

CHOCOLATES ISABEL



HAYNER ESTEBAN RAMIREZ BERNAL
DAVID SANTIAGO SUTACHAN ORJUELA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO
2022

CHOCOLATES ISABEL

HAYNER ESTEBAN RAMIREZ BERNAL
DAVID SANTIAGO SUTACHAN ORJUELA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título ingenieros industriales

Asesor
OSCAR IVAN VARGAS PINEDA
Ingeniero industrial

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
VILLAVICENCIO
2022

Autoridades Académicas

P. JOSÉ GABRIEL MESA ANGULO, O. P.

Rector General

P. MAURICIO ANTONIO CORTÉS GALLEGO, O. P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O. P.

Rector Sede Villavicencio

P. FRAY RODRIGO GARCÍA JARA, O. P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

ING. HÉCTOR MANUEL ÁVILA SIERRA

Decano de la facultad de ingeniería industrial

Dedicatoria

Este trabajo de grado está dedicado a:

Cada uno de nosotros estamos completamente seguros de que este proyecto está dedicado principalmente a nuestra familia, los cuales fueron soporte y base fundamental para que en la actualidad y en un futuro sigamos logrando grandes sueños.

Finalmente compartimos el hecho de que nuestras amistades también han sido de vital importancia en todo nuestro proceso educativo, ya que junto a ellos estamos logrando cumplir las metas que en algún momento juntos nos llegamos a proponer y que hemos podido alcanzar gracias a que reconocemos este importante valor.

Agradecimientos

Nuestro profundo agradecimiento con la Universidad Santo Tomas, a toda facultad de Ingeniería Industrial, así mismo, a cada uno de los profesores que intercedieron en nuestros procesos de formación, gracias por tomarse el tiempo de compartir sus conocimientos, con las herramientas aprendidas esperamos poder dejar en alto en de la institución y de cada uno de ustedes.

Claramente también estamos agradecidos con nuestros padres quienes nos brindaron esta oportunidad de estudio, no solamente por el factor económico, agradecemos todo el tiempo y paciencia que tuvieron con nosotros.

Como muestra de nuestro agradecimiento utilizamos todos los recursos disponibles para la creación de este proyecto así que este mismo es una forma de agradecimiento y de orgullo para todas las personas mencionadas.

Contenido

	Pág.
Resumen	13
Abstract.....	14
Nombre de la Empresa y actividad económica.....	15
1. Introducción.....	16
2. Descripción de la oportunidad de negocio identificada	17
3. Lienzo canvas	19
4. Estudio de mercado	20
4.1. Descripción del producto	20
4.2. análisis del sector industrial	22
4.2.1 Características de inversión:	22
4.2.2 Atributos del sector del cacao en Colombia	22
4.2.3 Le mejor aroma y sabor.	23
4.2.4 Ubicación geográfica	23
4.2.5 Área de cultivo de cacao	23
4.3. Definición y análisis del mercado objetivo	24
4.3.1 Clientes	24
4.3.2 Consumidores	26
4.4. Análisis de la competencia.....	27
4.4.1 Competencia directa e indirecta.....	27
4.4.2 Competencia directa.....	28
4.4.3 Competencia indirecta	33
4.5. Canales de distribución	34
4.5.1 Página Web	34
4.5.2 Plaza.....	38
4.5.3 Redes sociales	39
4.6. Precio.....	39
4.7. Promoción	40
4.8. Pronóstico de la demanda.....	41

4.8.1	diseño del cuestionario.....	41
4.8.2	tamaño de muestra	44
4.8.3	Resultados de la encuesta	45
4.8.4	Conclusión del estudio de mercado	59
5.	Alcance o delimitación	60
6.	Estudio técnico	61
6.1.	Análisis de proveeduría.....	61
6.2.	Estudio de requerimientos de maquinaria, equipos y tecnología.	63
6.3.	Descripción del proceso productivo o del servicio	70
6.4.	Diagrama del proceso.....	71
6.4.1	Cursograma analítico del tostado.....	72
6.4.2	Cursograma analítico del mezclado	73
6.4.3	Cursograma analítico del empacado	74
6.5.	Diseño y análisis de planta.....	75
6.5.1	Códigos y líneas	75
6.5.2	Tabla de relación de actividades	75
6.5.3	Símbolos para el diagrama relacional	76
6.5.4	Diagrama relacional de las actividades.....	77
6.5.5	Determinación de dimensiones	78
6.5.6	Distribución eventual de la planta.....	79
7.	Estudio organizacional	80
7.1.	Estructura legal-jurídica	80
7.1.1	Legislación respecto de la conformación de la empresa.....	80
7.1.2	Legislación referente a la constitución de la empresa.	80
7.1.3	Legislación referente al funcionamiento de la empresa.....	81
7.2.	Planeación estratégica.	82
7.2.1	Misión	82
7.2.2	Visión	82
7.2.3	política de calidad	82
7.2.4	valores corporativos	83
7.2.5	Análisis DOFA.....	83

7.3.	Objetivos estratégicos (para el corto y mediano plazo)	85
7.4.	Estructura orgánica y requerimientos de personal	85
7.5.	Manual de funciones	87
7.6.	Análisis de costos y gastos administrativos.	92
8.	Estudio financiero.....	93
8.1.	análisis de inversión	93
8.1.1	Activos y pasivos	93
8.1.2	Inversión inicial	95
8.1.3	presupuesto de ingresos	97
8.1.4	Precio de venta.....	98
8.1.5	Estado de resultados.....	99
8.1.6	Presupuesto de egresos.	100
8.1.7	Nomina.....	100
8.1.8	Gastos anuales.....	101
8.1.9	Flujo de caja.....	102
8.1.10	Balance general.....	102
9.	Indicadores de desempeño.....	103
9.1.	Prueba acida	103
9.2.	Endeudamiento total.....	103
9.3.	Rentabilidad del activo.....	104
9.4.	Rentabilidad operacional.....	104
9.5.	TIR	104
9.6.	VAN	104
10.	Impactos.....	105
10.1.	Impacto Económico	105
10.2.	Impacto social.....	106
10.3.	Impacto ambiental	107
11.	Conclusiones	108
12.	Referencias.....	109

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Competencia directa e indirecta.....	27
Tabla 2. Mucac cacao.....	28
Tabla 3. Chocolate nunchah.....	29
Tabla 4. Chocolate artesanal finca la martica	30
Tabla 5. Chuculat	31
Tabla 6. Millano.....	32
Tabla 7. Competidores indirectos	33
Tabla 8. Precio	39
Tabla 9. Pregunta 1	46
Tabla 10. Pregunta 2	47
Tabla 11. Pregunta 3	48
Tabla 12. Pregunta 4	49
Tabla 13. Pregunta 5	50
Tabla 14. Pregunta 6	51
Tabla 15. Pregunta 7	52
Tabla 16. Pregunta 8	53
Tabla 17. Pregunta 9	54
Tabla 18. Pregunta 10	55
Tabla 19. Pregunta 11	56
Tabla 20. Pregunta 12	58
Tabla 21. Cursograma analítico del tostado.....	72
Tabla 22. Cursograma analítico del mezclado	73
Tabla 23. Cursograma analítico del empacado	74
Tabla 24. Códigos y líneas.....	75
Tabla 25. Relación de actividades.....	75
Tabla 26. Símbolos para el diagrama relacional	76
Tabla 27. Manual de funciones Administración.	87

Tabla 28. Finanzas y marketing	88
Tabla 29. Producción	89
Tabla 30. Ventas y distribución	90
Tabla 31. Asistente de producción.....	91
Tabla 32. Activos	93
Tabla 33. Pasivos.	94
Tabla 34. Maquinaria y equipo	95
Tabla 35. Muebles, enseres y utensilios.....	96
Tabla 36. Adecuaciones	96
Tabla 37. Total, de inversión inicial	97
Tabla 38. Presupuesto de ingresos	98
Tabla 39. Precio de venta.....	98
Tabla 40. Estado de resultados.....	99
Tabla 41. Nomina.....	100
Tabla 42. Gastos al año	101
Tabla 43. Flujo de caja.....	102
Tabla 44. Balance general.....	102
Tabla 45. Indicadores de desempeño	103

Lista de Ilustraciones

	Pág.
Figura 1. Lienzo canvas	19
Figura 2. Descripción del producto.....	21
Figura 3. Clientes	25
Figura 4. Consumidores	26
Figura 5. Diseño página web.	34
Figura 6. Menú.....	35
Figura 7. nuestros servicios	35
Figura 8. Quienes somos.....	36
Figura 9. Galería	36
Figura 10. Contáctanos	37
Figura 11. Página web (Vista celular)	37
Figura 12. Plaza	38
Figura 13. Redes sociales.....	39
Figura 14. Pregunta 1	46
Figura 15. Pregunta 2.....	47
Figura 16. Pregunta 3.....	48
Figura 17. Pregunta 4.....	49
Figura 18. Pregunta 5.....	50
Figura 19. Pregunta 6.....	51
Figura 20. Pregunta 5.....	52
Figura 21. Pregunta 8.....	53
Figura 22. Pregunta 9.....	54
Figura 23. Pregunta 10.....	55
Figura 24. Pregunta 11	57
Figura 25. Pregunta 12.....	58
Figura 26. Lista proveedores nacionales.....	61
Figura 27. Listado proveedores naturales	61
Figura 28. Listado proveedores administrativos internacionales.....	62

Figura 29. Horno tostador	63
Figura 30. Airado	64
Figura 31. Máquina de descascarillado.....	65
Figura 32. Molino	66
Figura 33. Máquina de prensado.....	67
Figura 34. Moldeadora automática	68
Figura 35. Tanque térmico.....	69
Figura 36. Diagrama del proceso	71
Figura 37. Diagrama relacional de las actividades	77
Figura 38. Determinación de dimensiones	78
Figura 39 Distribución de la Planta	79
Figura 40. Estructura orgánica y requerimientos de personal	86

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo la realización de un estudio técnico de factibilidad con el fin de crear una planta productora llamada Chocolates Isabel, la cual se dedicará a la fabricación de una mezcla que se compone de ingredientes 100% naturales tales como: estevia, maíz porva, licor de cacao y especias como clavo y canela. Estos ingredientes conformaran nuestro producto el cual es conocido como chocolate de mesa natural.

Teniendo en cuenta que Chocolates Isabel es un producto dirigido a toda clase de persona, su mercado no es muy fuerte en el departamento del Meta, más exactamente en Restrepo y sus alrededores, reflejando este desconocimiento entre los jóvenes y algunos adultos. Por otro lado, también se evidencia que este producto es distribuido en muy pocas plazas de mercado, supermercado y en pequeñas cantidades. Así pues, uno de los propósitos de este proyecto es lograr que el chocolate de mesa natural sea conocido y apetecido en los hogares del municipio de Restrepo y sus alrededores, convirtiéndose en una gran alternativa alimenticia.

Nuestros principales socios serán los cacaoteros y cultivadores de cacao de la región creando una alianza la cual beneficie a los integrantes de dicho acuerdo. Además, se ayudará a las madres cabeza de hogar de la región ofreciendo un trabajo.

Se utilizará una investigación descriptiva la cual se representará en graficas los fenómenos y características del estudio de mercado para poder determinar si existe viabilidad para entrar en el mercado local y a la vez conocer los clientes, consumidores potenciales, el sector socioeconómico y definir el precio de nuestro producto.

Palabras Clave: Chucula, estudio de mercado, estudio técnico, fabricación.

Abstract

This project aims to carry out a technical feasibility study to create a production plant called Chocolates Isabel, which will be dedicated to the manufacture of a mixture that is made up of 100% natural ingredients such as: panela, corn porva, cocoa liquor and spices such as cloves and cinnamon. These ingredients will make up our product which is known as chucula.

Considering that Chocolates Isabel is a product aimed at all kinds of people, its market is not very strong in the department of Meta, more precisely in Restrepo and its surroundings, reflecting this ignorance among young people and some adults. On the other hand, it is also evident that this product is distributed in very few marketplaces, supermarkets and in small quantities. Thus, one of the purposes of this project is to make the chucula known and desired in the homes of the municipality of Restrepo and its surroundings, becoming a great food alternative.

Our main partners will be the cocoa farmers and cocoa farmers of the region creating an alliance which benefits the members of said agreement. In addition, mothers who are heads of households in the region will be helped by offering a job and help in caring for their children.

A descriptive investigation will be used which will represent in graphs the phenomena and characteristics of the market study to be able to determine if there is viability to enter the local market and at the same time know the clients, potential consumers, the socioeconomic sector and define the price of our product.

Key Word- Chucula, market study, technical study, manufacturing.

Nombre de la Empresa y actividad económica

Nombre de la empresa: Chocolates Isabel

Actividad de la empresa: Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería

Código CIU: 1082

1. Introducción

Al establecer una compañía se tiene que partir de una idea, regularmente hay variadas ideas de negocio que logran florecer en el instante anterior de tomar la determinación del proyecto a abordar. Si se quiere que el proyecto tenga éxito, se debe proponer algo que garantice responder a las exigencias de quienes serán los futuros clientes, teniendo en cuenta de hacerlo mucho mejor que la competencia del mercado.

Hoy en día, las chocolaterías son de los sectores con considerable crecimiento y demanda, debido a que la inclinación al consumo del chocolate ha aumentado notoriamente, ya que se encuentran variados componentes, tales como los grandes beneficios que el chocolate trae a la salud, puesto que ayuda a reducir el colesterol, alivia el estrés, es un antidepresivo natural, aporta una gran cantidad de fibra, es bueno para la salud cardiaca y es beneficioso para la piel.

Acorde con investigaciones realizadas para el estudio del proyecto, en Colombia el 80% de las personas tienen incluida el chocolate en su dieta para el desayuno, además es muy consumida para las medias nueves, onces y hasta en las cenas de muchos hogares colombianos. Por otro lado, la Federación Nacional de Cacaoteros afirma que, si bien Colombia no es de los principales exportadores del chocolate, sí es uno de los países que más lo consume.

En este entorno, el mercado al que apuntamos comprende a esas personas que disfrutan del chocolate, ya que se les ofrecerá una alternativa de consumo con garantía de una gran calidad, sin rebajamiento de los productos utilizados. El mercado al que se deberá enfrentar es muy amplio además de la competencia, tanto a nivel artesanal e industrial, en particular la artesanal, que es nuestro objetivo, se está dando a conocer en Colombia y su demanda es grande, lo que representa un gran atractivo para la inversión. (minsalud s.f.)

2. Descripción de la oportunidad de negocio identificada

En Colombia se presenta un problema que ha crecido sin control, la mala alimentación en los colombianos se ha vuelto un inconveniente de salud pública por el aumento en enfermedades generadas por malos hábitos alimenticios, el exceso de consumo de alimentos no saludables por parte de la población ha producido que se presenten mayores complicaciones médicas en general, los ciudadanos afectados en gran medida son jóvenes debido a que empiezan consumir alimentos dañinos para la salud, tenemos como ejemplo los dulces, las comidas rápidas, bebidas azucaradas, cereal alto en azúcar, entre otros. Por tanto, se hace indispensable la creación de productos que sean saludables, pero a la vez que la calidad de su sabor sea bastante alta.

Los datos de la ENSE (Encuesta Nacional de Salud en Escolares) confirman que los problemas alimentarios de los adolescentes tienen gran relación con la forma de alimentarse. La encuesta, que presentó el Ministerio de Salud, revela que el 86,9% de los estudiantes que tienen entre 14 y 17 años no consume las frutas y verduras que recomienda la OMS y el 71,5% de ellos no consume los lácteos necesarios. En vez de tomar alimentos nutritivos, los escolares adolescentes en Colombia consumen alimentos que aumentan su propensión a la obesidad y que no les ofrecen nutrientes satisfactorios: el 82,4% consumen comidas en paquete, que son altas en grasas; el 74% consumieron bebidas azucaradas por lo menos una vez al día; el 52% come fritos regularmente, y el 14,8% ha tomado comidas rápidas más de tres veces a la semana. (ICBF s.f.)

Colombia también posee un problema de desempleo debido a la falta de oportunidades para grandes grupos de la población lo cual los vuelve vulnerables, entre estos grupos encontramos a las madres cabeza de hogar las cuales en diferentes estudios se ha podido demostrar que son uno de los grupos que más permanece desempleado superando los 13 meses en promedio, este grupo en específico en su mayoría sufre con diversos problemas debido a su condición social y económica, y sus posibles soluciones en la mayoría de ocasiones comprometen el bienestar de sus hijos, por lo tanto se hace imprescindible la creación de puestos de trabajo los cuales se adapten mejor a las condiciones de dichas mujeres.

Aunque el desempleo en Colombia durante el año pasado se ubicó en 9,1%, hay personas que aún no consiguen ocupación y dentro de este grupo son las mujeres quienes tienen más probabilidad de permanecer sin trabajo incluso después de 13 meses.

