información sobre el vendedor

 Ubicación
Quito, Pichincha (Quito)

Este vendedor aún no tiene suficientes ventas para calcular su reputación.

Formas de pago y entrega

fabricada en melaminico tablero de 25 mm color a elegir con patas de tubo, o patas de melaminico de obsequio viene una silla grafity tapizada en cuerina asiento y espaldar

5/11/2017

Panasonic Teléfono Alámbrico Opción Flash Montable En Pared - U\$S 17,99 en Mercado Libre

También puede interesarte: [xiaomi - display j7](#) - [xiaomi redmi 4x](#) - [display samsung j1 ace](#) - [sony xperia xa](#)[Volver al listado](#) [Celulares y Telefonía](#) > [Teléfonos Fijos y Accesorios](#)[Compartir](#) [Vender uno igual](#)

Nuevo - 52 vendidos

Panasonic Teléfono Alámbrico Opción Flash Montable En Pared

U\$S 17⁹⁹

Paga en cuotas

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad:

1



Más publicaciones del vendedor



U\$S 399

Mabe Refrigeradora
Nevera 12 Pies 250 ...

U\$S 239

Midea Congelador
200 Litros Nevera ...

U\$S 1.6

Samsung
Smart Tv L

Información sobre el vendedor

Ubicación
Quito, Pichincha (Quito)

MercadoLider Gold
¡Es uno de los mejores del sitio!

ANEXO 7: Documentos de Exportacion



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	
---------------	--

Información de general

Código del distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	
Fecha de Aceptación			

Información de Exportador

Nombre del exportador		Teléfono del exportador	
Dirección del exportador			
Número de documento de		Ciudad del exportador	QUITO
CIU	ELABORACION DE CACAO Y CHOCOLATE Y DE PRODUCTOS DE	Número de documento de declarante	
Nombre del declarante			
Dirección del declarante			
Código de forma de pago	A PLAZO (60 DIAS)	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga	GUAYAQUIL	Puerto privado desde donde embarca	---NULL---
Puerto de llegada o de destino	SAN ANTONIO	Fecha de la carta de	
Nombre del consignatario			
Dirección del			
Ciudad del contribuyente	SANTIAGO DE CHILE	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacen de lugar de		Medio de transporte	MARITIMO
Pais de destino final	CHILE		

Totales

Codigo de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transaccion		Cantidad de item	5
Peso neto total	5115	Peso total	5512
Cantidad total de bultos	397	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	5512	Cantidad total de unidades comerciales	5115
Codigo de la mercancia de despacho urgente		Codigo de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Firma del Contribuyente

1 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Item

No. Item	Codigo. Subpartida	Codigo. Complementario	Codigo. Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cnatidad de U.Comerciales
1	1806319000	0000	0000		ECUADOR	400	400
2	1806319000	0000	0000		ECUADOR	3015	3015
3	1806319000	0000	0000		ECUADOR	400	400
4	1806319000	0000	0000		ECUADOR	880	880
5	1806319000	0000	0000		ECUADOR	420	420

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item
---------------------	---------------------	----------------	--------------------	-----------------------	-------------

Observaciones de oce - item

Numero de Item	Numero de Secuencia	Tipo Observacion	Contenido
----------------	---------------------	------------------	-----------

Documentos

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision
0	NO	EXPORTACION TIENE DESTINO FINAL TERRITORIOS O USEN INTERMEDIACION DE PERSONAS DOMICILIADAS EN PARAISOS FISCALES O REGIMENES FISCALES PREFERENTES CONSIDERADAS ASI POR EL SRI		
0	SN	LISTA DE EMPAQUE		
0		FACTURA ELECTRONICA		

