

# PROYECTO DE “ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE”

J. Veliz <sup>(1)</sup>, R. Tapia <sup>(2)</sup>, L. Arguello <sup>(3)</sup>, O. Mendoza <sup>(4)</sup>.

Facultad de Economía y Negocio <sup>(1)</sup>.

Escuela Superior Politécnica del Litoral <sup>(1)</sup>.

Km- 30,5 Vía Perimetral, 28003, Guayaquil, Ecuador <sup>(1)</sup>.

[iveliz@espol.edu.ec](mailto:iveliz@espol.edu.ec) <sup>(1)</sup>, [rmtapia@espol.edu.ec](mailto:rmtapia@espol.edu.ec) <sup>(1)</sup>, [larguell@espol.edu.ec](mailto:larguell@espol.edu.ec) <sup>(1)</sup>,  
[omendoza@espol.edu.ec](mailto:omendoza@espol.edu.ec) <sup>(1)</sup>.

## Resumen

*Nuestro proyecto se basa en la implementación de una chocolatería, que tiene como materia principal el chocolate ecuatoriano, es así que aprovechando la fertilidad de la región se realizó un estudio de mercado que reveló resultados favorables lo cual nos motivo ha desarrollarlo. Tomando en consideración que no hay una competencia directa, ya que no existe en la ciudad de Guayaquil una chocolatería, llegamos a una conclusión de que el negocio es factible y además con una proyección creciente de modo que resultaría ser un negocio muy interesante para la inversión de parte de cualquier capitalista. En nuestra gama de exquisitos productos contamos con: confites, pasteles, tartas, dulces, bombones personalizados y para ocasiones especiales, entre otras originales delicatessen; de las que en su mayoría son creaciones de recetas exclusivas de nuestro Chef Chocolatero, lo que nos hace únicos en la ciudad y probablemente en el país. Siendo esto una ventaja estratégica en el mercado. Lo más destacado en nuestro proyecto es que la recuperación de inversión es acelerada y de que no es necesario un capital de trabajo para el inicio del proyecto.*

**Palabras Claves:** *Productos elaborados a base de chocolate.*

## Abstract

Our project is based on the implementation of a Chocolate's Shop, whose main raw material is the Ecuadorian chocolate, thus taking advantage of the region's fertility we conducted a market study which one revealed optimal results and that motivated us to develop it. Taking in consideration that there is no direct competition, since there's not exist a Chocolate's shop in Guayaquil city, we concluded that the business is feasible and also has an increasing projection so that it would be a very interesting investment to any capitalist. In our variety of exquisite products, you could find: chocolate candies, cakes, pies, truffles, and personalized chocolates for special occasions, among many other original delicacies, of which most are creations that comes from exclusive recipes of our Chocolate's Chef, what makes us unique in the city and probably in the country. Therefore, this is a strategic advantage in the market for us. The highlight of our project is that the investment recovery is fast and it is not necessary a working capital to start the project.

**Keywords:** *Produc made of Chocalate.*

## 1.1 INTRODUCCION: RESUMEN DEL PROYECTO

El chocolate proviene de la palabra "xocolatl", vocablo que significa "agua espumosa" (xoco: espuma – atl: agua), algunas fuentes indican que éste era el nombre de la bebida que le fue ofrecida al conquistador español Hernán Cortéz a su llegada a México en 1519.

Ecuador por ser un país cacaotero nos brinda múltiples ventajas respecto obtención de lo que será nuestra principal y más importante materia prima, que es el cacao procesado y convertido en el delicioso chocolate.

Debido a que el chocolate es uno de los sabores mas apetecidos por los consumidores especialmente por las mujeres y niños, hemos tomado la decisión de darle forma a este exquisito producto, a través de una amplia y surtida variedad de postres, pasteles, bombones, bocaditos, bebidas y algo más para así satisfacer hasta los paladares más exigentes del mercado guayaquileño. Así como también satisfacer a aquellos clientes que necesiten cumplir sus deseos en chocolate, para cualquier evento social que tengan y en cualquier momento.

El cliente podrá visitarnos en nuestro establecimiento y hacer su pedido, visitar nuestra página web, o simplemente comunicarse con nosotros al número que pondremos a su disposición.

Para ello contaremos con un gran equipo de personas con basta experiencia, especializadas en la preparación de muchas de las variedades en su preparación que el chocolate puede ofrecer.

Así mismo contaremos con un pequeño establecimiento donde ofreceremos algunos de los productos que elaboraremos y que tendremos a disposición para el cliente. Aquí también el cliente podrá degustar de muchas de las deliciosas bebidas calientes y frías hechas a base de chocolate, acompañadas si desea, de unos deliciosos antojos.

## 1.2 RESEÑA HISTORICA: MUNDIAL Y LOCAL

FIGURA 1.1.: Representación de monjes preparando chocolate.



Los Olmecas (1500 a 400 A.C.) fueron ciertamente los primeros humanos en saborear, en forma de bebida, las habas de cacao molidas, mezcladas al agua y adornadas de especias, guindillas y de hierbas (Teoría de Coe) y quienes comenzaron a cultivar el cacao en México. En el curso de los siglos, la cultura del cacao se extendió a las poblaciones mayas (600 A.C.) y aztecas (1400 A.C.). El haba entonces era utilizada como unidad monetaria y como unidad de medida, 400 habas equivalen a un Zontli y 8000 a un Xiquipilli. Al tiempo de las guerras entre aztecas, mayas y chimimeken, estos últimos utilizaban el haba como impuesto en las zonas conquistadas.

Para estas civilizaciones, el cacao era un símbolo de abundancia que era empleado en el momento de rituales religiosos dedicados a Quetzalcóatl, Dios azteca portador del cacao a los hombres, a Chak Ek Chuah, el santo patrón maya del cacao y en el momento de los funerales de las élites, como ofrenda.

FIGURA 1.2.: Barras de Chocolate para la elaboracion de dulces y postres



La era industrial arrastró cambios fundamentales para el chocolate. España, el primer exportador de chocolate abre su primera fábrica de chocolate en 1780 en Barcelona, luego Alemania y Suiza continúan esta marcha hacia la industrialización de este plato.

En efecto, desde el principio del siglo XX, África retoma la antorcha y se hace el productor más grande de cacao.