Así lo indica el informe ‘Duración del desempleo en Colombia: género, intensidad de búsqueda y anuncios de vacantes’ del Banco de La República, donde se advierte que las mujeres que son jefes de hogar tienen una probabilidad de 56,1% de seguir sin trabajo, mientras que para las que no son cabeza de familia la posibilidad aumenta a 58,7%.

Estos porcentajes se dan dentro del universo de las mujeres comprometidas y, según el estudio, es probable que la duración del desempleo de esta población se vea afectado por factores como la presencia de niños en el hogar, el número de horas que están dispuestas a trabajar u otros aspectos del soporte como la escolaridad y la edad.

Para los años 2016/2017 Colombia se encontraba en el décimo puesto de los países con más producción de cacao en el mundo y para los años 2018/2019 se vio un crecimiento que atribuyo para que quedara en el noveno puesto de los países con mayor producción de este fruto. Esto evidencia que la industria cacaotera en el país se está consolidando y está ofreciendo ser un sector de amplio desarrollo. Por otra parte, el cacao colombiano cuenta con un gran prestigio, puesto que ha sido reconocido internacionalmente por la ICCO (Organización Internacional del Cacao) como de fino aroma y sabor. (gestionparticipativa s.f.)

En líneas generales, Colombia es un país que importa, exporta, produce y consume el chocolate, algo que es sin duda un privilegio que no todos los países poseen, y que por consiguiente simboliza un negocio de gran aumento y desarrollo, además, se tienen las posibilidades que brinda un mercado en aumento, las cuales son mayores que las ofrecida en un mercado estancado o en decadencia.

Estos acontecimientos hacen que se quiera plantear una idea de negocio en la cual se quiere establecer una empresa de chocolate artesanal, desde su proceso de elaboración hasta el del empaquetado, realizados con productos del municipio de Restrepo-Meta, los cuales sean saludables, deliciosos, amigables con el medio ambiente y producidos para el gusto y necesidades de los consumidores. De esta manera, queremos buscar con la idea de negocio no solamente elaborar para vender, sino que también reconocer las necesidades de los consumidores para que de esta formar podamos producir lo que quieren y como lo quieren.

3. Lienzo canvas

Figura 1. Lienzo canvas

<p>Asociaciones clave</p> <p>Nuestros principales socios son los cacaoteros y cultivadores de maíz de la región creando una alianza la cual beneficie a los integrantes de dicho acuerdo, así mismo se crear alianzas con los transportadores para asegurar trabajo para ellos y una distribución segura para la distribución del producto.</p>	<p>Actividades clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de la materia prima. • Nómina de nuestra empresa. • Distribución del producto. • Correcto funcionamiento de la fábrica y las diferentes máquinas inmersas en el proceso de fabricación. • Marketing de la empresa. 	<p>Propuestas de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • En primer lugar, ofrecemos un producto 100% natural y amigable con el medio ambiente desde su fabricación hasta su empaque. • La materia prima es cosechada de manera orgánica y viene directamente de las montañas de la región. • El producto contiene una alta carga nutricional debido a la composición que tiene, siendo un complemento ideal para la dieta de cualquier persona. • La razón social de nuestra empresa es una de las más importantes debido a que apoyamos a los cacaoteros que pasan por crisis debido a no poder sacar sus productos a la venta a si mismo ayudamos a las madres cabeza de hogar de la región ofreciendo un trabajo. 	<p>Relaciones con clientes</p> <p>Contaremos con diferentes eventos los cuales tendrán como protagonista nuestros productos, pero siendo un ambiente ameno para disfrutar de un buen momento. Se realizarán campañas que ayuden al marketing de la empresa. También queremos que el cliente sienta que está comprando un producto Premium por lo cual nuestro servicio al cliente nos caracterizará. Por otro lado, pero sin dejar de ser importante, en el momento indicado se podrán realizar visitas a nuestra planta de fabricación para que los clientes puedan observar la calidad del producto ofrecido así mismo conocer todo el proceso desde la cosecha de la materia prima hasta la distribución.</p>	<p>Segmentos de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas que deseen un producto orgánico bueno para la salud y amigable con el medio ambiente. • Personas adultas y de la tercera edad. • No importa el sexo de nuestro publico • Supermercados de cadena y pequeñas tiendas para comercializar más fácil nuestros productos. • Hoteles que quieran ofrecer un producto artesanal colombiano.
<p>Estructura de costes</p> <p>Para el optimo desempeño de la planta de producción tenemos unos costos fijos y variables los cuales deben ser cubiertos, debido al diseño de las instalaciones, puesto que muchas de las operaciones dentro de la misma tienen un consumo menor de lo normal, esto se debe a la implementación de una producción más limpia. Por otro lado tenemos costos de nómina y costos operacionales. Dentro de la compañía se asumieron también los costos de almacenamiento, hosting y dominio para poder lograr un alcance más grande por medio de marketing digital.</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <p>La fuente principal de nuestros ingresos se genera desde la venta de nuestros productos, sin embargo a lo largo de la trayectoria de la empresa se tienen planificados nuevos canales de ingreso, para que así se pueda aumentar nuestra producción y nuestros puntos de distribución.</p>		
<p>Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las diferentes recetas de nuestros productos. • La materia prima como el cacao y el maíz. • Los empaques para tener la imagen de un producto Premium como el que estamos comercializando. • La fábrica del producto y las diferentes tiendas de distribución. 		<p>Canales</p> <p>Desde nuestra planta de procesamiento y fabricación del cacao se realiza la distribución a los municipios en los que se presenta la demanda esto gracias a la ayuda de transportadores asociados a la empresa, por medio de las tiendas físicas, la presentación y comercialización del producto en las diferentes tiendas y supermercados de cadena.</p>		

Nota. Lienzo canvas [Imagen], Diseño del lienzo canvas para la empresa Chocolates Isabel, 2022

4. Estudio de mercado

4.1. Descripción del producto

Producimos un chocolate de mesa natural el cual cumple con la necesidad de muchas personas de satisfacer el deseo de tener un alimento que sea bueno para la salud, nutritivo y de un muy buen sabor. Es por esto que se implementó ingredientes y endulzantes naturales tales como: el maíz porva, estevia, clavos y canela.

Por otra parte, el chocolate producido tendrá un empaque amigable con el medio ambiente, puesto que este será hecho de caña de azúcar y caracterizará por llevar el logo de la empresa y el contenido nutricional del chocolate de mesa.

En el momento del diseño del producto se tienen en cuenta lo que necesita el cliente para no llegar a crear alguna característica que nos cueste más dinero a la hora de fabricación y que a su vez no le agregue valor a nuestro producto por lo que cumple con un diseño integral y óptimo.

Figura 2. Descripción del producto

CHOCOLATES ISABEL





CHOCOLATES DE MESA ISABEL

Elaboración de un chocolate de mesa por personas con conocimientos ancestrales, hecho con ingredientes de la mejor calidad del municipio de Restrepo-Meta, siendo un producto saludable y beneficioso para la salud humana.



INFORMACION RELEVANTE

INGREDIENTES

Chocolate de mesa a base de licor de cacao, maíz porva, clavo, canela y endulzado con estevia.





PROCESO DEL CACAO

los granos de cacao pasan por procesos de horneado, molido, mezclado y prensado que dejan el cacao listo para preparar diferentes productos. Esto suele hacerse por medio de diferentes tipos de maquinaria.

EMPAQUE

Empaques hechas de caña de azúcar, el cual nos permite no solamente una presentación elegantes, si no que también generamos un compromiso con el medio ambiente. Podrá ser encontrada en presentación de 300 g y 500 g



CHOCOLATES ISABEL

Nota. Descripción del producto [Imagen], Descripción del producto para la empresa Chocolates Isabel, 2022,

4.2. Análisis del sector industrial

Al ejecutar un análisis del sector industrial se logra denotar que Proexport Colombia se ha dado a la tarea de identificar aquellos sectores y subsectores que presentan grandes oportunidades para la inversión en el desarrollo de negocios en el país, en donde se encuentra el sector del cacao.

¿Qué hace que el cacao sea un sector muy atractivo para la inversión? (Procolombia s.f.)

Colombia cuenta con cerca de 2 millones de hectáreas las cuales son aptas para el cultivo de cacao. Con una ubicación geográfica importante, como país tropical, la nación se beneficia de iluminación continua y dispone de recursos hídricos durante todo el tiempo.

4.2.1 Características de inversión:

- Latinoamérica produce el 80% del cacao prime en el mundo, además, entre el 70% y 100% del total de la exportación de cacao de países como Colombia, México, Costa Rica, Perú y Bolivia compete a este exclusivo cacao.
- Colombia se ubica como unos de los principales cultivadores de cacao del mundo, ya que cuenta con cerca de 2 millones de hectáreas que son apropiadas para el cultivo de este fruto.
- Excepción al impuesto a la renta para cultivos de tardío rendimiento.
- Colombia recibió una distinción debido a su cacao y fue otorgado por en los premios internacionales del cacao en el salón du Chocolat en París. (Caf s.f.)

4.2.2 Atributos del sector del cacao en Colombia

El cacao que se produce en Colombia tiene unas características únicas que le otorgan un valor excepcional al sector. Seguidamente se describirán cualidades del cacao las cuales hace que sea uno de los sectores más atractivos para la inversión.

4.2.3 Le mejor aroma y sabor.

Según la ICCO Colombia cuenta con el cacao de mejor aroma y sabor, honor que solo el 5% del cacao mundial tiene. La condición del cacao se estudia dependiendo de sus cualidades

químicas, físicas y organolépticas. La mezcla de factores hace que el fruto colombiano lleve magníficas sensaciones a los sentidos, con cualidades aromáticas y particularidades químicas muy superiores a las de un cacao corriente y tradicional.

4.2.4 Ubicación geográfica

El territorio nacional cuenta con una posición geográfica importante, ya que con su condición de país tropical y ubicación en zona ecuatorial se beneficia de una luminosidad constante durante todo el año. De mismo modo tiene una gran variedad de pisos térmicos y la capacidad de contar con recursos hídricos.

El cacao tiene orígenes amazónicos y hoy en día se cultiva en variados países del trópico ubicados entre 18° Norte y 20° sur de la línea del Ecuador. En la actualidad en el territorio nacional se cultivan en regiones en donde cuentan con condiciones edáficas, climáticas y fisiográficas adecuadas para la siembra del fruto. (fontagro s.f.)

4.2.5 Área de cultivo de cacao

Colombia cuenta con cerca de 2 millones de hectáreas las cuales son aptas para el cultivo de cacao, lo que hace de Colombia como unos los principales países cultivadores de cacao en el mundo.

Se han realizados diferentes investigaciones de la mano de Fedecacao, el ministerio de agricultura y Corpoica en donde zonifican por aptitud los cultivos de cacao, tomando como criterios estudios edáficos y climáticos. En el estudio se pudo estimar un estimado de 2 millones de hectáreas aptas para la plantación del cacao, también se puso a evidenciar que 662.669 hectáreas son tierras que no cuentan con ninguna restricción, eso quiere decir que no necesita ninguna clase de adecuación de suelos para cultivos y los 1.3 millones de hectáreas restantes tienen pocas restricciones. En esto se pudo demostrar que el departamento del Meta cuenta con un total de 307.469 de hectáreas sin restricciones y con restricciones moderadas.

Todas las citas de su trabajo de grado deben aparecer en la lista de referencias y estas últimas deben citarse todas dentro del texto. Deben ir en orden alfabético y se debe aplicar sangría francesa. (oas s.f.)

4.3. Definición y análisis del mercado objetivo

El perfil del clientes y consumidores actuales del chocolate de mesa corresponde a mujeres y hombres de cualquier edad y perteneciente a un estrato socioeconómico mayor a 3 del Municipio de Restrepo y sus alrededores. Por otro lado, evidenciamos que existe un mercado de interés puesto que hay personas que por recomendaciones médicas no pueden consumir ciertos alimentos, por eso al ofrecer un producto saludable que iría dirigido a cualquier tipo de persona, ya sean celíacos, diabéticos o no tengan ningún tipo de trastorno alimenticio, esto llega a reflejar una mayor cobertura en el consumo de este producto. Además, queremos llegar a esas personas que tienden a comprar el chocolate de mesa industrial en tiendas y supermercados las cuales no se sienten satisfechas por la calidad y lo poco saludable que puede ser ese producto.

Vemos que las mayores probabilidades de que una empresa sea exitosa es porque tendrá aquellos productos o servicios que sean capaces de responder a las necesidades no satisfechas.

4.3.1 Clientes

En el análisis de clientes se indago y clasifico sobre cinco variables existentes, en primer lugar, queremos conocer y clasificar según ciertas caracterices de cada cliente, se evaluaron las variables demográficas, de compra, conductual, geográfica, psicológica y factores externos.

Figura 3. Clientes

Nota. Clientes [Imagen], Clientes para la empresa Chocolates Isabel, 2022

4.3.2 Consumidores

En el estudio enfocado a nuestros consumidores se realizó con la misma metodología del estudio de clientes, aunque generando unos cambios mínimos para poder comprender y caracterizar a nuestros consumidores.

Figura 4. Consumidores



Nota. Consumidores [Imagen], Consumidores para la empresa Chocolates Isabel, 2022

4.4. Análisis de la competencia

Con el fin de facilitar el análisis de la competencia, dividimos en dos los actores de la industria, teniendo en cuenta diferentes características tales como: la calidad, el tipo de producto y el segmento objetivo.

4.4.1 Competencia directa e indirecta

Tabla 1. Competencia directa e indirecta

COMPETENCIA DIRECTA	COMPETENCIA INDIRECTA
PRINCIPALES COMPETIDORES	CHOCOLATES INDUSTRIALES
MUCAC CACAO	CHOCOLATE CORONA
CHOCOLATE ARTESANAL FINCA LA MARTICA	CHOCOLATE SOL
CHOCOLATE NUNCHAH	CHOCOLATE QUESADA
CHUCULAT	CHOCOLATE LUKER
MILLANO	CHOCOLATE ESPECIAL

Nota. Análisis de competencia directa e indirecta [Tabla], Análisis de competencia para la empresa Chocolates Isabel, 2022

4.4.2 Competencia directa

Al llevar a cabo la recolección y análisis de nuestros competidores en el mercado se tomó en cuenta cinco aspectos fundamentales para conocer el impacto que puede llegar a generar cada competidor, en este primer análisis encontramos la empresa con la competencia más fuerte ya que sus portafolios de productos son similares en cuanto la presentación del producto, sin embargo, manejan otra variedad de producto con una alta calidad.

Tabla 2. Mucac cacao

MUCAC CACAO	
	Localización
	Su punto de fabricación se encuentra en Cubarral-Meta y cuentan con un punto de venta en la galería 7 de agosto en el stand de san Juanito.
	Productos
	Chucula en polvo de 250 gramos y 500 gramos.
	Precio
Chucula de 250 gramos tiene un valor de 5500 pesos. Chucula de 500 gramos tiene un valor de 10000 pesos.	
	Distribución
	Ventas en punto físico en Cubarral y Villavicencio Ventas por medio de redes sociales.
	Atención
	De lunes a viernes de 8 am a 6 pm. Atención por medio del punto físico, WhatsApp e Instagram.

Nota. Mucac cacao [Tabla], Análisis de competencia directa Mucac cacao para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Mucac es otra empresa con características o productos similares a nuestra propuesta de negocio, en este caso en específico se analizaron sus productos para evaluar si compartían características con el nuestro, como resultado pudimos identificar que nuestra materia prima es la misma pero el proceso de transformación es completamente diferente dando a lugar a productos con características muy diferentes.


Tabla 3. Chocolate nunchah

MUCAC NUNCHAH	
	<p>Localización</p> <p>Su punto de fabricación y de venta se encuentra en Nunchía Casanare.</p>
	<p>Productos</p> <p>Masa de cacao con azúcar de 460 gramos. Masa de cacao sin azúcar de 240 gramos.</p>
	<p>Precio</p> <p>Masa de cacao con azúcar de 460 gramos pack 3 tiene un valor de 56000 pesos. Masa de cacao sin azúcar 240 gramos tiene un valor de 18000 pesos.</p>
	<p>Distribución</p> <p>Punto físico en Nuchia Casanare, además cuentan con supermercados que compran su producto y hacen domicilio para todo a todo país.</p>
	<p>Atención</p> <p>De lunes a sábados de 7:30 am a 6 am. Atención por medio del punto físico, WhatsApp y pagina web.</p>

Nota. Chocolate nunchah [Tabla], Análisis de competencia directa Chocolate nunchah para la empresa Chocolates Isabel, 2022

NUNCHUAH es otra empresa con características o productos similares a nuestra propuesta de negocio, en este caso en específico se analizaron sus productos para evaluar si compartían características con el nuestro, como resultado pudimos identificar que nuestra materia prima es la misma pero el proceso de transformación es completamente diferente dando a lugar a productos con características muy diferentes.