Firma del Contribuyente

2 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante

FACTURA / INVOICE 002- 002- 000000XXX

CLIENTE / CUSTOMER						
Razón Social / Company						
Identificación / ID						
Dirección Comprador / Customer Address						
EMISOR / COMPANY		FACTURA / INVOICE				
Cédula / Fiscal Number		Fecha Emisión / Date				
Razón Social / Customer		Secuencial / Document	000000XXX			
Dirección Matriz / Address		Fecha Autorización / Authorization Date				
Contribuyente Especial	NO	Moneda / Currency	USD			
Obligado a llevar Contabilidad	SI					
Número de Autorización / Authorization Number		11102017012002002000000XXX17923633735				
Clave de acceso		 111020170117923633730012002002000000XXX784633317				
DETALLES / DETAILS						
Código / Code	Cantidad / Quantity	Descripción / Desc	Descuento / Discount	Precio Unitario / U. Price	Precio Total / T. Price	Adicional
2000	400.000		\$ 0.00	\$ 8.800000	\$ 3520.00	unidad_venta: KG
2015	3015.000		\$ 0.00	\$ 8.300000	\$ 25024.50	unidad_venta: KG
2201	400.000		\$ 0.00	\$ 8.700000	\$ 3480.00	unidad_venta: KG
2234	880.000		\$ 0.00	\$ 8.000000	\$ 7040.00	unidad_venta: KG
2235	420.000		\$ 0.00	\$ 7.800000	\$ 3276.00	unidad_venta: KG
Subtotal 12%						\$ 0.00
Subtotal 14%						\$ 0.00
Subtotal 0%						\$ 42340.50
Subtotal no IVA						\$ 0.00
Subtotal sin Impuestos						\$ 42340.50
Descuento						\$ 0.00
ICE						\$ 0.00
IVA 12%						\$ 0.00
IVA 14%						\$ 0.00
Propina						\$ 0.00
Valor Total						\$ 42340.50
INFORMACIÓN ADICIONAL FACTURA						
email						
fechaVencimiento						
telefonos						
notify						
po_number						
bank_information						
contacto						
INFORMACIÓN FACTURA EXPOTACION / EXPORT INVOICE INFO						
Comercio Exterior	EXPORTADOR	IncoTerm Factura	CIP			
Lugar IncoTerm / Incoterm Place	QUITO	País Origen / Origin	ECUADOR			
Puerto Embarque / Shipping	GUAYAQUIL	Puerto Destino / Destiny	SAN ANTONIO			
Dirección Comprador		IncoTerm Total sin Impuestos	CIP			
País Destin / Destiny	CHILE	País Adquisición / Acquiring Country	CHILE			
DETALLE PAGOS / PAYMENT DETAIL						
Forma Pago / Payment	Total	Plazo / Period	Unidad Tiempo / Unit Time			
OTROS CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO	42340.50					

PACKING LIST

CODE	DESCRIPTION	Lot #	BEST BEFORE DATE	QUANTITY PER BOX	UNITS	Palet #	Total number of boxes	TOTAL NET WEIGHT (kg)	TOTAL GROSS WEIGHT (kg)
201503		L2702017	09/2018	15,00	KG	1	66	990,00	1.056,00
201503		L2702017	09/2018	15,00	KG	2	66	990,00	1.056,00
201503		L2702017	09/2018	15,00	KG	3	66	990,00	1.056,00
201503		L2702017	09/2018	15,00	KG	4	3	45,00	48,00
223503		L2642017	03/2019	15,00	KG	4	28	420,00	448,00
223403		L2642017	03/2019	10,00	KG	5	88	880,00	968,00
200003		L2482017	11/2018	10,00	KG	6	40	400,00	440,00
220103		L2502017	03/2019	10,00	KG	6	40	400,00	440,00
	TOTAL					6	397	5.115,00	5.512

NET WEIGHT KG :
 GROSS WEIGHT KG:
 INVOICE No.:
 DESTINATION:
 ORDER

5,115,00 KG
 5,512,00 KG
 002-002-000000XXX
 Chile
 CHI0013

Bill of LadingMultimodal Transport
or Port-to-Port Shipment

www.alianca.com.br

Shipper		B/L No. (also to be used as payment ref.)		Booking No.	
Consignee (*Not negotiable unless consigned to order*)		Export References LLOYDS LIST: 9612791 INTBL: GYMP2154			
Notify Party (see c. 8)		Forwarding Agent-Reference not part of this			
Place of Receipt *		Point and country of origin QUITO, ECUADOR			
Place of Loading GUAYAQUIL, ECUADOR		Domestic Routing Instructions / Also Notify / Agent at Port of Discharge B/L contract			
Port of Discharge SAN ANTONIO, CHILE		Place of Delivery *		Mode Load Area	
		SAN ANTONIO, CHILE		Mode Disch Area	
PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER					
Marks & Nos.	Cont./Seal Nos.	No. of Pkgs.	Description of Goods	Gross Weight	Measurement
			1 - 40' CONTAINER - SHIPPER'S LOAD, STOW, COUNT, WEIGHT AND SEAL		33.000 CBM

Cargo stowed in a refrigerated container
set at the shipper's requested carrying
req. temperature of: 14.00 C.