# PROYECTO DE “ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE”

## 1.3 PROBLEMA Y OPORTUNIDADES

Entre los problemas que se presentan están:

- **Ubicación;** podemos correr el riesgo de equivocarnos al momento de elegir el lugar exacto donde ubicar nuestra chocolatería, y las consecuencias que podría desencadenar este problema sería la pérdida o quiebra del negocio.

- **Escasez de materia prima;** este caso se suscita en gran medida por problemas de desabastecimiento, ya sea por especulación de los grandes distribuidores o por no existir un buen canal de distribución.

- **Constantes cambios en las políticas fiscales y tributarias en el país;** los cuales en ciertas ocasiones limitan al inversionista, ya que implica tomar nuevos riegos y nuevas decisiones.

Para países como el Ecuador, este caso es muy peculiar ya que como la historia nos juzga los últimos 20 años han existido muchos cambios en política y relaciones internacionales, ya sea por múltiples cambios de gobernantes o por mora en deuda externa etc.

- **Tipo de negocio innovador:** Nuestra chocolatería representa un concepto no desarrollado en la ciudad y tal vez en el país. Existe cafeterías, panaderías, pastelerías pero ninguna especializada en chocolate. Este negocio abarca todas esas áreas antes mencionadas pero con el principal objetivo de rendirle homenaje a este delicioso producto que es el chocolate y que se convertirá nuestro principal insumo.

- **Pocas barreras de entrada y salida,** ya que la inversión para incurrir en este tipo de negocio no es elevada.

Además sus equipos son de fácil adquisición ya que su elaboración en la gran mayoría de casos se las fabrica en el país.

- **Aprovechamiento de materia prima;** por ser un país cacaotero es mucho más fácil la adquisición de la materia prima ya procesada como chocolate.

El hecho de que todo el año se produzca cacao, esto permite un abastecimiento casi continuo del chocolate.

## 1.4 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO



Chef's Chocolate Ofrece una gran gama de productos elaborados con chocolate, además de pedidos exclusivos de nuestros clientes elaborados también a base de chocolate.

Para esto tendremos un área exclusivamente para producción que estará ubicada en un lugar más económico al del local comercial.

Una vez elaborados los productos serán trasladados hasta el área de servicio donde serán comercializados.

Entre las áreas que abarcaremos están:

- Confitería
- Pastelería
- postres
- Bebidas frías/calientes
- Platos fuera de lo común.

**Confitería.-** Los dominios del chocolate, desde los pralinés de productos secos y crudos, a los bombones y las formas singulares pasando, por los pralinés de nougat y canache, y los bombones de formas precisas y las figuras huecas.

FIGURA 1.3.: Caja con variedades de bombones



**Pastelería.-** Pasteles y tartas que piden chocolate o que presentan variantes en chocolate: en la masa en forma de añadido o como baño. Técnicas muy refinadas permiten preparar nuevas creaciones.

FIGURA 1.4.: Pastel elaborado a base de chocolate.



**Postres.-** Creaciones que se deshacen en la boca. Desde las mousses al delicado helado pasando por las cremas finas, con adornos especiales. Suflés.

FIGURA 1.5.: Dulce de chocolate con helado de vainilla.



**Bebidas.-** Preparaciones frías y calientes. Líquidos mixtos con o sin alcohol, mezclados con leche o servidos con mantecado de chocolate.

FIGURA 1.6.: Bebidas frías, calientes y cocteles.



**Fuera de lo común.-** Especialidades que se salen del marco habitual. Las más finas creaciones de nuestros chef para clientes más exigentes.

Todas estas variedades de platos serán en su mayoría elaborados en el área de producción, así como los bombones, pasteles, postres. Platos fuera de lo común y las bebidas frías y calientes como

milkshakes, cocteles etc. serán elaborados al instante del pedido.

FIGURA 1.7.: Figura elaborada a base de chocolate fuera de lo común.



## 1.5 ALCANCE

Para comenzar estaremos ubicados en el sector comercial de Guayaquil.

Este local será el punto de venta de todos nuestros productos.

Se espera que luego de posicionar el negocio se expanda a las principales zonas comerciales de la ciudad de Guayaquil.

## 1.6 OBJETIVOS GENERALES

- Automatizar en el largo plazo los procesos para la elaboración de todos nuestros productos; y así poder minimizar costos y a la vez aumentar nuestro nivel de producción sin tener que incurrir en excesivos gastos o niveles de inversión que se presenten.

- Posicionarnos en el mercado de tortas, pastelerías, entre otros productos elaborados a base de chocolate; a través de la calidad de nuestros productos, de nuestros buenos precios y además de la excelente atención que brindaremos a nuestros clientes.

## 1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contar con los mejores proveedores de la industria chocolatera; de manera que podamos contar con insumos de la mejor calidad y mejor precio.

Consideramos que la optimización en la adquisición de la materia prima nos llevara a fabricar mejores productos y a un mejor precio al consumidor.

- **Lugar acogedor y cómodo;** Uno de los fines es que nuestro establecimiento represente un lugar muy cómodo y acogedor para el cliente, al momento de degustar cualquiera de nuestros productos, así

# PROYECTO DE “ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE”

mismo que se sienta muy seguro de que está adquiriendo buena calidad y precio.

- **Brindar una extensa variedad de productos y precios;** de esta manera se lograra dar a conocer a clientes las múltiples opciones al momento de adquirir un producto elaborado a base de chocolate.

## 2.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 2.1.1. VISION

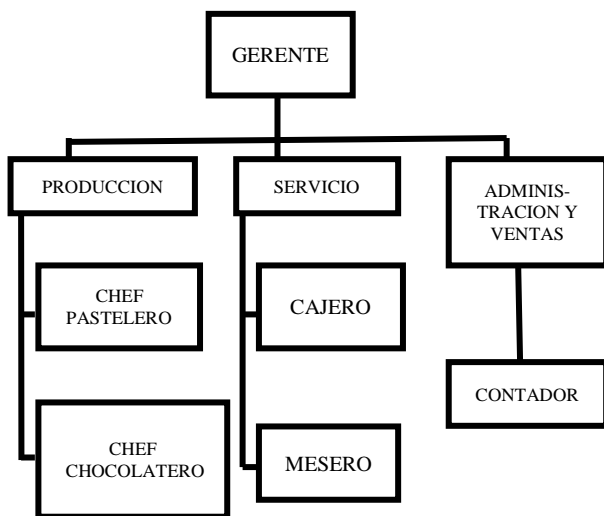
Convertirnos en uno de los principales elaboradores de los más variados y exquisitos pasteles, postres, bebidas, bombones y platos fuera de lo común hechos a base de chocolate en Ecuador y principalmente en Guayaquil.