Tabla 4. Chocolate artesanal finca la martica

CHOCOLATE ARTESANAL FINCA LA MARTICA	
	<p>Localización</p> <p>Su punto de fabricación se encuentra en la finca la martica ubicada en la vereda Guayuriba Acacias-Meta.</p>
	<p>Productos</p> <p>Chocolate artesanal de 250 gramos</p>
	<p>Precio</p> <p>Chocolate artesanal de 250 gramos tiene un valor de 15000 pesos</p>
	<p>Distribución</p> <p>Envíos al departamento del meta por Medio de su página web.</p>
	<p>Atención</p> <p>De lunes a viernes de 7 am a 7 pm. Atención por medio telefónico</p>

Nota. Chocolate artesanal finca la martica [Tabla], Análisis de competencia directa Chocolate artesanal finca la martica para la empresa Chocolates Isabel, 2022

En el caso de esta empresa competidora encontramos un producto de una alta calidad a base de cacao por lo cual es una empresa que puede resaltar por estas características, aunque se esté resaltando el trabajo de nuestro competidor nuestros productos son completamente diferentes ya que nuestro chocolate no cuenta con un proceso de transformación diferentes, esto se debe a que el proceso en Chocolates Isabel es tecnificado nuestras recetas son de un saber ancestral. La materia prima utilizada en cada uno de los productos tanto del competidor como el de la empresa es completamente diferente exceptuando el cacao.

Tabla 5. Chuculat

CHOCOLATE CHUCULAT	
	Localización
	Cra. 10a # 69-23, Bogotá
	Productos
	Choc-chai de 200 gramos
	ChocChocolate 100% sin azúcar del cauca de 100 gramos.
	Chocolate 100% sin azúcar del Caquetá de 100 gramos.
	Precio
	Choc-chai de 200 gramos tiene un precio de 13000 pesos.
	ChocChocolate 100% sin azúcar del cauca de 100 gramos 6000 pesos.
	Chocolate 100% sin azúcar del Caquetá de 100 gramos 6000 pesos.
	Distribución
	Venta en punto físico.
	Envíos a todo el país.
	Atención
	De lunes a sábado de 8 am a 7 pm
	Atención en punto físico, correo, celular y pagina web.

Nota. Chuculat [Tabla], Análisis de competencia directa Chuculat para la empresa Chocolates Isabel, 2022

La ubicación de la empresa también influye en el impacto que esta pueda llegar a tener, aunque esto ha cambiado por los avances tecnológicos, en este caso la empresa está ubicada en la ciudad de Bogotá que pese a la distancia tiene presencia en todo el país, al igual que los demás competidores ofrecen productos con características muy diferentes pero que en común manejamos como materia prima base el cacao.

Tabla 6. Millano

CHOCOLATE MILLANO	
	Localización
	Su tienda es de forma virtual y se encuentra en Instagram como casa esquina cacao
	Productos
	Millano chocolate artesanal de 200 gramos.
	Precio
	Millano chocolate artesanal de 200 gramos tiene un valor de 13500 pesos.
	Distribución
	Envíos a todo el país
	Atención
	De lunes a sábados de 7:30 am a 7 pm. Atención por medio de Instagram y WhatsApp.

Nota. Millano [Tabla],], Análisis de competencia directa Millano para la empresa Chocolates Isabel, 2022

En este caso como resultados logramos obtener que los productos de la empresa Millano cumplían con una estandarización e industrialización de los procesos de fabricación, así mismo, cumple con una demanda considerable gracias a las características del producto las cuales se

asemejan en gran medida a otras compañías con más trayectoria en este sector, aunque presentando un producto innovador.

4.4.3 Competencia indirecta

Tabla 7. Competidores indirectos

COMPETIDORES INDIRECTOS	
Productos similares	Chocolate corona, Chocolate sol, Chocolate quesada, Chocolate luker, Chocolate la especial.
¿Qué le ofrecen a los clientes?	Incluye aditivos artificiales, conservantes. En lugar de cacao puro se le adiciona grasas hidrogenadas. Contiene una gran cantidad de azúcar. El cacao puro es reducido. Contiene exceso de calorías de calorías vacías y carbohidratos.
¿Dónde se vende?	Tiendas de barrio, supermercados y almacenes de cadena.
¿A qué precio?	El precio de estas marcas oscila entre los 3000 y 7000 pesos.
¿Cómo lo distribuyen y comercializan?	Distribuidores mayoristas.

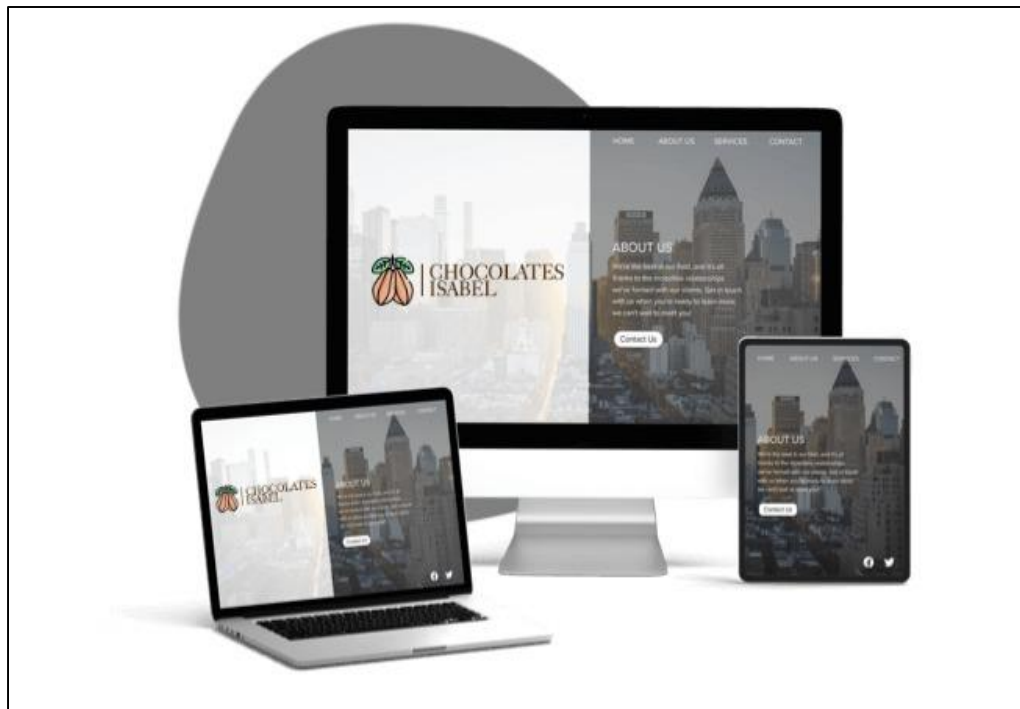
Nota. Competencia indirecta [Tabla], Análisis competidores indirectos para la empresa Chocolates Isabel, 2022

4.5. Canales de distribución

Los canales de distribución del chocolate de mesa generalmente se dan directamente de los productores hacia a los consumidores, en este caso se realizará por medio de tiendas de distribución físicas, páginas web y redes sociales, además en CHOCOLATES ISABEL nos encargaremos de promocionarlo y venderlo de distintas maneras para abarcar un poco más la demanda de este producto.

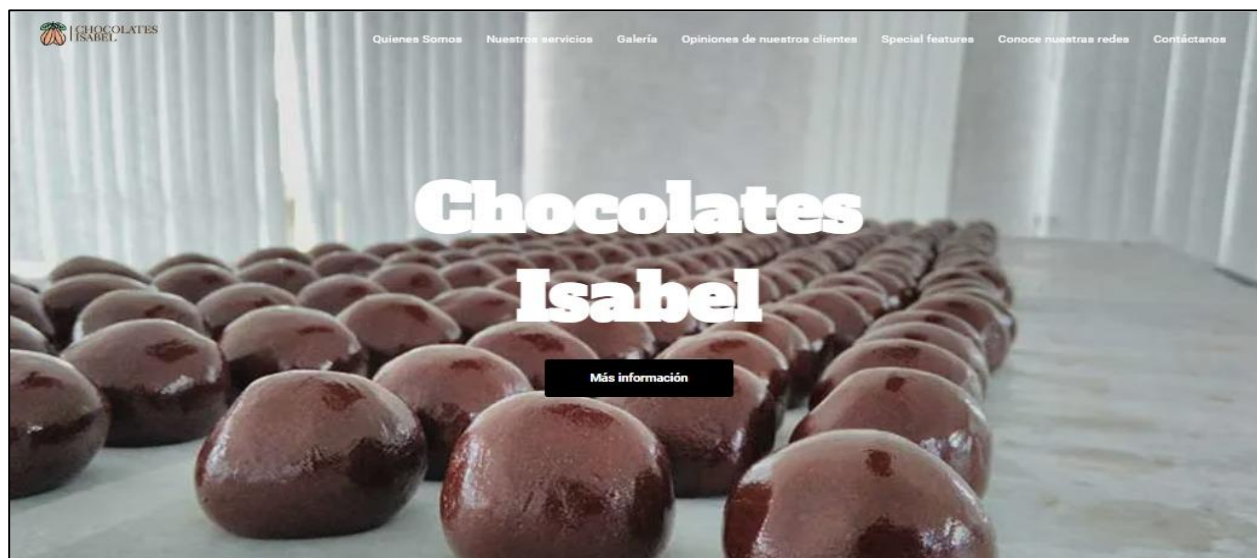
4.5.1 Página Web

Figura 5. Diseño página web.



Nota. Página web Chocolates Isabel. [Imagen], Diseño página web para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 6. Menú



Nota. Página web Chocolates Isabel Menú. [Imagen], Menú página web para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 7. Nuestros servicios



Nota. Página web Chocolates Isabel Nuestros servicios. [Imagen], Nuestros servicios página web para la empresa Chocolates Isabel, 2022

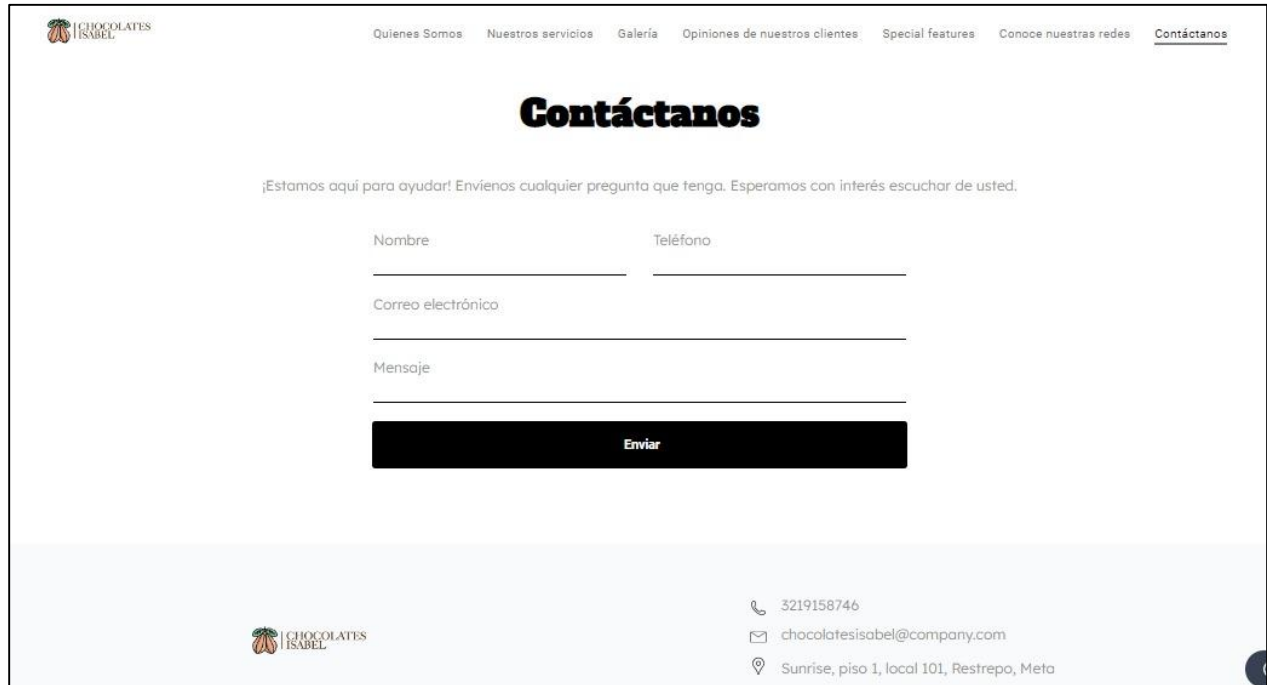
Figura 8. Quienes somos

Nota. Página web Chocolates Isabel Quienes somos. [Imagen], Quienes somos página web para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 9. Galería

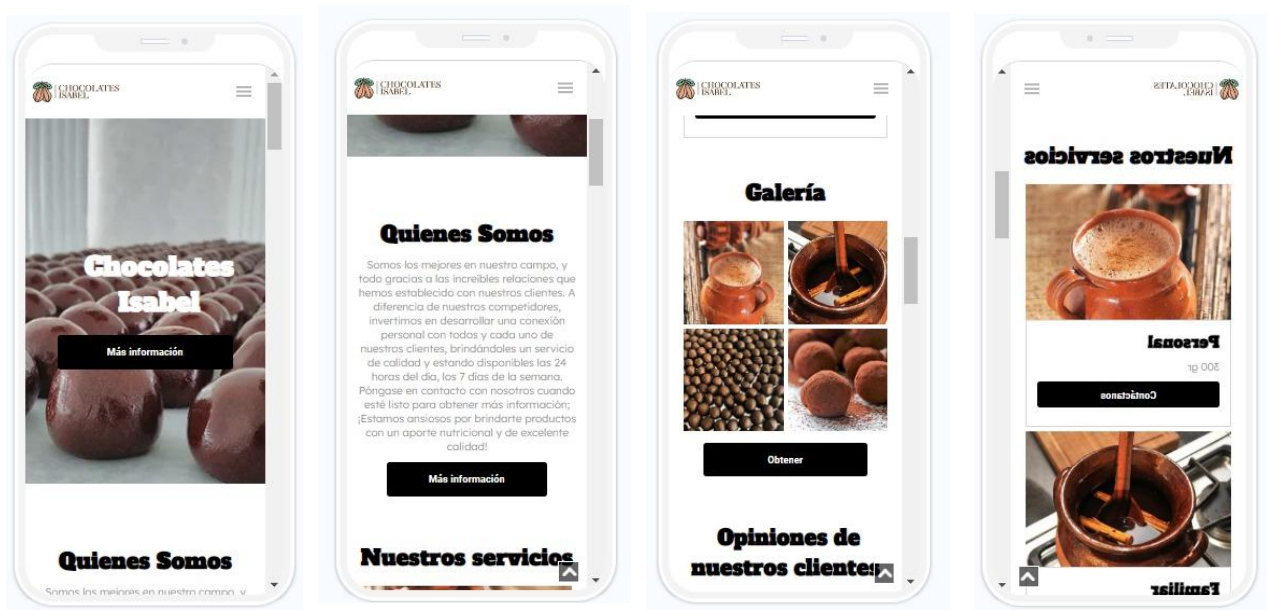
Nota. Página web Chocolates Isabel Galería. [Imagen], Galería página web para la empresa Chocolates Isabel, 2022

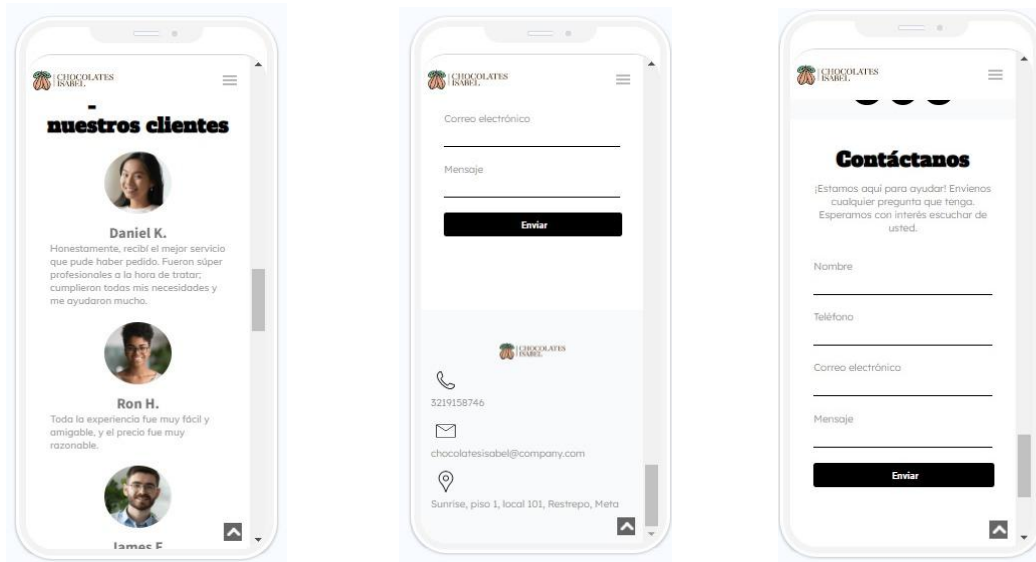
Figura 10. Contáctanos



Nota. Página web Chocolates Isabel Contáctenos. [Imagen], Contáctenos página web para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 11. Página web (Vista celular)





Nota. Página web Chocolates Isabel (vista celular). [Imagen], Página web (Vista celular) para la empresa Chocolates Isabel, 2022

4.5.2 Plaza

Nuestro local de comercialización tendrá como principal punto de venta un sector de una alta congruencia comercial del municipio de Restrepo, esto para acaparar un mayor número de personas, será un espacio agradable adecuado con una visibilidad apropiada en donde utilizaremos vitrinas para exhibir los productos.