BOXES

KGS 33.000 CBM

FREIGHT PREPAID

Freight/Charge	Basis	Rated as	Prepaid	Collect	Exchange-Rate
OCEANFREIGHT	LUMP SUM				
PAPER RELEASE	LUMP SUM				

Agreement No.(s) :

AL BL 01-17

Page: 1 of 1

COPY not negotiable

Tarif Item No.	Total No. of Pkgs.	Declared value (See clause 4.2.(b))	No. orig. B/L	3	SHIPPED ON BOARD: 29.09.17
RECEIVED for shipment as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated. The Goods to be delivered at above mentioned Port of Discharge or Place of Delivery, whichever applies, SUBJECT TO Terms and Conditions contained on reverse side hereof, to which Merchant agrees by accepting this Bill of Lading. IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated on this side next to this clause have been signed, one of which being annexed hereto, the others to stand void, unless counterparty applicable law provides otherwise. *Applicable only when used for MULTIMODAL TRANSPORTATION.			Place and date of issue GUAYAQUIL EC 29.09.17		
			Signed by: Bahburg Sól Ecuador S.A. , as agent for Aliança Navegação e Logística Ltda. as CARRIER		

CERTIFICADO DE ORIGEN

Nº de Certificado
0190990320170000XXXXP

ACUERDO DE ASOCIACIÓN CHILE ECUADOR

PAIS EXPORTADOR : ECUADOR

PAIS IMPORTADOR : CHILE

1. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Exportador				
2. Nombre, dirección y número de registro fiscal del Importador				
3. Descripción de las mercancías	4. Naladisa 8 dígitos	5. Criterio de Origen	6. Número y fecha de Factura Comercial	7. Peso Bruto(kg.) u otra medida
	18063190	AAP-ACE No.65, Capitulo 4; Seccion A, Artículo 4.1, literal c)	002-002-000 000XXX 2017-10-11	3015.00 KG
	18063190	AAP-ACE No.65, Capitulo 4; Seccion A, Artículo 4.1, literal c)	002-002-000 000XXX 2017-10-11	400.00 KG
	18063190	AAP-ACE No.65, Capitulo 4; Seccion A, Artículo 4.1, literal c)	002-002-000 000XXX 2017-10-11	880.00 KG
	18063190	AAP-ACE No.65, Capitulo 4; Seccion A, Artículo 4.1, literal c)	002-002-000 000XXX 2017-10-11	420.00 KG
8. OBSERVACIONES				
9. Declaración del Exportador		10. Firma de la autoridad competente o autoridad habilitada		
El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen con las condiciones exigidas para la emisión del presente certificado		Certifico la veracidad de la presente declaración		
País de Origen: ECUADOR		Nombre:		
Firma:		Sello:		
		Lugar y Fecha:		
		Firma:		

ANEXO 8: Cotizaciones y Proformas



REGISTRO TARIFARIO No

CLIENTE:							
POL	Tipo de CARGA	POD	20'DV	40'HC	40' REEFER	TRANSITO	NOTES
GUAYAQUIL	CARGA GENERAL REFRIGERADA	SAN ANTONIO, CL	1500		2200	8 DIAS	30.DICIEMBRE 2017
Bunker Adjustment Factor							
Panama Canal Surcharge							
OTHC en puerto de origen							
ISPS							
Customs declaration							
ECA							
EFAF							
DTGQHC EN PUERTO DE DESTINO			90		90		
TOTAL DE FLETE MARITIMO							

LAS TARIFAS ANTES MENCIONADAS NO INCLUYEN VALORES POR THC EN DESTINO, COSTOS LOCALES, ALMACENAJE, DEMORAJE ETC							

LOCAL CHARGES EXPORT		
Procesamiento de B/L	PREPAGADO EN EL B/L	USD 55,00
Emisión de B/L en destino .. OPCIONAL	PREPAGADO EN EL B/L	USD 55,00
Despacho Container	PREPAGADO EN EL B/L	USD 60,00
Sellos	PREPAGADO EN EL B/L	USD 15,00
OTHC en terminal de puerto origen	PREPAGADO EN EL B/L	USD 165,00
Servicio de recaudación SOLO SI flete pagado en ECUADOR)		USD 123,20
Administración de contenedores		USD 56,00



OFERTA DE SERVICIOS NO 020/2017

PARA:	ANDRES VACA
	ATT: ANDRES VACA
FECHA:	Agosto 2017
REF:	OFERTA DE SERVICIOS EXPORTACIÓN

Estimados Señores, a continuación ponemos en su consideración las tarifas para el manejo de su carga de exportación.

1. EXPORTACIONES MARÍTIMAS

A) TRANSPORTE INTERNO DESDE GUAYAQUIL-PUERTO QUITO- GUAYAQUIL PARA CONTENEDORES DE 20' Y 40' PIES (INCLUYE EQUIPO DE REFRIGERACION)

USD 800.00

B) HONORARIOS PROFESIONALES (PAQUETE PERSONALIZADO)

USD 100.00

Incluye elaboración y cierre de DAE – Aforo Físico, gestión de pago de Porteo en puerto, Aforo Antinarcóticos y otros gastos del Módulo.