### 2.1.2 MISION

Satisfacer hasta los paladares más exigentes a través de la preparación de exquisitos manjares de chocolate elaborados con los más altos estándares de calidad y con el personal mejor capacitado con basta experiencia.

## ORGANIGRAMA

CUADRO 2.1.: Organigrama



A continuación detallaremos las obligaciones y responsabilidades que deberán cumplir cada una de las personas que ocupen los puestos establecidos:

### 2.1.3.1 DEPARTAMENTO DE PRODUCCION

Este departamento se divide en 3 facetas muy importantes que son las siguientes:

**1.- Recepción y almacenamiento:** Donde se receptorá y almacenara toda la materia prima necesaria para la

elaboración de la extensa variedad de productos que ofreceremos.

**2.- Elaboración y fabricación:** Es aquí donde los expertos en chocolate junto con su ayudante darán forma y fabricarán todas las delicias que pondremos a disposición de nuestra distinguida clientela.

**3.- Empaquetado y envío:** En esta fase el producto elaborado se empaquetara y quedara listo para ser enviado al siguiente departamento que es el de servicio.

### 2.1.3.2. DEPARTAMENTO DE SERVICIOS

Esta área abarcara todo lo relacionado a las actividades que se realicen en nuestro establecimiento o punto de venta, tales como:

- a) Recibir todas las delicias que se elaboren en el departamento de producción para ser exhibidas y vendidas a nuestros clientes.
- b) Ofrecer a nuestros distinguidos clientes toda la gama de productos que elaboraremos.
- c) Servir a nuestros clientes las delicias que prefieran, para que puedan degustarlas en ese momento o llevárselas a casa u oficina o donde elijan degustarla.

Esta área estará conformada por un cajero y un mesero inicialmente en nuestra primera etapa.

A continuación describiremos el perfil y responsabilidades de cada uno:

### 2.1.3.3. DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION Y CONTABILIDAD

Este departamento se encargara de controlar analizar e interpretar toda la información contable, financiera y tributaria que arrojen las cuentas de la chocolatería.

**CONTADOR:** Esta persona tendrá a su responsabilidad todos los aspectos contables y tributarios de la chocolatería.

- a) Llevará el control del nivel de ventas que registre el negocio de la mano con el cajero.
- b) Llevara el control de las compras de insumos para elaborar el menú que ofreceremos.
- c) Llevara al día los pagos y responsabilidades de gastos que aparezcan.
- d) Elaborara y reportara información de los estados financieros.
- e) Controlara y será responsable de todas las obligaciones tributarias que tengamos, para estar el día con el pago de impuestos



f) Dar fe pública respecto de los hechos contables conocidos por el y de sus resultados.

### 2.1.4 ANALISIS DEL FODA

#### FORTALEZAS

1. No existe en la ciudad de Guayaquil una chocolatería que ofrezca una gran variedad de productos elaborados a base de chocolate.
2. Contar con un personal calificado en este tipo de negocios.
3. Contar con lo necesario para iniciar el proyecto
4. Brindar la mejor atención al cliente, para que estos se sientan bien atendidos y deseen volver.

#### OPORTUNIDADES

1. Encontrarnos en un país cacaotero, lo cual facilita la adquisición de nuestro principal insumo.
2. Aprovechar que el chocolate es uno de los sabores mas apetecidos por los consumidores de las areas de pastelería, panadería, repostería, entre otros.
3. Muchas personas prefieren el sabor de chocolate y productos elaborados con chocolate.
4. Buenas ganancias; por ser un sabor apetecido por la gente.

#### DEBILIDADES

1. Somos nuevos en el mercado de panadería, pastelería y restaurante.
2. No conocer los gustos exactos de nuestros futuros clientes, con respecto a tipo de producto.
3. La inexperiencia; por no existir una curva de experiencia la cual se la adquiere con el pasar del tiempo.

#### AMENAZAS

1. Existen múltiples negocios que pueden representar nuestra competencia, y que ya están posicionados en el mercado.
2. Estamos expuestos a que se instalen nuevos negocios especializados en chocolatería.
3. Poca recaudación; por ser un negocio nuevo al principio los ingresos serán bajos.
4. Fracasos a causa de la falta de experiencia; se está expuesto en todo negocio que recién empieza.

### INVESTIGACION DE MERCADO Y SUS ANALISIS.

#### 2.2.1. ESTIMACION DE LA MUESTRA PARA LAS ENCUESTAS

$$n = ?$$

$$e = 0.05$$

$$z = 1.96$$

$$N = 2'582.585 \text{ habitantes}$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \cdot p \cdot q} \quad n = 384,1$$

Se estimo que el número de personas a encuestar será de 384 personas, teniendo en cuenta que la población actual de la ciudad de Guayaquil es de 2'582.585 habitantes.

Para lo cual se tomaron 3 sectores distintos de la ciudad de Guayaquil, los cuales fueron la ESPOL prosperina, Mall del Sur y Urdesa (Víctor Emilio Estrada).

#### 2.2.4. MATRIZ BCG

CUADRO 2.2.: Matriz BCG



Según la matriz BCG nuestra chocolatería podría ubicarse en el cuadrante superior derecho, es decir una Interrogante.

Baja participación de mercado debido a que es un negocio nuevo, esto va de la mano con el alto requerimiento de inversión, es decir necesidades de efectivo muy altas, así como la poca generación de efectivo en las primeras etapas del negocio.

Sin embargo una vez posicionados en el mercado las expectativas de crecimiento de la demanda son altas.

Más específicamente desarrollar una intensa estrategia de penetración que nos ayude a posicionarnos más rápidamente en el mercado.