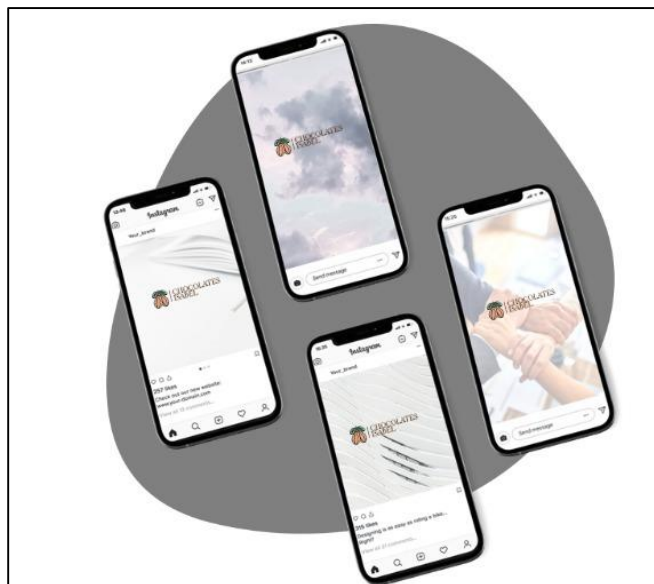
Figura 12. Plaza



Nota. Local Chocolates Isabel. [Imagen], Render de la plaza para la empresa Chocolates Isabel, 2022

4.5.3 Redes sociales

Figura 13. Redes sociales



Nota. Redes sociales Chocolates Isabel [Imagen], Diseño de redes sociales para la empresa Chocolates Isabel, 2022

4.6. Precio

La fijación del precio de venta y las presentaciones correspondientes serán los siguientes:

Tabla 8. Precio

Presentación	Precio de venta
Chocolate en pastilla (300gr)	\$22.000,00
Chocolate en pastilla (500gr)	\$30.000,00

Nota. Precio [Tabla], Precio para la empresa Chocolates Isabel, 2022

El precio se estable y fundamenta a partir de las siguientes variables.

- **mercado objetivo**

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercado realizado se pudo notar que las personas están dispuestas a pagar un valor por una presentación de 300 gr entre \$5.000 a \$15.000 lo cual se evidencia en las respuestas recolectadas de las preguntas 11 y 12, después de este análisis tomamos estos valores como punto de partida para establecer nuestro precio de venta. Se obtuvieron resultados para la presentación de 500 gr. favorables para establecer nuestro precio de venta debido a que más de 223 de las personas encuestadas contestaron que pagarían un precio entre \$20.000 a \$30.000 lo cual se ajusta a los parámetros manejados.

- **según análisis financiero**

Se pudo determinar el costo de fabricación del producto al conseguir este también se pudo determinar el precio mínimo de \$13.360, a partir de este valor se logró determinar un porcentaje de ganancia para que el precio cumpliera tanto nuestros parámetros como el margen de precio que se recolecto en la encuesta realizada, este mismo proceso se realizó con el producto en presentación de 500 gr.

4.7. Promoción

Para tener una estrategia de promoción efectiva se utilizará diferentes herramientas y medios de comunicación que nos permitan obtener una mayor cobertura, entre los métodos utilizados contamos con la creación de una página web acerca de la empresa con características claves como precios, productos y beneficios. La creación de esta página web se complementará por medio de la creación de cuentas en diferentes redes sociales para obtener un mayor alcance consigo se creará una estrategia de marketing digital para lograr crear una comunidad alrededor de nuestra marca.

Por otro lado, para potencializar los puntos de venta físicos se establece como prioridad dar a conocer y posicionar el punto, esto se realizará desde la apertura ya que cada cierto periodo de

tiempo se ofrecerán degustaciones para que los clientes conozcan y prueben la marca, todo esto se realiza a fin de crear estrategias de fidelización.

4.8. Pronóstico de la demanda

Para estimar la determinación y pronóstico de la demanda se usó como base los datos obtenidos en la encuesta realizada en el municipio de Restrepo, así mismo, se analizó el número de tiendas orgánicas que podría llegar a distribuir productos similares a Chocolates Isabel, pero al momento de indagar sobre estas, se evidencia que hasta la fecha no existe ninguna tienda con estas características además de que ninguna tienda se comercializan productos como con base en la chucula, aunque, si se tienen competidores como se evidencio anteriormente pero no presentes en el mismo municipio.

Como se mencionó anteriormente se diseñó una encuesta que nos pudiera ayudar a reconocer los datos clave para conocer la viabilidad y aceptación de nuestro producto junto con esto se usaron diferentes tipos de herramientas para poder determinar desde nuestro tamaño de muestra hasta la estructuración del cuestionario para poder recolectar información de relevancia.

4.8.1 *Diseño del cuestionario*

El diseño del cuestionario para la encuesta realizada se basó en las falencias o falta de información presentadas a lo largo del documento por lo que esta herramienta nos ayuda a contestar dicha desinformación, se realizó un cuestionario dirigido al nicho de mercado objetivo, la encuesta fue diligenciada por medio de internet solicitando a las personas contestar diez preguntas claves para poder realizar una toma de decisiones respecto a la puesta en marcha de este producto.

A continuación, se especifica el contenido del cuestionario.

Cuestionario

1. ¿El chocolate es primordial en las compras de primera necesidad al momento de realizar la compra de su mercado?

- a. Si
- b. No

2. ¿Cuántas libras de chocolate compra por mes?

- a) 0
- b) De 1 a 3
- c) De 3 a 6
- d) Más de 7

3. ¿Con qué frecuencia consume chocolate de mesa?

- a) Nunca
- b) Una vez al mes
- c) de 1 a 3 veces por semana
- d) Diariamente

4. ¿Tiene alguna marca preferida de chocolate de mesa al momento de realizar una compra?

- a) Si.
- b) No.
- c) Me es indiferente.

5. ¿Por prescripción médica está prohibido o limitado el consumo de chocolate?

- a) Si.
- b) No.

6. ¿Le gustaría que el mercado le brindara un chocolate elaborado con productos 100% naturales y endulzados con Stevia?

- a) Si.
- b) No.

7. ¿Cree necesario no consumir o limitar su consumo de chocolate para cuidar su salud?

- a) Si.
- b) No.

8. Prefiere chocolate endulzado:

- a) con Stevia
- b) con azúcar
- c) sin ningún tipo de endulzante

9. Prefiere un chocolate producido de manera:

- a) Industrial
- b) Artesanal

10. Si el chocolate del mercado aporta al sostenimiento ambiental por medio de empaque biodegradable y uso de energías limpias, usted:

- a) Lo prefiere, por encima del usual.
- b) Le es indiferente.

11. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un producto de chocolates Isabel de 300gr sabiendo que este se caracteriza por ser amigable con el medio ambiente, con materia prima de alta calidad y saludable?

- a.) desde \$5.000 hasta \$15.000
- b.) desde \$15.000 hasta \$25.000
- c.) desde \$25.000 hasta \$35.000

12. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un producto de chocolates Isabel de 500gr sabiendo que este se caracteriza por ser amigable con el medio ambiente, con materia prima de alta calidad y saludable?

- a.) desde \$15.000 hasta \$25.000
- b.) desde \$25.000 hasta \$35.000
- c.) desde \$35.000 hasta \$45.000

4.8.2 *Tamaño de muestra*

Teniendo en cuenta la definición del mercado objetivo se procedió a determinar qué número de personas como mínimo tendrían que contestar el cuestionario para que este en verdad mostrará el comportamiento del mercado, es así, que utilizamos herramientas estadísticas para determinar dicha población.

Es de resaltar que la población de Restrepo, Meta hasta el año 2018 fue de 17610 personas, sin embargo, al no contar con un censo más reciente y conociendo del crecimiento exponencial del municipio en los últimos años se decidió tener como tamaño de población de 19000 habitantes, para este caso puntual no se realizó ningún tipo de excepción en edad, sexo y estrato socioeconómico, esto debido a que se requiere una recolección de datos que nos brinde suficiente información sobre el comportamiento del mercado, ya que, por la falta de competidores en el municipio no se cuenta con ningún tipo de antecedente.

Al tener una población cuantificable podemos hablar de una población finita por lo cual podemos determinar el tamaño de la muestra con la siguiente ecuación.

Ecuación 1. Tamaño de la muestra.

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población objetivo

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

P= probabilidad de error (0.5)

Z= probabilidad normal con un nivel de confianza del 95%.

q= probabilidad de éxito (0,5)

Cálculo de la ecuación

$$n = \frac{(851689)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(851689 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

Nota. Ecuación de tamaño de muestra [Ecuación], Ecuación de tamaño para la empresa Chocolates Isabel, 2022, tomado de investigacionpediahr (investigacionpediahr s.f.)

Como resultado se obtuvo que para manejar una información relevante para el estudio de mercado es necesario realizar 378 encuestas.

4.8.3 Resultados de la encuesta

- **Análisis de resultados**

A partir de los siguientes resultados se puede realizar un análisis para determinar los factores claves para evaluar la viabilidad de la empresa Chocolates Isabel en el municipio de Restrepo, Meta.

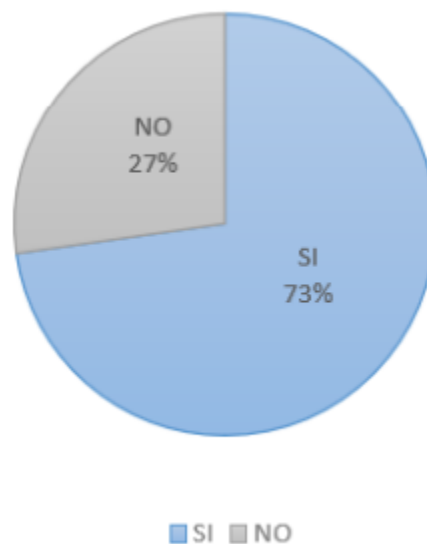
1. ¿El chocolate es primordial en las compras de primera necesidad al momento de realizar la compra de su mercado?

Tabla 9. Pregunta 1

Opciones	numero de respuestas
SI	275
NO	103

Nota. Pregunta 1 del cuestionario [Tabla], Pregunta 1 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022, Ramírez, Sutachan.

Figura 14. Pregunta 1



Nota. Pregunta 1 del cuestionario [Imagen], Pregunta 1 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: Como se evidencia en la gráfica, más del 70% de los encuestados tienen al chocolate como primera necesidad a la hora de realizar la compra de la canasta familiar.

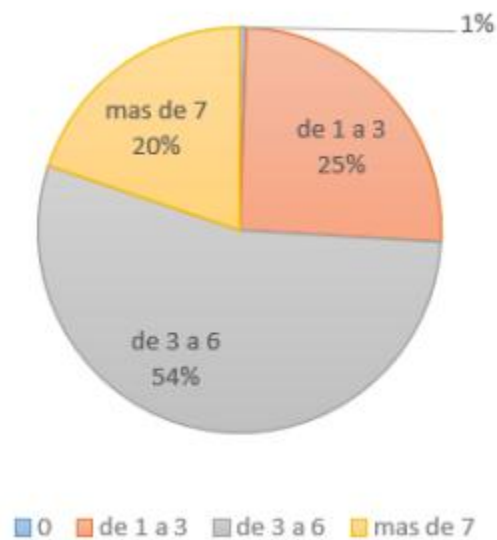
2. ¿Cuántas libras de chocolate compra por mes?

Tabla 10. Pregunta 2

Opciones	numero de respuestas
0	2
de 1 a 3	96
de 3 a 6	205
más de 7	75

Nota. Pregunta 2 del cuestionario [Tabla], Pregunta 2 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 15.Pregunta 2



Nota. Pregunta 2 del cuestionario [Imagen], Pregunta 2 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: Al obtener los anteriores resultados evidenciamos que solo el 1% de la población encuestada no compra chocolate al mes, no obstante, más del 50% realizan compras por más de 3 libras al mes.

3. ¿Con qué frecuencia consume chocolate de mesa?

Tabla 11. Pregunta 3

Opciones	numero de respuestas
nunca	1
una vez al mes	1
1 a 3 veces por semana	256
diariamente	120

Nota. Pregunta 3 del cuestionario [Tabla], Pregunta 3 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 16.Pregunta 3



Nota. Pregunta 3 del cuestionario [Imagen], Pregunta 3 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: En este caso se evidencia que más del 99% de la población consumen al menos una tasa de chocolate al día, mientras que solo dos personas no tienen consumo del mismo o solo una tasa por mes.

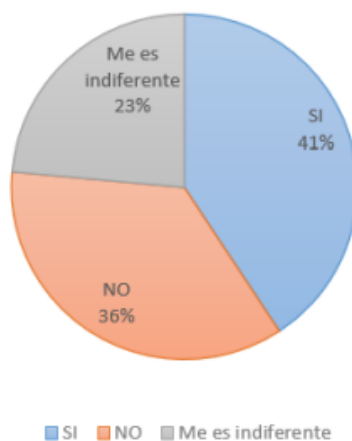
4. ¿Tiene alguna marca preferida de chocolate de mesa al momento de realizar una compra?

Tabla 12. Pregunta 4

Opciones	numero de respuestas
SI	154
NO	135
Me es indiferente	89

Nota. Pregunta 4 del cuestionario [Tabla], Pregunta 4 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 17. Pregunta 4



Nota. Pregunta 4 del cuestionario [Imagen], Pregunta 4 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: En el resultado de esta de pregunta encontramos más variedad respecto a la preferencia de productos en el mercado, aunque cerca del 60% del mercado no tiene un producto predilecto o simplemente le es indiferente.

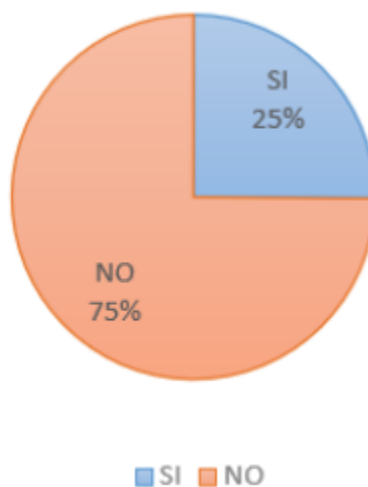
5. ¿Por prescripción médica está prohibido o limitado el consumo de chocolate?

Tabla 13. Pregunta 5

Opciones	numero de respuestas
SI	95
NO	283

Nota. Pregunta 5 del cuestionario [Tabla], Pregunta 5 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 18. Pregunta 5



Nota. Pregunta 5 del cuestionario [Imagen], Pregunta 5 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: Una cuarta parte de la población encuestada presenta algún tipo de condición médica que prohíba el consumo de Chocolate.

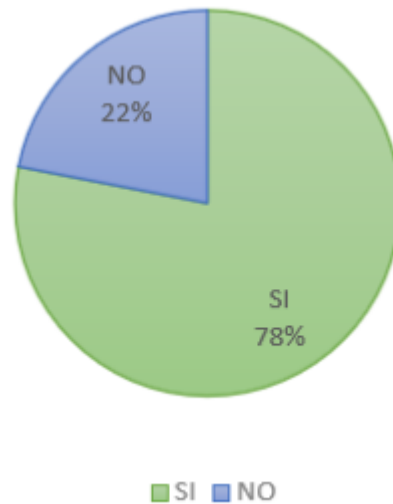
6. ¿Le gustaría que el mercado le brindara un chocolate elaborado con productos 100% naturales y endulzados con Stevia?

Tabla 14. Pregunta 6

Opciones	numero de respuestas
SI	295
NO	83

Nota. Pregunta 6 del cuestionario [Tabla], Pregunta 6 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 19. Pregunta 6



Nota. Pregunta 6 del cuestionario [Imagen], Pregunta 6 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: la demanda de un producto con características antes mencionadas es cercana al 80% de la población encuestada.