Los valores propios del Módulo como: Porteo, Inspecciones Pre embarque, Inspección Antinarcóticos, Certificados de Origen (MIPRO-CIP-FEDEXPOR), AGROCALIDAD, ETC; serían cubiertos por Lideser y trasladados al cliente sin ningún margen para el respectivo reembolso.

www.lideser.com



INARPI S.A.**INARPI S.A.**Matriz: Isla Trinitaria AV. Los Angeles 51 ava. Sur Oeste s/n Solar 1-5 y
Calle Cuarta PBX: 593(4)3715400 Guayaquil - EcuadorSucursal: Isla Trinitaria AV. Los Angeles 51 ava. Sur Oeste s/n Solar 1-5 y
Calle Cuarta PBX: 593(4)3715400 Guayaquil - Ecuador**Contribuyente Especial Nro. 1305****Obligado a llevar contabilidad: SI****Número de Referencia: 11197606****Factura N° 001 - 011 - 000XXX****RUC: 0992247932001****Número de Autorización****Fecha y hora de Autorización**

07/08/2017T16:00:46:000+00:00

Ambiente Producción**Tipo de Emisión** Normal**Clave de Acceso**

0708201701099224793XXXXXX101100019760XXXXXX836015

**Razón Social/Nombres y Apellidos:****Fecha de Emisión** 07/08/2017**RUC:****Guía de Remisión****Moneda** DOLAR

Códigos	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Descuento	Total
808	Recepción de Contenedor 40'	1	53.15	0	53.15
722	Manipuleo Interno Expo Contenedor 40'	1	26.89	0	26.89
929	Pesaje y Certificación VGM	1	5	0	5

Información Adicional

Buque:

Fecha a Facturar: 07/08/2017

Forma de Pago: CREDITO

Crédito: TPG-1

Retirado: 1899000001 FACTURA ELECTRONICA (INTERNA)

Emitido Por: VILLAROEL BELTRAN JOFFRE EDGAR

Son: NOVENTA Y CINCO DÓLARES 24100

Observaciones: CREDITO TPG1

SUBTOTAL 12%	85.04
SUBTOTAL 0%	0.00
SUBTOTAL Exento de IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	85.04
DESCUENTO	0.00
IVA 12%	10.20
PROPINA	0.00
VALOR TOTAL	95.24

Forma de Pago	Valor	Plazo	Tiempo
OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	95.24		

INARPI S.A.**INARPI S.A.**Matriz: Isla Trinitaria AV. Los Angeles 51 ava. Sur Oeste s/n Solar 1-5 y
Calle Cuarta PBX: 593(4)3715400 Guayaquil - EcuadorSucursal: Isla Trinitaria AV. Los Angeles 51 ava. Sur Oeste s/n Solar 1-5 y
Calle Cuarta PBX: 593(4)3715400 Guayaquil - Ecuador**Contribuyente Especial Nro. 1305****Obligado a llevar contabilidad: SI****Número de Referencia: 11189511****Factura N° 001 - 011 - 000XXXX****RUC: 0992247932001****Número de Autorización**

17072017012001011000XXXXXXXXX922479329

Fecha y hora de Autorización

17/07/2017T11:22:06:000+00:00

Ambiente

Producción

Tipo de Emisión

Normal

Clave de Acceso

1707201701099224793200120XXXXXXXXXX5663388318

**Razón Social/Nombres y Apellidos:****Fecha de Emisión**

17/07/2017

RUC:**Guía de Remisión****Moneda**

DOLAR

Códigos	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Descuento	Total
821	Cámara de Frío para Carga Fresca/Banano	1	50	0	50
952	Sello de Inspección	1	11.18	0	11.18
958	Servicio de Inspección	1	99	0	99

Información Adicional

Buque:

Fecha a Facturar: 17/07/2017

Forma de Pago: CREDITO

Crédito: TPG-

Retirado: 1899000001 FACTURA ELECTRONICA (INTERNA)

Emitido Por: LEORO KNEZEVICH LUIS ENRIQUE

Son: CIENTO SETENTA Y NUEVE DÓLARES 40100

Observaciones: CREDITO TPG 00

SUBTOTAL 12%	160.18
SUBTOTAL 0%	0.00
SUBTOTAL Exento de IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	160.18
DESCUENTO	0.00
IVA 12%	19.22
PROPINA	0.00
VALOR TOTAL	179.40

Forma de Pago	Valor	Plazo	Tiempo
OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	179.40		