# PROYECTO DE “ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE”

## 2.2.5. MACROSEGMENTACION

Tenemos presente que nuestros productos están enfocados en primer orden, aquellos clientes que tienen la necesidad de adquirir tortas, panes, bocaditos, confitería, entre otros productos para eventos especiales o simplemente por degustar productos que tengan como ingrediente principal el chocolate.

Se sabe que existen muchas panaderías, pastelerías, entre otros negocios muy similares; pero no existe en gran número tipo de negocios que tenga al chocolate como base fundamental para la elaboración de productos.

## 2.2.6. MICROSEGMENTACION

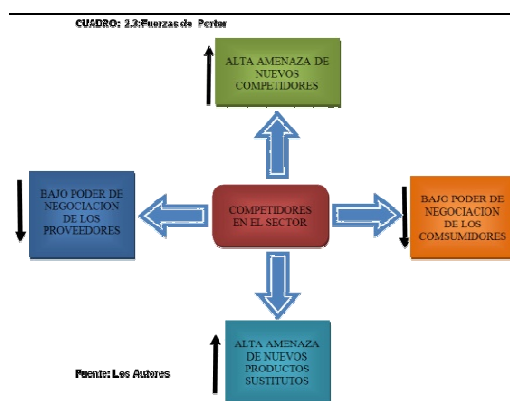
Entre las variables utilizadas en el modelo de encuesta se tomo SEXO, EDAD, SECTOR DONDE RESIDE Y LUGAR QUE MAS FRECUENTA.

De acuerdo a los resultados que fueron dados por la encuesta se pudo determinar:

- Hombres de entre 14 y 20 años del sector sur de Guayaquil, que frecuenten centros comerciales.
- Mujeres de entre 21 y 27 años del sector norte de Guayaquil, que frecuenten avenidas principales.
- Hombres y mujeres de entre 21 y 27 años del sector centro de Guayaquil, que frecuenten centros comerciales y avenidas principales.

## 2.2.7. ANALISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER

CUADRO: 2.3:Fuerzas de Porter



**Amenaza de entrada de nuevos competidores.-** Este mercado se muestra muy atractivo para nuevos competidores ya que no existen fuertes barreras de entrada, la facilidad relativa con la que se puede ingresar a este mercado permite que muchos quieran instalar nuevos negocios relacionados con panadería, pastelería, cafetería.

**Rivalidad entre los competidores.-** En el mercado de guayaquil existe gran cantidad de negocios en las áreas de pastelería y cafetería que ofrecen los mismos productos que nosotros ofreceremos solo que en cantidades limitadas ya que no se especializan en chocolate, es decir no tienen gran variedad de productos elaborados de chocolate como nosotros.

Sin embargo los siguientes son los que ubicado como competidores mas cercanos :

### En pastelería:

- El saloncito
- California
- Galleta pecosa
- Pastes y compañías

### En cafetería:

- Sweet and coffee

**Poder de negociación de los proveedores.-** El poder de negociación de los proveedores es bastante bajo, los principales ingredientes como azúcar son bastante regulados en sus precios, gracias al control del gobierno se evita la especulación, cuando en ocasiones ha ocurrido que suben los precios o se reporta escasez.

Además existe en el mercado muchos proveedores de los distintos insumos con los que trabajaremos y la fabricación del chocolate en el país cada vez crece más.

**Poder de negociación de los consumidores.-** El poder de negociación de los compradores es bajo debido a que es un mercado de consumidores finales, sin embargo el comprador tiene muchas opciones para elegir. En todas partes de la ciudad existen panaderías, pastelerías y cafeterías donde pueden adquirir un producto de chocolate, pero si el cliente quiere más variedad hecha en chocolate tiene únicamente nuestra opción, además de que nuestros productos tendrán excelente calidad, y un incomparable sabor.

## ESTUDIO TECNICO

### 2.3.1. NECESIDADES DE ACTIVOS

**Local comercial.-** Necesitaremos alquilar un local comercial en nuestra primera etapa, en el que comercializaremos nuestros productos. Este estará ubicado en un lugar comercial de la ciudad.

A continuación para acondicionar el local comercial necesitaremos:

- ✓ 5 mesas
- ✓ 20 sillas
- ✓ 1 Vitrinas de frío

- ✓ 1 Nevera
- ✓ Adornos para el local
- ✓ Caja registradora
- ✓ Vajillas
- ✓ 2 licuadora

**Local de producción.-** debido a los altos costos que representa tener el lugar de producción en un sector comercial de la ciudad, alquilaremos un establecimiento en un sector mas economico, ya que para la producción necesitamos bastante espacio y excelente acondicionamiento.

A continuación para acondicionar el lugar de producción necesitaremos:

- ✓ Mesa de trabajo
- ✓ Horno
- ✓ Utencillos
- ✓ Batidora industrial
- ✓ Cocina industrial
- ✓ Enfriador

**CAPITULO 3**

**3.1. INVERSION**

**"PROYECTO DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE"**

**INVERSIÓN INICIAL**

Activo Circulante	-	-
Inventario de materia prima		<b>3.000,00</b>
<b>Activos Fijos</b>		<b>16.668,00</b>
Muebles y Enseres	5.524,00	
Equipamiento	10.644,00	
Deposito en garantia por alquiler	500,00	
<b>Activo Diferido</b>		<b>1.642,00</b>
Gastos de Constitucion	642,00	
Arriendo prepagado	1.000,00	
Capital de trabajo		
<b>TOTAL COMPAÑÍA</b>		<b>21.310,00</b>

**ANEXO 2.: Tabla de Inversion - Equipamiento**

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Horno	1.310,00	1.310,00
1	Mesa de trabajo	616,00	616,00
2	Licuadora	230,00	460,00
1	Cocina industrial	550,00	550,00
1	Batidora industrial	2.890,00	2.890,00
	Vajillas		146,00
	Utencillos		142,00
1	Vitrina de frio	2.450,00	2.450,00
1	Nevera	1.250,00	1.250,00
1	Enfriador	830,00	830,00
<b>TOTAL EQUIPAMIENTO</b>			<b>10.644,00</b>

**ANEXO 3.: Tabla de Inversion – Muebles y Enseres**

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Escritorios	165,00	165,00
20	Sillas	25,00	500,00
5	Mesas	90,00	450,00
6	Tachos de Basura	11,00	66,00
1	Archivadores Aéreos	88,00	88,00
2	Teléfono	27,50	55,00
1	Caja registradora	390,00	390,00
2	Adornos para el local(juego)	155,00	310,00
2	A/C	1.750,00	3.500,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>5.524,00</b>