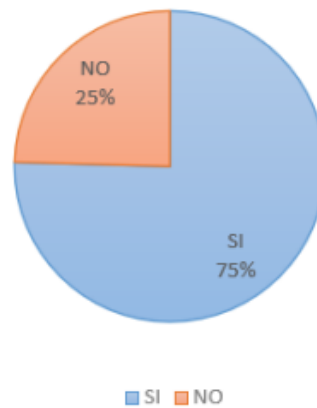
7. ¿Cree necesario no consumir o limitar su consumo de chocolate para cuidar su salud?

Tabla 15. Pregunta 7

Opciones	numero de respuestas
SI	264
NO	86

Nota. Pregunta 7 del cuestionario [Tabla], Pregunta 7 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 20. Pregunta 7



Nota. Pregunta 7 del cuestionario [Imagen], Pregunta 7 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: en este apartado podemos patentizar que la gran parte de la población cree necesario no consumir o limitar el consumo de chocolate para preservar su salud debido a que los chocolates de gran comercialización cuentan con características que afectan en gran medida nuestra salud.

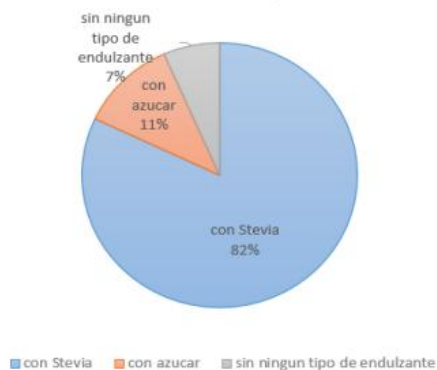
8. ¿Prefiere chocolate endulzado?:

Tabla 16. Pregunta 8

Opciones	numero de respuestas
con estevia	310
con azúcar	43
sin ningún tipo de endulzante	25

Nota. Pregunta 8 del cuestionario [Tabla], Pregunta 8 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 21. Pregunta 8



Nota. Pregunta 8 del cuestionario [Imagen], Pregunta del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: la población encuestada manifestó en su gran mayoría que prefieren que el chocolate se endulzara con estevia gracias a que este es de origen natural y no afecta su salud.

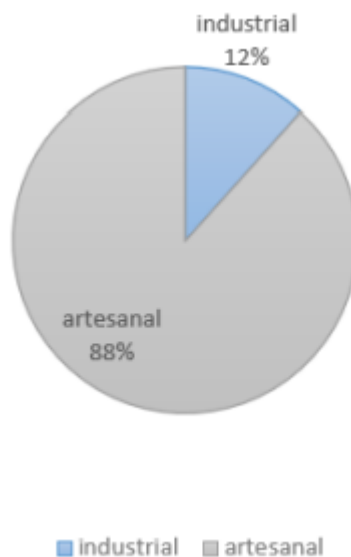
9. Prefiere un chocolate producido de manera:

Tabla 17. Pregunta 9

Opciones	numero de respuestas
industrial	44
artesanal	334

Nota. Pregunta 9 del cuestionario [Tabla], Pregunta 9 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 22. Pregunta 9



Nota. Pregunta 9 del cuestionario [Imagen], Pregunta 9 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: este informe de respuestas evidencia la gran preferencia por chocolates producidos de manera artesanal.

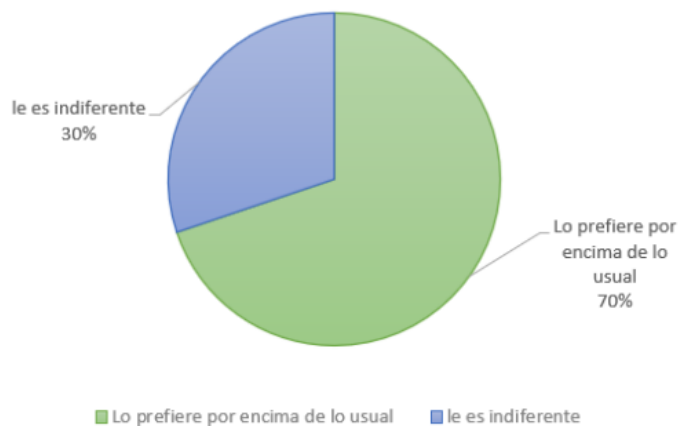
10. Si el chocolate del mercado aporta al sostenimiento ambiental por medio de empaque biodegradables y uso de energías limpias, usted:

Tabla 18. Pregunta 10

Opciones	numero de respuestas
Lo prefiere por encima de lo usual	264
le es indiferente	114

Nota. Pregunta 10 del cuestionario [Tabla], Pregunta 10 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 23. Pregunta 10



Nota. Pregunta 10 del cuestionario [Imagen], Pregunta 10 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

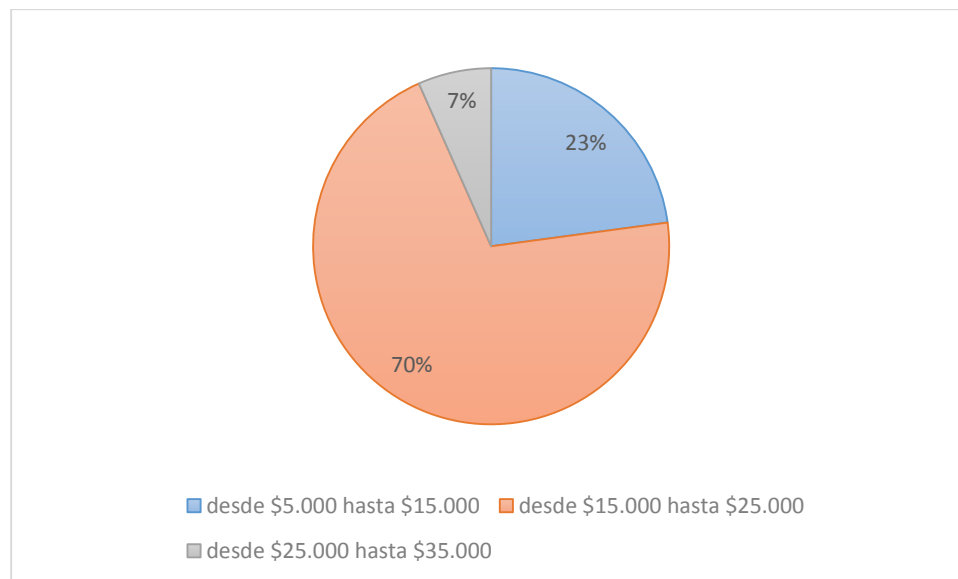
Análisis: Tres de cada cinco personas preferirían un chocolate que cuente con características en su producto que realicen un aporte al medio ambiente.

11. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un producto de chocolates Isabel de 300gr sabiendo que este se caracteriza por ser amigable con el medio ambiente, con materia prima de alta calidad y saludable?

Tabla 19. Pregunta 11

Opciones	Numero de respuestas
desde \$5.000 hasta \$15.000	86
desde \$15.000 hasta \$25.000	265
desde \$25.000 hasta \$35.000	25

Nota. Pregunta 11 del cuestionario [Tabla], Pregunta 11 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 24.. Pregunta 11

Nota. Pregunta 11 del cuestionario [Imagen], Pregunta 11 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: Para poder realizar la determinación de nuestros precios es de vital importancia conocer que rango de precios que estarían dispuestos a pagar nuestros clientes potenciales, en este caso se evidencia que más de 265 personas estarían dispuestos a cancelar un valor entre \$ 15.000 a \$25.000.

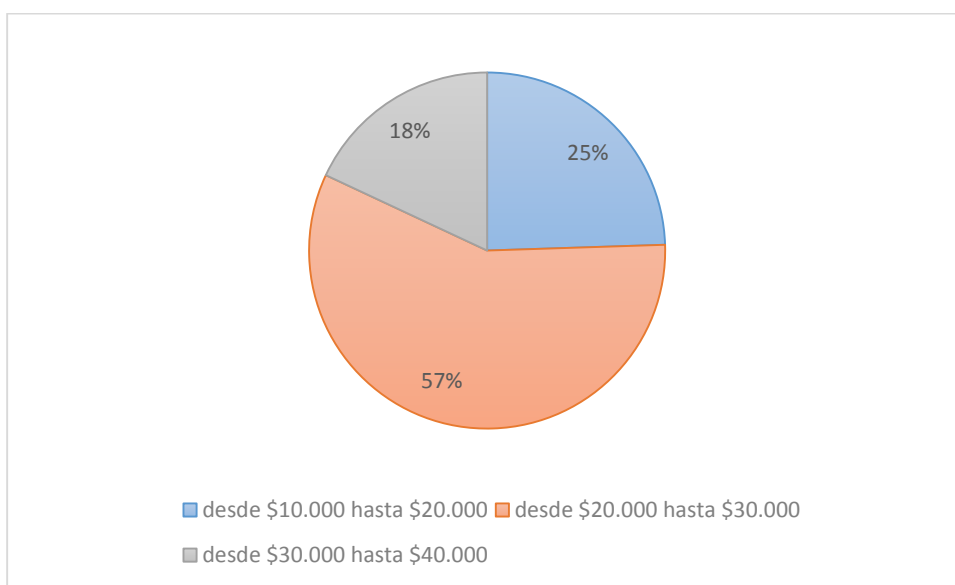
12. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un producto de chocolates Isabel de 300gr sabiendo que este se caracteriza por ser amigable con el medio ambiente, con materia prima de alta calidad y saludable?

Tabla 20. Pregunta 12

Opciones	Numero de respuestas
desde \$10.000 hasta \$20.000	95
desde \$20.000 hasta \$30.000	223
desde \$30.000 hasta \$40.000	70

Nota. Pregunta 12 del cuestionario [Tabla], Pregunta 12 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 25. Pregunta 12



Nota. Pregunta 12 del cuestionario [Imagen], Pregunta 12 del cuestionario para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Análisis: En este caso en específico para la venta de nuestros productos de la presentación de 500 gr el 75 % de los encuestados pagarían entre \$20.000 a \$40.000.

4.8.4 Conclusión del estudio de mercado

Al concluir el uso de esta herramienta de recolección de datos se puede evidenciar que el 73% de los encuestados adquieren chocolate como elemento clave en sus compras de la canasta familiar este resultado en correlación con el resultado de frecuencia de consumo el cual nos demuestra que el 99% de la población consume al menos una taza de chocolate a la semana. Es allí donde podemos demostrar que si existe un gran mercado que pueden ser potenciales clientes, complementando esto la mayor parte de nuestro mercado objetivo prefiere un chocolate endulzado con Stevia junto con esto el 78% menciona preferir un chocolate con materia prima 100% natural, es así que considerando que el 88% de la población prefieren un producto elaborado artesanalmente y junto con ello el 70% desean apoyar el cuidado del medio ambiente con procesos menos contaminantes que los tradicionales.

5. Alcance o delimitación

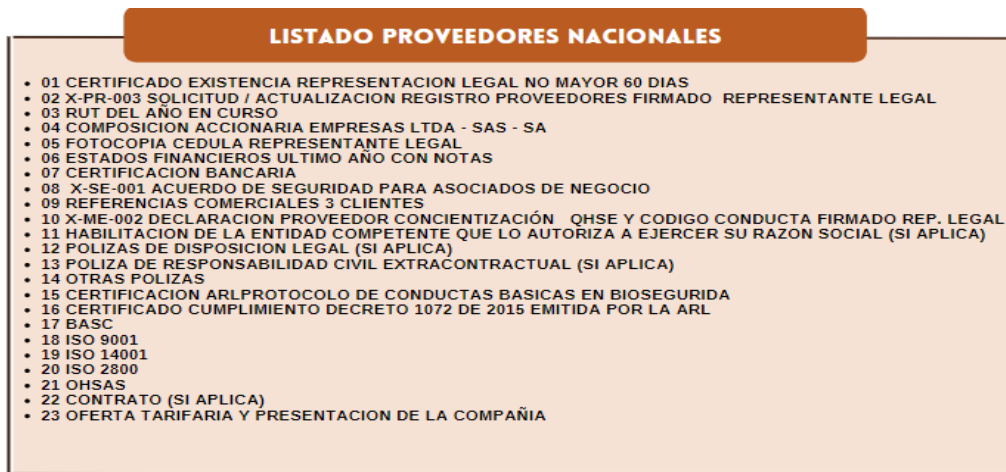
En una primera instancia se plantea generar la distribución del producto en el municipio de Restrepo, una vez se haya posicionado el producto en el municipio se ampliará la distribución a la ciudad de Villavicencio en una primera instancia y pueblos del municipio del Meta aledaños a la ciudad de Villavicencio tales como Cumaral, Medina, Párate bueno, Acacias Puerto López y Puerto Gaitán, posteriormente si el crecimiento del mercado posee un gran crecimiento y acogida por los clientes y consumidores se distribuirá a nivel nacional para finalmente poder posicionarse como distribuidora de chocolate a nivel internacional.

6. Estudio técnico

6.1. Análisis de proveeduría

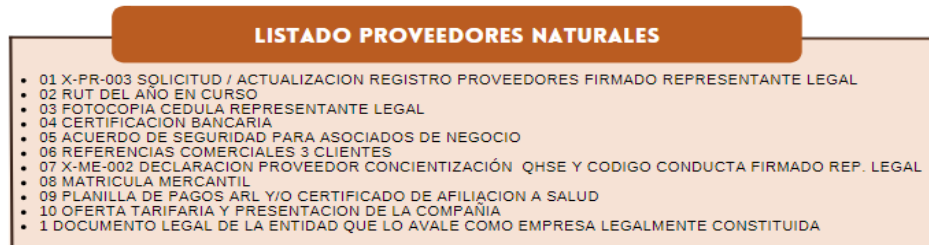
Se ejecuta un análisis de los diferentes proveedores a fin de establecer no solamente si los precios eran acordes o beneficiosos para el proceso de producción si no que a su vez cumplan con la normativa legal para lo cual se hizo el siguiente análisis de documento.

Figura 26. Lista proveedores nacionales

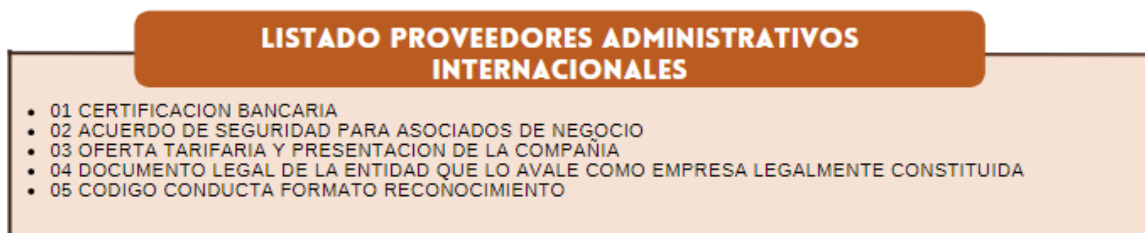


Nota. Lista proveedores nacionales [Imagen], Lista proveedores nacionales para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 27. Listado proveedores naturales



Nota. Listado proveedores naturales [Imagen], Listado proveedores naturales para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 28.Listado proveedores administrativos internacionales

Nota. Listado proveedores administrativos internacionales [Imagen], Listado proveedores administrativos internacionales para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Debido a que para poder ejecutar una alianza o contrato directo con los proveedores de debe de solicitar documentación legal y financiera como se denota en la parte superior y hasta el momento se situaría en el estado de planeación se ejecutó un análisis superficial en donde se revisó.

- Lista Clinton
- RUT
- Código de QHSE
- Oferta tarifaria

En donde a partir de la información evaluada se optó por la compra de las siguientes máquinas con los siguientes proveedores, cabe resaltar que se ejecutará un análisis por completo de los proveedores cuando la empresa esté totalmente constituida a fin de evitar problemas legales o financieros.