**3.2.: INGRESOS - COSTOS**

**ANEXO 4.: Tabla de Ingresos Y Costos**

PRODUCTO	CANTIDAD		COSTO		16% (10%+6%)	PVP 2,5	PVP*CntM
	MENSUAL	UNITARIO	TOTAL				
<b>PASTELERIA</b>							
SELVA NEGRA	10	\$7,50	\$75,00	\$8,70	\$21,75	217,50	
MOJADA DE CHOCOLATE	10	\$7,00	\$70,00	\$8,12	\$20,30	203,00	
TARTA DE TRUFAS	12	\$7,00	\$84,00	\$8,12	\$20,30	243,60	
TARTA DE CHOCOLATE Y GROSELLA	10	\$7,00	\$70,00	\$8,12	\$20,30	203,00	
CORTES DE CHOCOLATE CON ZARZAMORAS	12	\$7,00	\$84,00	\$8,12	\$20,30	243,60	
CORTES DE NARANJA	10	\$7,00	\$70,00	\$8,12	\$20,30	203,00	
CORTES DE CHOCOLATE Y FRESA	10	\$9,00	\$90,00	\$10,44	\$26,10	261,00	
<b>TARTA DE ALMENDRAS CON:</b>							
NARANJAS ACIDAS	12	\$7,00	\$84,00	\$8,12	\$20,30	243,60	
MARZAPAN	10	\$6,60	\$66,00	\$7,66	\$19,14	191,40	
ALMENDRA CON LENTEJAS DE CHOCOLATE	10	\$8,00	\$80,00	\$9,28	\$23,20	232,00	
<b>TOTAL PASTELERIA</b>			<b>\$773,00</b>			<b>2241,7</b>	
<b>BOCADITOS:</b>							
COOKIES DE CHOCOLATE	12	\$6,00	\$72,00	\$6,96	\$17,40	208,80	
ALMENDRAS DE GROSELLA	10	\$6,00	\$60,00	\$6,96	\$17,40	174,00	
ALMENDRADOS CON GUINDAS AL BRANDY	12	\$6,00	\$72,00	\$6,96	\$17,40	208,80	
<b>TOTAL BOCADITOS</b>			<b>\$204,00</b>			<b>591,60</b>	
<b>CONFITERIA</b>							
LENGUAS DE CAFÉ	12	\$7,00	\$84,00	\$8,12	\$20,30	243,60	
BOMBONES DE CANA CHE CON GRAPPA	12	\$7,00	\$84,00	\$8,12	\$20,30	243,60	
CORAZONES DE GRAND MARNIER	10	\$7,00	\$70,00	\$8,12	\$20,30	203,00	
FUENTEJAS DE NOUGAT	12	\$7,00	\$84,00	\$8,12	\$20,30	243,60	
<b>TOTAL CONFITERIA</b>			<b>\$322,00</b>			<b>933,8</b>	
<b>POSTRES</b>							
HELADOS	75	\$1,00	\$75,00	\$1,16	\$2,90	\$217,50	
CHURROS CON CHOCOLATE	180	\$0,20	\$36,00	\$0,23	\$0,58	\$104,40	
MOLSE	80	\$1,00	\$80,00	\$1,16	\$2,90	\$232,00	
DULCE DE 3 LECHES	15	\$9,00	\$135,00	\$10,44	\$26,10	\$391,50	
DULCE DE 4 LECHES	15	\$9,00	\$135,00	\$10,44	\$26,10	\$391,50	
<b>TOTAL POSTRES FUERA DE LO COMUN</b>			<b>\$461,00</b>			<b>\$1.336,90</b>	
<b>PLATOS FUERA DE LO COMUN</b>							
PASTA CON CHOCOLATE CON SALSA DE ALBARICOQUE Y MARAUCUYA	30	\$2,30	\$69,00	\$2,67	\$6,67	200,10	
SURLE DE PASTA CON CHOCOLATE Y AVELLANA	30	\$2,50	\$75,00	\$2,90	\$7,25	217,50	
<b>TOTAL PLATOS FUERA DE LO COMUN</b>			<b>\$144,00</b>			<b>417,60</b>	
<b>BERIDAS</b>							
MILSHAKE	75	\$1,00	\$75,00	\$1,16	\$2,90	217,50	
MALTEADAS	75	\$1,00	\$75,00	\$1,16	\$2,90	217,50	
CHOCOLATADA FRIA	60	\$0,90	\$54,00	\$1,04	\$2,61	156,60	
CHOCOLATADA CALIENTE	60	\$0,90	\$54,00	\$1,04	\$2,61	156,60	
<b>TOTAL BERIDAS</b>			<b>\$258,00</b>			<b>748,20</b>	
<b>COCTELES</b>							
CURSASO DE CHOCOLATE	50	\$1,50	\$75,00	\$1,74	\$4,35	217,50	
CHOCOLATE CON MENTA	35	\$1,50	\$52,50	\$1,74	\$4,35	152,25	
CHOCOLATE Y BRANDY	50	\$1,70	\$85,00	\$1,97	\$4,93	246,50	
CHOCOLATE RUSO	50	\$1,70	\$85,00	\$1,97	\$4,93	246,50	
CHOCOLATE IRLANDES	50	\$1,80	\$90,00	\$2,09	\$5,22	261,00	
<b>TOTAL COCTELES</b>			<b>\$387,50</b>			<b>1.123,75</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCION TOTAL</b>			<b>\$2.549,50</b>				
<b>INGRESO MENSUAL TOTAL</b>						<b>7.393,55</b>	

**ANEXO 5.: Tabla de costos e Ingresos**

DESCRIPCION	ANUAL					
	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS</b>						
PASTELERIA	\$773,00	\$16.675,47	\$18.343,01	\$20.177,32	\$22.195,05	\$24.414,55
BOCADITOS	\$204,00	\$4.080,20	\$4.504,79	\$4.955,26	\$5.450,79	\$5.995,87
CONFITERIA	\$322,00	\$7.494,59	\$8.244,05	\$9.068,46	\$9.975,30	\$10.972,83
BERIDAS	\$258,00	\$8.792,76	\$9.672,04	\$10.639,24	\$11.703,17	\$12.873,48
POSTRES	\$461,00	\$10.907,31	\$11.998,04	\$13.197,84	\$14.517,63	\$15.968,39
PLATOS FUERA DE LO COMUN	\$144,00	\$2.890,77	\$3.179,85	\$3.497,83	\$3.847,62	\$4.232,38
COCTELES	\$387,50	\$11.047,83	\$12.152,61	\$13.367,88	\$14.704,66	\$16.175,13
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$2.549,50</b>	<b>\$34.120,47</b>	<b>\$37.532,52</b>	<b>\$41.285,77</b>	<b>\$45.414,34</b>	<b>\$49.955,78</b>
<b>INGRESOS</b>						
PASTELERIA	\$2.241,70	\$58.093,50	\$63.902,85	\$70.293,14	\$77.322,45	\$85.054,70
BOCADITOS	\$591,60	\$14.266,94	\$15.693,64	\$17.263,00	\$18.989,30	\$20.888,23
CONFITERIA	\$933,80	\$26.109,44	\$28.720,38	\$31.592,42	\$34.751,66	\$38.226,83
POSTRES	\$1.336,90	\$30.631,97	\$33.695,16	\$37.064,68	\$40.771,15	\$44.848,26
BERIDAS	\$748,20	\$37.998,56	\$41.798,42	\$45.978,28	\$50.576,08	\$55.633,69
PLATOS FUERA DE LO COMUN	\$417,60	\$10.070,78	\$11.077,86	\$12.195,65	\$13.404,21	\$14.744,63
COCTELES	\$1.123,75	\$38.488,11	\$42.338,92	\$46.570,62	\$51.227,68	\$56.350,44
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$7.393,55</b>	<b>\$38.949,38</b>	<b>\$108.844,29</b>	<b>\$119.728,72</b>	<b>\$131.701,60</b>	<b>\$144.871,78</b>



# PROYECTO DE "ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE"

## 3.3.: CAPITAL DE TRABAJO: DEFICIT MAXIMO ACUMULADO

ANEXO 6.: Tabla de Capital de Trabajo: Deficit Maximo Acumulado

"PROYECTO DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE"													
PROYECCION DE VENTAS													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL
<b>INGRESOS</b>													
PASTELERIA	2241,70	2571,99	2706,85	2577,39	2635,75	2709,85	2835,75	2705,85	2577,99	2577,99	2835,75	3480,24	33891,57
BOCADITOS	591,60	680,34	714,36	680,34	748,37	748,37	714,36	680,34	680,34	748,37	519,48	519,48	8919,61
CONFITERIA	933,89	1073,87	1127,58	1073,87	1181,29	1181,29	1127,58	1073,87	1073,87	1181,29	1181,29	1476,72	13865,41
BEBIDAS	1336,59	1537,44	1614,31	1537,44	1691,19	1614,31	1691,19	1614,31	1537,44	1537,44	1691,19	2075,54	19478,63
POSTRES	748,22	861,43	933,42	861,43	946,47	933,42	861,43	861,43	861,43	946,47	946,47	1181,29	10891,27
PLANTAS FUERA DE LO COMUN	417,85	480,24	504,25	480,24	528,25	504,25	480,24	480,24	480,24	528,25	528,25	648,32	6384,43
COCCOLES	1123,75	1292,31	1356,55	1292,31	1421,54	1356,55	1421,54	1356,55	1292,31	1292,31	1421,54	1744,22	16370,34
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>7393,95</b>	<b>8593,98</b>	<b>8937,71</b>	<b>7942,67</b>	<b>8932,94</b>	<b>7489,39</b>	<b>9932,94</b>	<b>7489,39</b>	<b>7942,67</b>	<b>7942,67</b>	<b>9932,94</b>	<b>9941,90</b>	<b>99949,36</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>													
PASTELERIA	773,00	888,95	933,42	746,72	977,85	784,05	977,85	784,05	746,72	746,72	977,85	1038,07	10386,21
BOCADITOS	204,00	234,69	246,33	197,09	258,09	258,09	206,32	197,09	197,09	258,09	206,32	206,32	2701,17
CONFITERIA	322,00	370,30	388,62	311,05	407,33	328,69	407,33	328,69	311,05	311,05	407,33	419,92	4339,39
BEBIDAS	258,00	296,70	311,54	249,23	338,37	281,69	338,37	281,69	249,23	249,23	338,37	338,37	3462,87
POSTRES	481,00	531,19	559,69	465,33	583,17	487,59	583,17	487,59	465,33	465,33	583,17	601,19	6169,69
PLANTAS FUERA DE LO COMUN	148,00	165,69	173,86	138,41	182,76	146,09	182,76	146,09	138,41	138,41	182,76	187,79	1877,18
COCCOLES	397,59	456,69	487,91	374,13	493,19	393,04	493,19	393,04	374,13	374,13	493,19	635,94	6355,94
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>2549,59</b>	<b>2931,93</b>	<b>3076,53</b>	<b>2482,82</b>	<b>3225,12</b>	<b>2582,96</b>	<b>3225,12</b>	<b>2582,96</b>	<b>2482,82</b>	<b>2482,82</b>	<b>3225,12</b>	<b>3328,80</b>	<b>34104,47</b>
MANO DE OBRA DIRECTA	1623,00	1823,84	1923,84	1623,00	1923,84	1623,00	1923,84	1623,00	1623,00	1923,84	1623,00	1923,84	19465,63
MANO DE OBRA INDIRECTA	1168,66	1168,66	1168,66	1168,66	1168,66	1168,66	1168,66	1168,66	1168,66	1168,66	1168,66	1168,66	14023,92
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1225,00	1225,00	1225,00	1225,00	1225,00	1225,00	1225,00	1225,00	1225,00	1225,00	1225,00	1225,00	14700,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>6586,96</b>	<b>6949,39</b>	<b>7095,86</b>	<b>6481,32</b>	<b>7242,59</b>	<b>6883,42</b>	<b>7242,59</b>	<b>6883,42</b>	<b>6481,32</b>	<b>6481,32</b>	<b>7242,59</b>	<b>7242,59</b>	
<b>INGRESOS</b>	7393,95	8593,98	8937,71	7942,67	8932,94	7489,39	9932,94	7489,39	7942,67	7942,67	9932,94	9941,90	
<b>EGRESOS</b>	6586,96	6949,39	7095,86	6481,32	7242,59	6883,42	7242,59	6883,42	6481,32	6481,32	7242,59	7242,59	
<b>SALDO MENSUAL</b>	806,99	1644,59	1841,85	1461,35	2110,35	806,99	2110,35	806,99	806,99	806,99	2110,35	2219,31	
<b>SALDO ACUMULADO</b>	806,99	2309,18	4211,53	4873,41	6883,42	6883,42	7893,53	6883,42	1088,69	1547,58	1228,44	1419,78	162,37