6.2. Estudio de requerimientos de maquinaria, equipos y tecnología.

Figura 29. Horno tostador

Horno tostador de cacao ROASTY



Especificaciones

Modelo	Capacidad de producción	Tiempo por batch
Roasty 20	20 Kg/batch	20-40 min
Potencia	Peso	Dimensiones mm
0.75 kW	150 Kg	910x520x1550

Nota. Horno tostador [Imagen], Horno tostador, requerimiento de maquinaria para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 30. Airado

Molino primario de cacao MINIREX



Especificaciones

Modelo	Capacidad de producción	Finura μ
MINIREX	50 Kg/h	100-150
Potencia	Peso	Dimensiones mm
1.5 kW	65 Kg	720x390x620

Nota. Airado [Imagen], Airado, requerimiento de maquinaria para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 31.Máquina de descascarillado

Descascarilladora de cacao WINDCRAKER



Especificaciones

Modelo	Capacidad	Tasa de descascarillado
WINDCRAKER 50	50-100 Kg/h	98.5%
Potencia	Peso	Dimensiones mm
3 kW	125 Kg	1570x670x1530

Nota. Máquina de descascarillado [Imagen], Máquina de descascarillado requerimiento de maquinaria para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 32.Molino

Prensa para Mantequilla de Cacao

CREAMY 35



Especificaciones

Modelo	Capacidad por batch	Tiempo por batch
CREAMY 35	20 Kg/batch	12-20 min
Potencia	Peso	Dimensiones mm
2.2 Kw	850 Kg	870x780x1350

Nota. Molino [Imagen], Molino, requerimiento de maquinaria para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 33.Máquina de prensado

Refinador Conchador MONTY 1000



Especificaciones

Modelo	Capacidad por batch	Tiempo por batch
MONTY 1000	10 Kg/ batch	12-20 min
Potencia	Peso	Dimensiones mm
22 Kw	850 Kg	400x800x1000

Nota. Máquina de prensado [Imagen], Máquina de prensado, requerimiento de maquinaria para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 34. Moldeadora automática

Moldeadora Automática de Chocolate TRENDY 100



Especificaciones

Modelo	Capacidad por batch	Tiempo por batch
TRENDY 100	18 Kg/ batch	18-30 min
Potencia	Peso	Dimensiones mm
15 Kw	200Kg	4000x520x1500

Nota. Moldeadora automática [Imagen], Moldeadora automática, requerimiento de maquinaria para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Figura 35. Tanque térmico

Tanque Térmico para Chocolate CHOCOTANK



Especificaciones

Modelo	Capacidad	Potencia
CHOCOTANK 100	100 L	0.75 Kw
Peso		Dimensiones mm
150 Kg		700x1250

Nota Tanque térmico [Imagen], Tanque térmico para la empresa Chocolates Isabel, 2022

6.3. Descripción del proceso productivo o del servicio

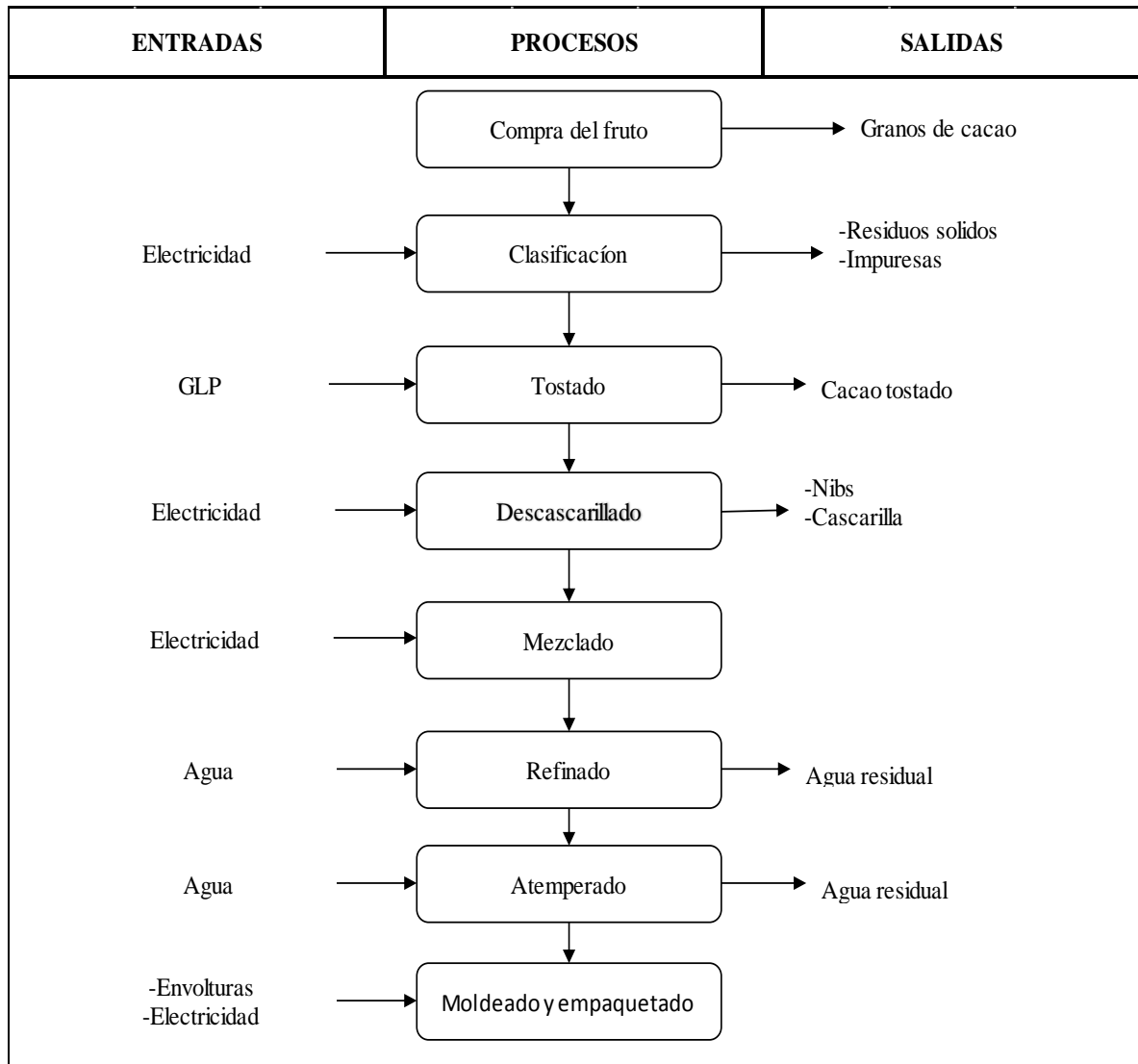
En primera instancia se genera la compra del cacao ya escurrido, fermentado y secado, es importante obtener las pepas de cacao que estén en un buen punto de secado y que sean de la mejor calidad. Posterior a esto la cascara que se encuentra adherida al grano se desprende debido al tostado, esto se lleva a cabo con máquinas como el triturador o el descascarillado, posteriormente el grano se deja enfriar. Las cascaras trituradas y el cacao son separados mediante tamices que cuentan con variados calibres, las cascaras trituradas que por su forma y menor peso son fácilmente arrastrados lejos del grano por una corriente de aire. El cacao ya triturado y libre de la cascara es llamada como Nibs.

Los Nibs de cacao seguidamente son llevados a 3 procesos que son el molido, el conchado y el refinado. El molido tiene como fin reducir el tamaño del grano a partículas, para luego ser transformados en pasta la cual se le llama licor de cacao, esto por resultado de calor que se emite por la fricción durante el procedimiento. En la etapa del refinado, las partículas de cacao son pulverizados. Paso siguiente es el conchado la es la etapa en donde se le da su característica de cremosidad y oxigenación exacta, a la vez que se le extrae la acidez que por naturaleza contiene el chocolate. En el proceso del atemperado, se le da el brillo al cacao.

Para terminar, se prosigue con el empaquetado y el moldeado, en donde se coloca la pasta en moldes de acero para luego seguir con el empaquetado y se colocada la pasta en fundas las cuales son especiales de productos alimenticios, posteriormente se almacena la pasta en un cuarto de baja temperatura para que así pueda lograr su consistencia para que por último sea almacenada en la bodega de productos terminados.

6.4. Diagrama del proceso

Figura 36. Diagrama del proceso



Nota Diagrama del proceso [Tabla], Diagrama del proceso para la empresa Chocolates Isabel, 2022

6.4.1 Cursograma analítico del tostado

Tabla 21. Cursograma analítico del tostado

Formato cursograma analítico						Resumen	
Proceso	Producción de licor de cacao	Actividad	Tostado			Operación	○ 14
Lugar	Planta de producción	Empresa	Chocolates Isabel			Inspección	□ 2
Elaborado		Fecha				Espera	D 1
Operarios		Revisado				Transporte	⇨ 7
Distancia(m)		Hoja N°	1 de 1			Almacenamiento	▽ 0
Tiempo(min)		Operario	Material	Equipo	Total		24
Descripción		Cantidad	Tiempo	Distancia	Simbolo	Observaciones	
Vaciar bultos de cacao en el carro transportador					○ □ D ⇨ ▽		
Llevar carro transportador a los hornos					○ □ D ⇨ ▽		
Abrir compuertas de los hornos					○ □ D ⇨ ▽		
Cargar los hornos y cerrar compuerta de los hornos					○ □ D ⇨ ▽		
Desplazar al tablero de control 2					○ □ D ⇨ ▽		
Encender rotación de los hornos					○ □ D ⇨ ▽		
Desplazar al tablero de control 1					○ □ D ⇨ ▽		
Preparar hornos de acuerdo con la humedad del cacao					○ □ D ⇨ ▽		
Encender hornos y observar llama de los quemadores					○ □ D ⇨ ▽		
Tostar cacao					○ □ D ⇨ ▽		
Verificar temperatura y tiempo de tostión					○ □ D ⇨ ▽		
Realizar prueba de calidad de tostión					○ □ D ⇨ ▽		
Desplazar al tablero de control 1					○ □ D ⇨ ▽		
Apagar hornos					○ □ D ⇨ ▽		
Desplazar al tablero de control 2					○ □ D ⇨ ▽		
Encender sin fin transportador de cacao					○ □ D ⇨ ▽		
Encender aireador o enfriador de cacao					○ □ D ⇨ ▽		
Apagar rotación de los hornos					○ □ D ⇨ ▽		
Abrir compuerta de los hornos					○ □ D ⇨ ▽		
Encender rotación de los hornos					○ □ D ⇨ ▽		
Evacuar cacao a través del sin fin transportador					○ □ D ⇨ ▽		
Esparcir cacao en el alrededor					○ □ D ⇨ ▽		
Desplazar al tablero de control 2					○ □ D ⇨ ▽		
Apagar rotación de los hornos					○ □ D ⇨ ▽		

Nota Cursograma analítico del tostado [Tabla], Cursograma analítico del tostado para la empresa Chocolates Isabel, 2022

6.4.2 *Cursograma analítico del mezclado*

Tabla 22. Cursograma analítico del mezclado

Formato cursograma analítico						Resumen	
Proceso	Producción de chocolate	Actividad	Mezclado		Operación	○	7
Lugar	Planta de producción	Empresa	Chocolates Isabel		Inspección	□	4
Elaborado		Fecha			Espera	D	2
Operarios		Revisado			Transporte	⇨	3
Distancia(m)		Hoja N°	1 de 1		Almacenamiento	▽	0
Tiempo(min)		Operario	Material	Equipo	Total		16
Descripción		Cantidad	Tiempo	Distancia	Símbolo		Observaciones
Accionar bomba de licor					○ □ D ⇨ ▽		
Esperar llenado de la tolva de licor					○ □ D ⇨ ▽		
Transportar el endulzante a la mezcladora					○ □ D ⇨ ▽		
Abrir el endulzante					○ □ D ⇨ ▽		
Abrir llave de la tolva de licor					○ □ D ⇨ ▽		
Agregar el endulzante a la mezcladora					○ □ D ⇨ ▽		
Mezclado					○ □ D ⇨ ▽		
Verificar temperatura					○ □ D ⇨ ▽		
Dirigirse al tablero de control					○ □ D ⇨ ▽		
Accionar el sin fin					○ □ D ⇨ ▽		
Abrir compuerta de la mezcladora					○ □ D ⇨ ▽		
Esperar evacuación de la mezcla					○ □ D ⇨ ▽		
Cerrar compuerta de la mezcladora					○ □ D ⇨ ▽		
Verificar nivel de la mezcladora 2					○ □ D ⇨ ▽		
Dirigirse al tubo atemperador					○ □ D ⇨ ▽		
Verificar temperatura de la mezcla en el tubo atemperador					○ □ D ⇨ ▽		

Nota Cursograma analítico del mezclado [Tabla], Cursograma analítico del mezclado para la empresa Chocolates Isabel, 2022

6.4.3 Cursograma analítico del empaçado

Tabla 23. Cursograma analítico del empaçado

Formato cursograma analítico					Resumen	
Proceso	Producción de chocolate	Actividad	Empacado		Operación	5
Lugar	Planta de producción	Empresa	Chocolates Isabel		Inspección	1
Elaborado		Fecha			Espera	0
Operarios		Revisado			Transporte	2
Distancia(m)		Hoja N°	1 de 1		Almacenamiento	1
Tiempo(min)		Operario	Material	Equipo	Total	9
Descripción		Cantidad	Tiempo	Distancia	Simbolo	Observaciones
Colocar pastilla de chocolate en la banda						
Transportar pastilla de chocolate a la empacadora						
Empacar y fechar producto						
Verificar calidad del producto terminado						
Armar caja de carton corrugado						
Encartonar producto						
Aplicar pegamento y cerrar caja de cartón						
Transportar caja a zona de almacenamiento						
Almacenar producto termiando						

Nota Cursograma analítico del empaquetado [Tabla], Cursograma analítico del empaquetado para la empresa Chocolates Isabel, 2022

La intensidad que relaciona la producción de chocolates se podrá identificar en la tabla relacional de actividades. Con esto se logró identificar procesos de total importancia, los cuales se deben encontrar, por ejemplo: El templado-moldeado, moldeado-empaquetado y conchado-templado. En otro caso, es innecesario que se encuentren los servicios de desinfección con los procesos netamente de obtención del chocolate, como, por ejemplo: La molienda, conchado, templado, etc.

Es de suma importancia la información obtenida puesto que ayuda al diseño de planta, con el fin de buscar la mejor ubicación de las máquinas para su óptimo proceso.

6.5.3 Símbolos para el diagrama relacional

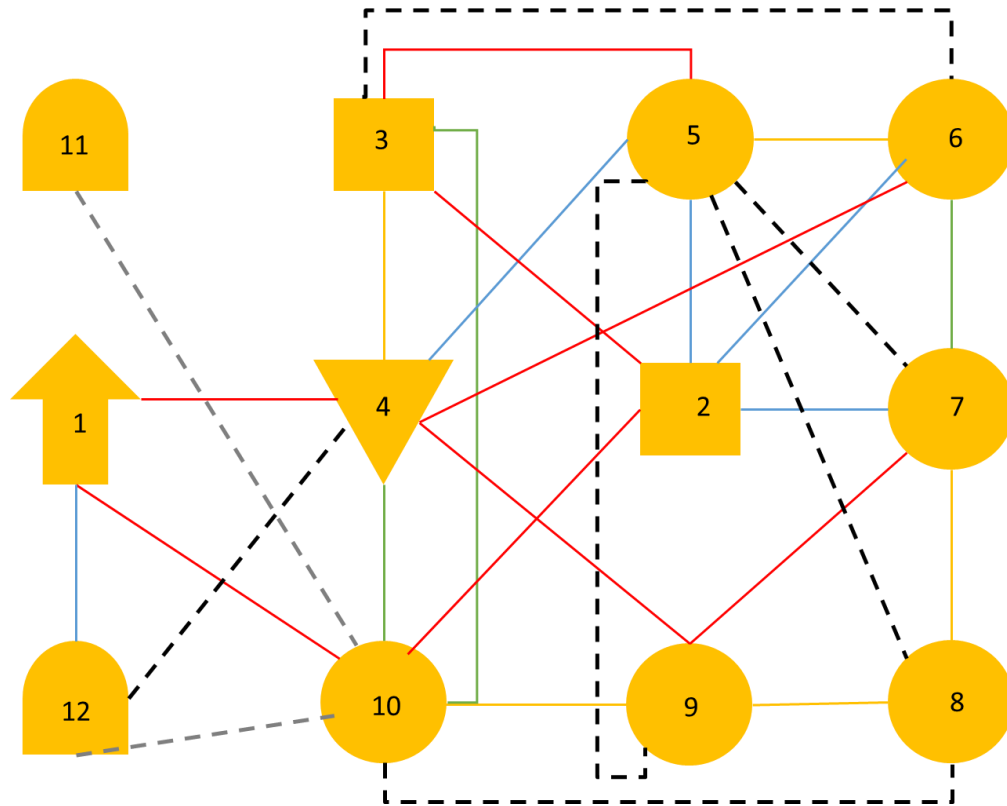
Tabla 26. Símbolos para el diagrama relacional

Acción	Signo
Operación	
Inspección	
Almacenamiento	
Transporte	
Administración	
Servicios	

Nota Análisis de planta relación de actividades [Tabla], análisis de planta relación de actividades para la empresa Chocolates Isabel, 2022

6.5.4 Diagrama relacional de las actividades

Figura 37. Diagrama relacional de las actividades



Nota Análisis de diagrama relacional de las actividades [Tabla], Análisis de diagrama relacional de las actividades para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Este diagrama nos permite observar en primera visión las divisiones de los procesos en la planta y a su vez se logra que las actividades que contienen un mayor recorrido de materiales estén en una mayor cercanía, lo cual nos permite disminuir tiempos y costes de transporte.