## 3.4.: ESTADO DE RESULTADOS

ANEXO 7.: Tabla de Estado de Resultado

"PROYECTO DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE"					
PROYECCION DEL ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>					
Ventas	\$98.949,36	\$108.844,29	\$119.728,72	\$131.701,60	\$144.871,76
(-) Costo de venta	\$34.120,47	\$37.532,52	\$41.285,77	\$45.414,34	\$49.955,78
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$64.828,89</b>	<b>\$71.311,78</b>	<b>\$78.442,96</b>	<b>\$86.287,25</b>	<b>\$94.915,98</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>					
Sueldo de Mano de Obra Directa	\$19.485,60	\$20.815,99	\$22.239,51	\$23.762,68	\$25.392,46
Sueldo del Personal Administrativo	\$14.023,92	\$14.955,19	\$15.951,66	\$17.017,87	\$18.158,73
Gastos de servicios basicos	\$4.500,00	\$4.725,00	\$4.961,25	\$5.209,31	\$5.469,78
Alquiler de local	\$6.000,00	\$6.300,00	\$6.615,00	\$6.945,75	\$7.293,04
Publicidad	\$2.400,00	\$2.520,00	\$2.646,00	\$2.778,30	\$2.917,22
Papelaria y utiles	\$600,00	\$630,00	\$661,50	\$694,58	\$729,30
Depreciacion	\$2.413,08	\$2.413,08	\$2.413,08	\$2.413,08	\$2.413,08
Amortizacion de intangibles	\$128,40	\$128,40	\$128,40	\$128,40	\$128,40
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$49.551,00</b>	<b>\$52.487,67</b>	<b>\$55.616,40</b>	<b>\$58.949,97</b>	<b>\$62.502,00</b>
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$15.277,89</b>	<b>\$18.824,11</b>	<b>\$22.826,56</b>	<b>\$27.337,28</b>	<b>\$32.413,97</b>
<b>(-) GASTOS NO OPERACIONALES</b>					
Gastos de intereses	\$1.257,79	\$980,85	\$703,90	\$426,96	\$150,01
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$1.257,79</b>	<b>\$980,85</b>	<b>\$703,90</b>	<b>\$426,96</b>	<b>\$150,01</b>
<b>UTILIDAD ANTES DEL 15%</b>	<b>\$14.020,10</b>	<b>\$17.843,27</b>	<b>\$22.122,66</b>	<b>\$26.910,33</b>	<b>\$32.263,96</b>
Trabajadores 15%	\$2.103,01	\$2.676,49	\$3.318,40	\$4.036,55	\$4.839,59
<b>UTILIDAD DESPUES DEL 15%</b>	<b>\$11.917,08</b>	<b>\$15.166,78</b>	<b>\$18.804,26</b>	<b>\$22.873,78</b>	<b>\$27.424,37</b>
Impuestos 25 %	\$2.979,27	\$3.791,69	\$4.701,06	\$5.718,44	\$6.856,09
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$8.937,81</b>	<b>\$11.375,08</b>	<b>\$14.103,19</b>	<b>\$17.155,33</b>	<b>\$20.568,28</b>
<b>RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS</b>	<b>26,19%</b>	<b>30,31%</b>	<b>34,16%</b>	<b>37,78%</b>	<b>41,17%</b>

## 3.5.: TASA DE DESCUENTO

ANEXO 8.: Tabla de Tasa de Descuento

"PROYECTO DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE"	
tasa libre de riesgo	0,028
beta industria	1,3
rentabilidad del sector	0,1
riesgo país	0,048
	0,072
	0,108
	0,184
TMAR	0,1133
	0,75
	0,0424875
	22,65%