6.5.5 Determinación de dimensiones

Figura 38. Determinación de dimensiones

Areas	Ancho (m)	Largo (m)	Altura (m)	Area Total (m ²)	Ancho final	Largo final	Requerido de area m ²
Oficina	6	7	4	42	6,42	7,49	48,086
Registro de calidad	3	3	4	9	3,21	3,21	10,304
Recepción de materia prima	5	5	4	25	5,35	5,35	28,623
Almacenamiento de materia prima y producto terminado	5	5	4	25	5,35	5,35	28,623
Descascarillado	1,57	0,67	1,53	1,052	1,6799	0,7169	1,204
Tostado	0,91	0,52	1,55	0,4732	0,9737	0,5564	0,542
Molienda	0,72	0,39	0,62	0,2808	0,7704	0,4173	0,321
Prensado	0,87	0,78	1,35	0,6786	0,9309	0,8346	0,777
Conchado	0,4	0,8	1	0,32	0,428	0,856	0,366
Templado	0,45	0,9	1,25	0,405	0,4815	0,963	0,464
Moldeado	4	0,52	1,5	2,08	4,28	0,5564	2,381
Refrigeración	0,7	1,25	1,6	0,875	0,749	1,3375	1,002
Empaquetado	1	1,5	4	1,5	1,07	1,605	1,717
Desinfección(baños)	2	2	4	4	2,14	2,14	4,580
Desinfección(baños)2	2	2	4	4	2,14	2,14	4,580
						Total	133,569
							250

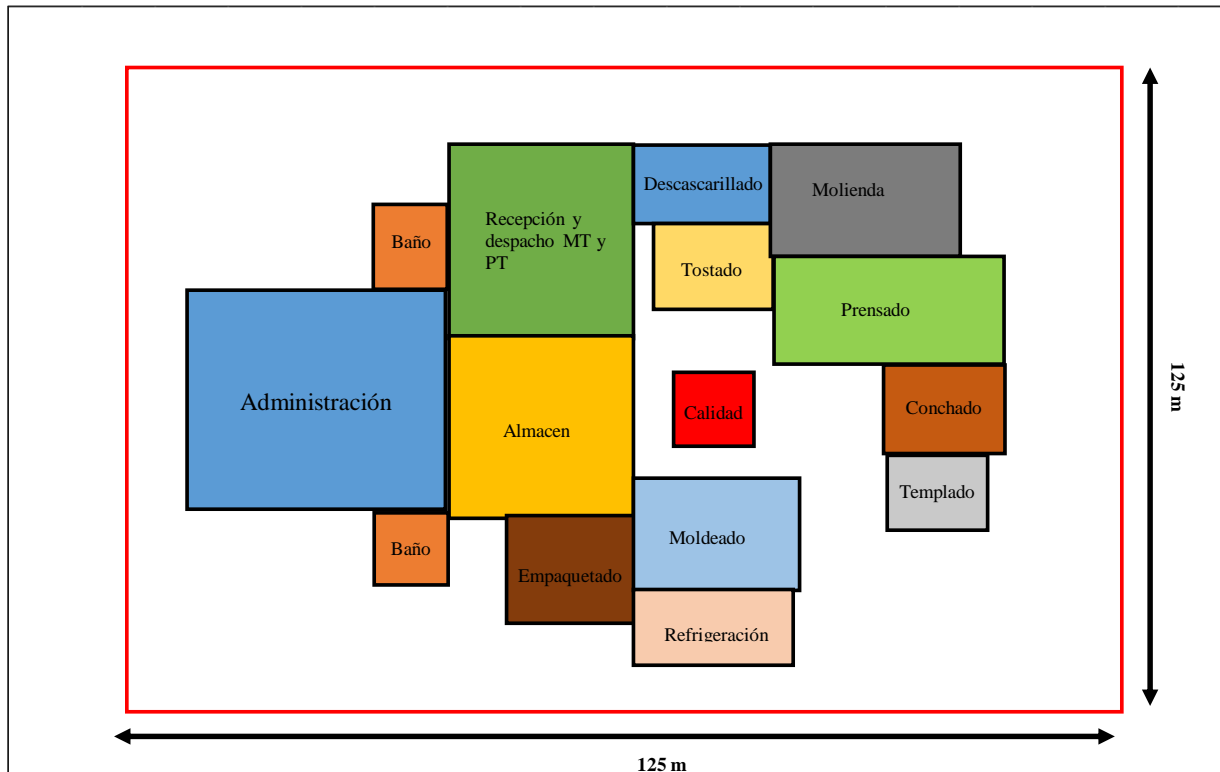
Nota Análisis de determinación de dimensiones [Tabla], Análisis de determinación de dimensiones para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Se consideró el tamaño de las máquinas para la construcción de las dimensiones de la planta. En este planteamos que era de suma importancia un espacio libre alrededor de las máquinas el cual se calculó con un 7% respecto a las medidas de estas, esto se hace para el libre movimiento de los empleados al momento de la manipulación de estas.

6.5.6 Distribución eventual de la planta

El análisis anterior permite presentar un diseño de planta el cual servirá para la producción de los chocolates de mesa en Chocolates Isabel.

Figura 39 Distribución de la Planta



Nota Distribución de la Planta [Imagen], Distribución de la Planta para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Se elaboró el gráfico a escala, tomando las dimensiones para cada cuarto (producción, administración, recepción, despacho y empaquetado) de la tabla de determinación de dimensiones. Esto nos dio como resultado unas medidas de la planta de 250 m²

7. Estudio organizacional

7.1. Estructura legal-jurídica

7.1.1 *Legislación respecto de la conformación de la empresa.*

Establecer el tipo de sociedad: La fábrica productora Chocolates Isabel será conformada por el régimen de sociedad de responsabilidad limitada, conforme la normatividad establecida en el Código de Comercio, artículos 353 a 372, por medio del cual se establece la responsabilidad de los socios en temas de capital social, sanciones, número de socios, razón social bajo la abreviatura "Ltda. Manejo de libros", etc.

7.1.2 *Legislación referente a la constitución de la empresa.*

Registro Mercantil:

- Previa revisión de registro del nombre “Chocolates Isabel” en la plataforma RUES (Registro Único Empresarial), se evidencia que, a la fecha de elaboración de este proyecto, no existe un establecimiento de comercio con el mismo nombre. (Artículo 11 de la Ley 590 de 2000).
- Seguidamente, se procede con la solicitud de registro ante la Cámara de Comercio de Villavicencio, seccional Restrepo Meta, por medio del formulario disponible para estos efectos en la sede de la entidad. (Artículo 19 Código de Comercio, artículo 11 Decreto 2153 de 1992 y artículo 10 Decreto 4886 de 2011)
- Asimismo, adelantar en conjunto el trámite de registro de Cámara de Comercio, como persona natural o jurídica. (Artículo 19 Código de Comercio)

7.1.3 Legislación referente al funcionamiento de la empresa.

- Registro industria y comercio: Solicitud ante a secretaria de Hacienda del municipio de Restrepo Meta, del formulario único nacional de declaración y pago de impuesto de industria y comercio.
- Certificado de uso de suelo: Luego de verificar que la actividad económica de la empresa se pueda desarrollar en el municipio de Restrepo conforme con lo establecido en el Plan de Ordenamiento Territorial y la reglamentación expedida por el municipio. Proceder a solicitar el respectivo certificado de Uso de suelo a la Oficina de Planeación.
- Impuesto avisos y tableros: En caso de ser necesario, la instalación de avisos, vallas, tableros y/o emblemas en el espacio público, se procederá a la solicitud de emisión de cobro por este impuesto complementario.
- Licencia de concepto sanitario: Previamente a la apertura de la fábrica se procederá a dar cumplimiento de las condiciones sanitarias establecidas en la Ley 9 de 1979, referente a las directrices generales sobre condiciones sanitarias de medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, de otro lado los fines específicos sobre condiciones sanitarias de alimentos (Titulo V Ley 9 de 1979), en el que se establecen las normas referentes a los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos. Asimismo, en tratándose de una fábrica de alimentos, se deben analizar y cumplir las condiciones sanitarias establecidos en la Resolución 2674 de 2013. Luego de cumplir con los requisitos sanitarios, acudir a la secretaria de Salud del municipio de Restrepo, con el fin que sea emitido el Concepto sanitario favorable.
- Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios: Solicitar ante el Cuerpo Oficial de Bomberos, con el fin de asegurar el cumplimiento de los temas de seguridad humana y sistemas de protección contra incendios al interior de la empresa.
- Seguridad laboral: Reglamento de higiene y seguridad industrial, Reglamento interno de funciones.

7.2. Planeación estratégica.

Dentro de la planeación estratégica quisimos realizar un diseño con la mayor cantidad de información que pudiéramos aportar, se evidencian desde nuestra misión y visión hasta nuestros valores corporativos, esto complementado con un análisis DOFA, el cual logro aportar gran cantidad de información para poder llegar a los objetivos por cumplir de parte de la empresa.

7.2.1 Misión

Diseñar y ofrecer productos que sean buenos para la salud, nutritivos, de buen sabor y sobre todo a un buen precio, además acercar a nuestros consumidores con la cultura colombiana ya que los productos de Chocolates Isabel se basan en recetas ancestrales, por último, aseguramos que nuestra huella de carbono disminuya continuamente gracias al diseño de nuestros productos y de la planta de producción.

7.2.2 Visión

Ser reconocidos por ofrecer productos de alta calidad y aun precio asequible, gracias a esto lograr establecer una demanda tanto dentro como fuera del país debido a que para el año 2026 se completara el proceso para poder comenzar con la exportación a diferentes países iniciando con Estados Unidos, y algunos países de Latinoamérica.

7.2.3 Política de calidad

El compromiso que adquirimos desde el inicio de producción es garantizar un producto que cumple con los más altos estándares, creando un producto integral debido a su calidad, precio y su ayuda con la protección al medio ambiente, todo lo hacemos bajo los siguientes principios:

- innovación
- compromiso con las normas de calidad

- productividad
- calidad en el trato con los clientes

7.2.4 Valores corporativos

Para garantizar nuestro mejor desempeño nos comprometemos que durante toda nuestra actividad productiva respetaremos los principios éticos y profesionales.

- **Transparencia:** Este principio implica ser claros con todo tipo de información tanto para nuestros clientes como para el personal que hace parte de la empresa.
- **Puntualidad en las entregas:** tomamos esto como uno de nuestros pilares ya que tenemos como compromiso cumplir con el calendario previsto para no implicar al cliente en algún tipo de complicación generando una mejor calidad en el servicio.
- **Excelencia:** Esta es más el camino que siempre recorreremos buscando la excelencia debido a que cumpliremos con el ciclo PHVA para tener siempre una mejora en nuestros productos.
- **Adaptabilidad:** Innovar constantemente es uno de nuestros pilares para adaptarnos rápidamente a cualquier cambio que se llegue a evidenciar en nuestro público objetivo.
- **Diligencia:** Esto será una característica en común entre todos nuestros colaboradores ya que siempre se trabajará en pro a que nuestro cliente viva una experiencia de compra que satisfaga sus necesidades.

7.2.5 *Análisis DOFA*

Por medio del uso de diferentes herramientas como el análisis DOFA tomamos mejores decisiones respecto al enfoque que se le debe dar a la empresa, así mismo, nos ofrece un diagnóstico real del trabajo realizado por la empresa, esta herramienta nos puede dar más información respecto a cómo estamos, como vamos, esto nos ayuda a evidenciar si el trabajo realizado ha obtenido algún efecto, todo esto nos ayuda a una mejor toma de decisiones.

- **Debilidades**

La capacidad de producción está ligada directamente con la capacidad de nuestro molino, sin embargo, dicha capacidad también depende del resto de las maquinas que participan en la línea de producción, por lo cual, tenemos que un aumento repentino en la demanda no la podremos satisfacer debido al alto costo de cambiar todas las maquinas.

Completar con todos los permisos y certificados para poder realizar la exportación de nuestro producto debido a que estos toman un largo periodo de tiempo y tienen estándares bastante rigurosos, por lo que para poder exportar tendremos que esperar un tiempo considerable.

- **Fortalezas**

La disposición de todos nuestros colaboradores para brindar un mejor producto y servicio día tras día, para complementar esto contamos con un poder de adaptación en el mercado gracias a nuestras continuas innovaciones tanto en el producto como en el proceso productivo.

Nuestros canales de suministro cumplen con altos estándares consiguiendo así un cumplimiento con la entrega de materia prima en el tiempo establecido, esto garantiza que nuestra producción no se verá afectada por agentes externos a la misma.

- **Amenaza**

Los competidores que llevan años en este segmento del mercado tienen un gran poder sobre el mercado, así mismo, el precio de nuestra materia prima varia contantemente por lo que en algún momento podría llegar a subir de manera tal que nos obligue a aumentar nuestros precios de venta.

- **Oportunidades**

En el segmento del mercado en el cual se va a participar no se cuenta con una oferta de productos con características similares al nuestro por lo que es un mercado sin explotar, la alta

calidad de materia prima generada en nuestro país hace que nuestros productos sean queridos no solo dentro del país.

Tenemos un gran potencial de crecimiento gracias a la naturaleza de nuestro producto esto gracias a que es un producto de consumo prácticamente diario en los hogares, gracias a esto contamos con una demanda constante a lo largo del año.

7.3. Objetivos estratégicos (para el corto y mediano plazo)

Los objetivos se establecieron a partir de un análisis de la información recolectada hasta el momento junto a una investigación acerca de las tendencias relacionadas a marketing digital, esta investigación nos ayudó a establecer estrategias para lograr un mejor desempeño. Para cumplir con las expectativas de la empresa se establecen los siguientes objetivos:

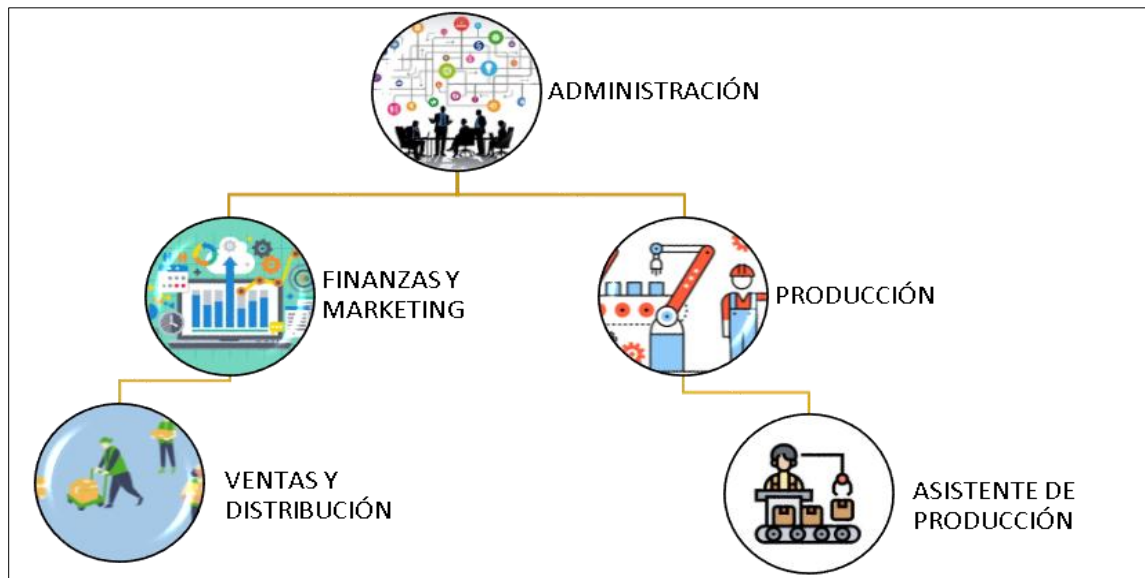
- Generar una comunidad virtual de potenciales clientes gracias a nuevas estrategias de marketing digital.
- Lograr por medio de todos nuestros productos una experiencia al consumidor sin dejar de lado un producto de alta calidad.
- Apegarnos a las tendencias de nuestro público objetivo para así mismo diseñar nuestras estrategias de publicidad.
- Constituir un equipo encargado de generar estrategias de fidelización.
- Estar a la vanguardia de tecnologías amigables con el medio ambiente para conseguir disminuir nuestra huella de carbono de manera constante.
- Generar estrategias de marketing digital para el público objetivo de países como Estados Unidos, España, Chile, entre otros.

7.4. Estructura orgánica y requerimientos de personal

A continuación, se presenta la estructura orgánica de la empresa Chocolates Isabel, en donde se puede denotar la jerarquía comenzando por la administración seguido de las personas de

finanzas, marketing y producción y por último de las de ventas, distribución y asistente de producción.

Figura 40. Estructura orgánica y requerimientos de personal



Nota Estructura orgánica y requerimientos de personal [Imagen], Estructura orgánica y requerimientos de personal para la empresa Chocolates Isabel, 2022

7.5. Manual de funciones

Tabla 27. Manual de funciones Administración.