## 3.6.: FLUJO DE CAJA

ANEXO 9.: Tabla de capital de Flujo de Caja

PROYECCION DE FLUJO DE CAJA						
"PROYECTO DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE"						
	0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
<b>Ingresos Operativos</b>						
Ventas		\$98.949,36	\$108.844,29	\$119.728,72	\$131.701,60	\$144.871,76
(-) costo de ventas		\$34.120,47	\$37.532,52	\$41.285,77	\$45.414,34	\$49.955,78
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>\$64.828,89</b>	<b>\$71.311,78</b>	<b>\$78.442,96</b>	<b>\$86.287,25</b>	<b>\$94.915,98</b>
<b>(-) Gastos Operacionales</b>						
Mano de obra		\$19.485,60	\$20.815,99	\$22.239,51	\$23.762,68	\$25.392,46
Sueldo del Personal Administrativo		\$14.023,92	\$14.955,19	\$15.951,66	\$17.017,87	\$18.158,73
Gastos de alquiler		\$6.000,00	\$6.300,00	\$6.615,00	\$6.945,75	\$7.293,04
Gastos de Publicidad		\$2.400,00	\$2.520,00	\$2.646,00	\$2.778,30	\$2.917,22
Papelarias		\$600,00	\$630,00	\$661,50	\$694,58	\$729,30
Gastos de servicios basicos		\$4.500,00	\$4.725,00	\$4.961,25	\$5.209,31	\$5.469,78
Amortizacion		\$128,40	\$128,40	\$128,40	\$128,40	\$128,40
Depreciacion		\$2.413,08	\$2.413,08	\$2.413,08	\$2.413,08	\$2.413,08
<b>Total de Egresos Operativos</b>		<b>\$49.551,00</b>	<b>\$52.487,67</b>	<b>\$55.616,40</b>	<b>\$58.949,97</b>	<b>\$62.502,00</b>
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>\$15.277,89</b>	<b>\$18.824,11</b>	<b>\$22.826,56</b>	<b>\$27.337,28</b>	<b>\$32.413,97</b>
<b>(-) Gastos financieros</b>						
Gastos financieros		\$1.257,79	\$980,85	\$703,90	\$426,96	\$150,01
<b>(=) Utilidad antes de Part. De Trab.</b>		<b>\$14.020,10</b>	<b>\$17.843,27</b>	<b>\$22.122,66</b>	<b>\$26.910,33</b>	<b>\$32.263,96</b>
(-) 15% participacion de trabajadores		\$2.103,01	\$2.676,49	\$3.318,40	\$4.036,55	\$4.839,59
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>\$11.917,08</b>	<b>\$15.166,78</b>	<b>\$18.804,26</b>	<b>\$22.873,78</b>	<b>\$27.424,37</b>
(-) 25% impuesto a la renta		\$2.979,27	\$3.791,69	\$4.701,06	\$5.718,44	\$6.856,09
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>\$8.937,81</b>	<b>\$11.375,08</b>	<b>\$14.103,19</b>	<b>\$17.155,33</b>	<b>\$20.568,28</b>
(+) Amortizacion		\$128,40	\$128,40	\$128,40	\$128,40	\$128,40
(+) Depreciacion		\$2.413,08	\$2.413,08	\$2.413,08	\$2.413,08	\$2.413,08
(-) Inversion		\$21.310,00				
(+) Prestamo		\$12.786,00				
(-) Capital de trabajo		\$16.619,37				\$16.619,37
<b>(+) AMORTIZACION</b>		<b>\$2.557,20</b>	<b>\$2.557,20</b>	<b>\$2.557,20</b>	<b>\$2.557,20</b>	<b>\$2.557,20</b>
<b>Flujo de caja</b>		<b>-\$5.143,37</b>	<b>\$8.922,09</b>	<b>\$11.359,36</b>	<b>\$14.087,47</b>	<b>\$17.139,61</b>
		22,65%				
		<b>VAN (22,65%)</b>		<b>18.286</b>		
		<b>TIR</b>		<b>46,4%</b>		

## 3.7.: TIR Y VAN

ANEXO 10.: Tabla de TIR Y VAN

<b>VAN (22,65%)</b>	<b>18.286</b>
<b>TIR</b>	<b>46,4%</b>

## 3.8.: PAYBACK

ANEXO 11.: Tabla de PAYBACK

Payback				
Periodo	Saldo inversion	Flujo de caja	Rentabilidad	Recuperacion inversion
1	21.310,00	\$8.922,09	4826,44863	\$4.095,64
2	17.214,36	\$11.359,36	3898,83632	\$7.460,53
3	9.753,83	\$14.087,47	2209,12042	\$11.878,35
4	-2.124,52	\$17.139,61	-481,17803	\$17.620,79
5	-19.745,32	\$37.171,93	-4472,0671	\$41.643,99

**3.9.: ANALISIS DE SENSIBILIDAD UNIVARIABLE**

**ANEXO 12.: Tabla de Analisis de Sensibilidad**

"PROYECTO DE ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE"					
ANALISIS DE SENSIBILIDAD					
DEMANDA	VENTAS ANUALES 1ER.AÑO	VAN	TIR	TASA DE DESCUENTO	RESULTADO
Si no disminuye	\$ 98.949,36	\$ 18.286,00	46,4%	0,2265	FACTIBLE
Si disminuye un 5%	\$ 94.001,89	\$ 7.821,00	33,0%	0,2265	FACTIBLE
Si disminuye un 10%	\$ 89.054,42	\$ -2.645,00	19,1%	0,2265	NO FACTIBLE
COSTOS					
COSTOS 1ER.AÑO	VAN	TIR	TASA DE DESCUENTO	RESULTADO	
Si no disminuye	\$ 34.120,47	\$ 18.286,00	46,4%	0,2265	FACTIBLE
Si aumenta un 5%	\$ 35.826,49	\$ 14.677,00	41,8%	0,2265	FACTIBLE
Si aumenta un 10%	\$ 37.532,52	\$ 7.099,00	32,0%	0,2265	FACTIBLE
Si aumenta un 15%	\$ 39.238,54	\$ -5.406,00	15,30%	0,2265	NO FACTIBLE

**CONCLUSIONES**

- Tomando en cuenta el análisis de sensibilidad con respecto a ventas, podemos concluir que el proyecto es bastante sensible a cambios en el nivel de ingresos. Es decir una pequeña disminución del 10% en las ventas provoca que el VAN sea negativo, por ende el proyecto cumple con la regla que a mayor rentabilidad mayor riesgo.
- Podemos agregar además que dos de los principales insumos como la harina y el azúcar son susceptibles de cambio en sus precios, por situaciones como la especulación en algunos casos. Este problema podría afectar directamente al nivel de ventas.

**RECOMENDACIONES**

- Impulsar la venta de los platos como cocteles, bebidas, postres y platos fuera de lo común, que no dependen de los insumos como la harina para poder sostener los gastos en tiempos de especulación o escasez.
- Aprovechar los meses de mayor demanda como febrero, mayo y diciembre impulsando las ventas para poder solventar posibles bajas en tiempos de especulación de la materia prima.

# PROYECTO DE “ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS A BASE DE CHOCOLATE”

## Referencia.

SAPAG, Nassir y Reinaldo. “*Preparación y evaluación de proyectos*”, 2008, 5ta Edición.

SAPAG, Nassir y Reinaldo. “*Preparación y evaluación de proyectos*”, 2008, 5ta Edición.

Business-Management-Uncategorizable-Uncategorizable,” *Preparación y evaluación de proyectos*” ,2da Edición,

SAPAG-CHAIN, “*El proceso de preparación y evaluación de proyectos*”, 2003, 4ta Edición.

<http://finance.yahoo.com/q?s=RPKB.DU>

<http://www.bce.fin.ec/>

<http://www.zchocolat.com/z34/chocolate/chocolate/historia-del-chocolate.asp>

<http://www.euroresidentes.com/Recetas/chocolate/>

<http://www.cfn.gov.ec>

---

MSC. Oscar Mendoza M.

**Director de Tesis**

Octubre del 2010