ADMINISTRACIÓN		
DESCRIPCIÓN		
<p>Es la persona que actúa como representante legal de la empresa, es el principal responsable del éxito de la empresa, y por tanto la persona que asume el liderazgo y la administración de los recursos de la empresa para lograr los objetivos fijados por la misma.</p> <p>Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los productos y servicios que ofrece la empresa, maximizando el valor de la misma para los socios.</p>		
RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES		
<p>Administrar y gestionar los recursos de la empresa correctamente.</p> <p>Organizar, mantener y liderar a los empleados de forma eficiente y activa.</p> <p>Asigna las funciones a cada uno de los empleados.</p> <p>Coordinar la ejecución de estrategias de mercadeo.</p> <p>Seleccionar y capacitar a los empleados.</p> <p>Realizar actividades de motivación y resocialización.</p> <p>Fijar las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros establecidos.</p> <p>Ser responsable ante los socios, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás coordinadores funcionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa.</p> <p>Ser la imagen de la empresa en el ámbito externo, provee de contactos y relaciones empresariales.</p> <p>Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.</p> <p>Decidir cuando un nuevo producto ha de ingresar al mercado.</p> <p>Definir de la contratación y despido de personal. Resolver solicitudes de cambio de personal.</p> <p>Revisar y aprobar cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc.</p> <p>Desarrollar los mecanismos preventivos y correctivos de la empresa, así como los indicadores para medir el cumplimiento de los objetivos.</p> <p>Crear disposición dentro de los empleados para trabajar activamente.</p> <p>Crear un clima de apertura y un ambiente de confianza y respeto a la individualidad de las personas en el núcleo de trabajo.</p> <p>Controlar el desarrollo de las funciones de los empleados, tomando decisiones acorde al monitoreo.</p> <p>Solucionar problemas y superar los obstáculos que se presentan dentro de la empresa.</p> <p>Revisar y Aprobar los Informes.</p> <p>Informar a los socios sobre el estado y los logros de la empresa.</p>		
REQUISITOS DEL PERFIL		
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	<p>Conocimiento del sector alimenticio de mínimo 3 años.</p> <p>Experiencia de gerencia de mínimo 5 años.</p> <p>Persona con conocimientos en mercadeo y gestión humana.</p> <p>Capacidad de liderazgo.</p> <p>Especialista en desarrollo de estrategias y cierre de cuentas estratégicas.</p> <p>Dominio de Herramientas de Planificación.</p> <p>Estándares de Capacitación de la Empresa.</p> <p>Herramienta de análisis en general y técnicas estadísticas en particular.</p> <p>Sistemas de información y medios modernos de comunicación.</p> <p>Tener criterio propio y actitud ética.</p> <p>Ser inquisitivo y saber escuchar.</p> <p>Ser buen observador.</p> <p>Tener capacidad de comunicación y buena expresión oral y escrita.</p> <p>Tener visión a la vez que filosofía práctica.</p>	
	COMPETENCIAS	NIVEL REQUERIDO
	Conocimiento/Experiencia	Alto
	Comunicación	Alto
	Liderazgo	Muy alto
	Negociación	Alto
	Relaciones interpersonales	Alto
	Creatividad	Alto
	Organización	Muy alto
	Solución de conflictos	Alto
	Trabajo bajo presión	Alto
	Planeación	Alto

Nota Manual de funciones administración [Tabla], Información del manual de funciones administración para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Tabla 28. Finanzas y marketing

FINANZAS Y MARKETING		
DESCRIPCIÓN		
<p>Esta persona tiene varias áreas de trabajo a su cargo, en primer lugar se ocupa de la optimización del proceso administrativo, el manejo de inventario, y todo el proceso de administración y financiero de la organización.</p>		
RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES		
<p>Analizar los aspectos financieros de todas las decisiones. Ayudar a elaborar las decisiones específicas que se deban tomar y a elegir las fuentes y formas alternativas de fondos para financiar dichas inversiones. Analizar los flujos de efectivo producidos en la operación del negocio. Proyectar, obtener y utilizar fondos para financiar las operaciones de la organización y maximizar el valor de la misma. Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes. Crear disposición dentro de los empleados para trabajar activamente. Crear un clima de apertura y un ambiente de confianza y respeto a la individualidad de las personas en el núcleo de trabajo. Desarrollar estrategias de mercadeo para venta directa y online. Establecer metas y objetivos en ventas. Compensar, motivar y guiar las fuerzas de ventas. Delimitar el territorio, establecer las cuotas de ventas y definir los estándares de desempeño. Mantener informado a la Gerencia General acerca del desarrollo de las funciones. Optimizar los recursos humanos, financieros y materiales, por medio de la aplicación de las técnicas administrativas adecuadas a las circunstancias y a las necesidades de la empresa. Monitorear el cumplimiento de los objetivos de ventas. Capacitación del grupo humano, especialmente en mejora de técnicas de ventas.</p>		
REQUISITOS DEL PERFIL		
<p>CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES</p>	<p>Conocimiento del sector alimenticio de mínimo 3 años. Experiencia de gerencia de mínimo 5 años. Persona con conocimientos en mercadeo y gestión humana. Especialista en formación en el área comercial y técnicas de venta. Dominio de Herramientas de Planificación. Estándares de Capacitación de la Empresa. Herramienta de análisis en general y técnicas estadísticas en particular. Tener criterio propio y actitud ética. Ser inquisitivo y saber escuchar. Ser buen observador. Tener capacidad de comunicación y buena expresión oral y escrita. Tener visión a la vez que filosofía práctica. Poseer un carácter decidido y disposición al riesgo.</p>	
	COMPETENCIAS	NIVEL REQUERIDO
	Conocimiento/Experiencia	Alto
	Comunicación	Alto
	Liderazgo	Muy alto
	Negociación	Alto
	Relaciones interpersonales	Alto
	Creatividad	Alto
	Organización	Muy alto
	Solución de conflictos	Alto
	Trabajo bajo presión	Alto
	Planeación	Alto

Nota Manual de funciones finanzas y marketing [Tabla], Información del manual finanzas y marketing para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Tabla 29. Producción

PRODUCCIÓN		
DESCRIPCIÓN		
<p>Chef con conocimientos y gusto por esta especialidad, su objetivo es elaborar un producto de calidad oportunamente y a menor costo posible, con una inversión mínima de capital y con un máximo de satisfacción de sus empleados. La sección de producción en la empresa puede considerarse como el corazón de la misma, y si la actividad de esta sección se interrumpiese, toda la empresa dejaría de ser productiva.</p>		
RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES		
<p>Hacer la respectiva planeación y distribución de las instalaciones con la maquinaria. Solicitar y controlar el material del que se va a trabajar. Definir como se realizará la producción, como se llevará a cabo, como se ejecutará y cuanto tiempo tomará hacerla. Establecer los métodos y tiempos de trabajo para la elaboración de los productos. Realizar todo lo relacionado a la Ingeniería de Producción. Crear disposición dentro de los empleados para trabajar activamente. Crear un clima de apertura y un ambiente de confianza y respeto a la individualidad de las personas en el núcleo de trabajo. Dirigir de la mejor forma posible la elaboración de los productos, con el fin de cumplir con todos los estándares definidos dentro de la empresa.</p>		
REQUISITOS DEL PERFIL		
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	<p>Conocimiento del sector alimenticio de mínimo 3 años. Experiencia como Chef, mínimo de 1 año. Persona con conocimientos en mercadeo y gestión humana. Capacidad de liderazgo. Tener criterio propio y actitud ética. Ser inquisitivo y saber escuchar. Ser buen observador. Tener capacidad de comunicación y buena expresión oral y escrita. Tener visión a la vez que filosofía práctica. Poseer un carácter decidido y disposición al riesgo. Poseer capacidad de análisis.</p>	
	COMPETENCIAS	NIVEL REQUERIDO
	Conocimiento/Experiencia	Alto
	Comunicación	Alto
	Liderazgo	Muy alto
	Negociación	Alto
	Relaciones interpersonales	Alto
	Creatividad	Alto
	Organización	Muy alto
	Solución de conflictos	Alto
	Trabajo bajo presión	Alto
	Planeación	Alto

Nota Manual de funciones producción [Tabla], Información del manual producción para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Tabla 30. Ventas y distribución

VENTAS Y DISTRIBUCIÓN		
DESCRIPCIÓN		
<p>Personas encargadas del servicio al cliente y la distribución de pedidos; su objetivo es brindar al cliente un servicio satisfactorio tanto para el consumo en el local como para domicilio.</p>		
RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES		
<p>Atender al cliente, brindándole el mejor servicio y efectuando los pedidos. Conocer los productos ofertantes en la empresa, siempre estar al tanto de los productos en vitrina para reportar lo productos que se van agotando. Retroalimentar a los clientes sobre las bondades del productos comercializado. Despachar y distribuir los pedidos a tiempo según las indicaciones. Ampliar la cartera de clientes, a través de la prospección de nuevos clientes. Ser proactivo y dinámico, estar pendiente de los clientes. Mantener organizado el espacio de los productos.</p>		
REQUISITOS DEL PERFIL		
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	<p>Experiencia en el sector y el área, mínimo de 1 año. Persona con conocimientos en ventas y atención al cliente. Tener criterio propio y actitud ética. Ser inquisitivo y saber escuchar. Ser buen observador. Tener capacidad de comunicación y buena expresión oral y escrita. Tener visión a la vez que filosofía práctica. Poseer un carácter decidido y disposición al riesgo. Poseer capacidad de análisis, y trabajo en equipo.</p>	
	COMPETENCIAS	NIVEL REQUERIDO
	Conocimiento/Experiencia	Alto
	Comunicación	Alto
	Liderazgo	Muy alto
	Negociación	Alto
	Relaciones interpersonales	Alto
	Creatividad	Alto
	Organización	Muy alto
	Solución de conflictos	Alto
	Trabajo bajo presión	Alto
	Planeación	Alto

Nota Manual de funciones ventas y distribución [Tabla], Información del manual ventas y distribución para la empresa Chocolates Isabel, 2022

Tabla 31. Asistente de producción

ASISTENTE DE PRODUCCIÓN		
DESCRIPCIÓN		
<p>Persona encargada de colaborar en la elaboración de los productos, bajo las indicaciones del chef, con el objetivo de brindarle el apoyo suficiente para lograr el éxito de la producción.</p>		
RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES		
<p>Brindar soporte a la producción de chocolates. Apoyar al chef según las necesidades de cada proceso; asistir en la producción conjunta para lograr aumentar la rentabilidad del negocio. Llevar un control sobre la producción que se lleva a vitrina. Realizar el empaque de los productos adecuadamente, según las instrucciones del chef. Colaborar con las tareas de organización en el área.</p>		
REQUISITOS DEL PERFIL		
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	<p>Experiencia en el sector y el área, mínimo de 1 año. Persona con conocimientos en chocolatería artesanal. Tener criterio propio y actitud ética. Ser inquisitivo y saber escuchar. Ser buen observador. Tener capacidad de comunicación y buena expresión oral y escrita. Tener visión a la vez que filosofía práctica. Poseer un carácter decidido y disposición al riesgo. Poseer capacidad de análisis, y trabajo en equipo.</p>	
	COMPETENCIAS	NIVEL REQUERIDO
	Conocimiento/Experiencia	Alto
	Comunicación	Alto
	Liderazgo	Muy alto
	Negociación	Alto
	Relaciones interpersonales	Alto
	Creatividad	Alto
	Organización	Muy alto
	Solución de conflictos	Alto
	Trabajo bajo presión	Alto
	Planeación	Alto

Nota Manual de funciones asistente de producción [Tabla], Información del manual de asistente de producción para la empresa Chocolates Isabel, 2022

7.6. Análisis de costos y gastos administrativos.

Para poder llevar a cabo el inicio de producción se tienen costos y gastos los cuales se deben cubrir, por un lado, tenemos todos los gastos administrativos junto a los locativos, por otro lado, los costos de nómina y costos de producción, por último, se debe incluir el gasto en impuestos según la normatividad que nos cubra.

Desglosando a profundidad en estos gastos y costos se aclara que dentro de los gastos administrativos encontramos todo lo necesario para poder empezar con las actividades a nivel administrativo como gerencia, contador, entre otros. Cuando hablamos de gastos locativos se hace referencia a toda la inversión necesaria en adaptar el lugar de la planta para las actividades que se van a realizar en dicho lugar.

Para la puesta en marcha de la compañía debemos contar con un mínimo de material humano, por lo que se debe contar con ese costo de nómina por cada persona que este inmersa en el proceso productivo de la empresa y como en toda operación que se realice se debe tener en cuenta los gastos fijos o de producción los cuales pueden ser, el valor del alquiler, servicios públicos, entre otros.

8. Estudio financiero

8.1. Análisis de inversión

La metodología que se usó para determinar si nuestra propuesta de negocio es viable desde el punto de vista económico fue una herramienta brindada a lo largo de nuestra carrera profesional, esta recolecta toda la información que se ha recolectado para indicarnos todos los factores a tener en cuenta para realizar la inversión, cabe resaltar que la financiación del proyecto será un aporte igualitario entre mi compañero y yo, esto para no adquirir una deuda antes de que el proyecto de algunos resultados favorables.

8.1.1 Activos y pasivos

- **Activos**

Tabla 32. Activos

ACTIVOS	
Caja y Bancos	79.824.489
Cuentas por Cobrar	17.146.841
Total Activos Corrientes	96.971.330
Activos Fijos	66.857.667
Depreciación Acumulada	6.685.767
Total Activo Largo Plazo	60.171.900
Total Activos	157.143.230

Nota Activo [Tabla], Información de activos para la empresa Chocolates Isabel, 2022

- **Pasivos**

Tabla 33. Pasivos.

PASIVOS	
Cuentas por Pagar	6.292.649
Obligaciones Financieras	-
Otras Obligaciones	
Impuestos por pagar	29.373.038
Total Pasivos	35.665.686
Capital Inicial	67.185.836
aporte inicial	
Aporte bienes muebles	-4.000.000
Utilidad del Ejercicio	58.291.708
Patrimonio	121.477.544
Pasivo + Patrimonio	157.143.230

Nota Pasivo [Tabla], Información de pasivos para la empresa Chocolates Isabel, 2022

8.1.2 *Inversión inicial*

La inversión inicial como se comentó anteriormente se cubre sin necesidad de tomar financiamiento en alguna empresa bancaria, esto se realiza debido a que se minimizan los riesgos drásticamente ya que la empresa no se crearía bajo deudas por lo contrario las ganancias mejoradas serán reinvertidas.

- **Maquinaria y equipo**

Tabla 34. Maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo	Compra = 1	Valor
Horno tostador	1	\$3.800.000,00
Airado	1	\$8.500.000,00
Máquina de descascarillado	1	\$3.500.000,00
Molino	1	\$ 4.000.000,00
Máquina de prensado	1	\$ 3.500.000,00
refinador	1	\$ 3.100.000,00
moldeadora	1	\$ 1.500.000,00

Nota Maquinaria y equipo [Tabla], Información de la inversión inicial de maquinaria y equipo para la empresa Chocolates Isabel, 2022

- **Muebles, enseres y utensilios**

Tabla 35. Muebles, enseres y utensilios.

Muebles, Enseres y Utensilios	Compra = 1	Instalación
Portátil (2)	1	\$ 1.800.000,00
Impresora Canon (1)	1	\$ 800.000,00
Registradora	1	\$ 450.000,00
muebles	1	\$ 1.800.000,00
Escritorio (2)	1	\$ 1.000.000,00
Camilla de emergencia	1	\$ 616.000,00
Botiquín	1	\$ 50.000,00
Mesa de sala de junta	1	\$ 800.000,00
Silla de sala de juntas (4)	1	\$ 600.000,00
Teléfono (2)	1	\$ 300.000,00

Nota Muebles, enseres y utensilios [Tabla], Información de la inversión inicial de Muebles, enseres y utensilios para la empresa Chocolates Isabel, 2022

- **Adecuaciones**

Tabla 36. Adecuaciones

Adecuaciones	Instalación
Sistemas de Vigilancia	\$ 1.500.000,00
Arreglos locativos	\$ 15.000.000,00
Sistemas de alarmas	\$ 2.000.000,00
Identificación corporativa	\$ 600.000,00
Diseño Página Web	\$ 150.000,00
Mantenimiento página web y redes sociales	\$ 2.000.000,00

Nota Adecuaciones [Tabla], Información de la inversión inicial, adecuaciones para la empresa Chocolates Isabel, 2022

- **Total de inversión inicial**

Tabla 37. Total, de inversión inicial

Materia Prima y Mercancías	5.819.836
Bienes Aportados	-4.000.000
TOTAL INVERSIÓN	67.185.836

Nota Total de inversión inicial [Tabla], Información del total de inversión inicial para la empresa Chocolates Isabel, 2022

8.1.3 *Presupuesto de ingresos*

En este punto se incluyó toda la proyección que se realizó a lo largo de un año, en este se especifica lo vendido en cada mes para así poder evidenciar más claramente la información sobre los ingresos que se generaran.

Tabla 38. Presupuesto de ingresos

Ventas totales	Productos/servicios
\$ 20.962.591	mar-23
\$ 21.152.577	abr-23
\$ 21.342.564	may-23
\$ 21.532.550	jun-23
\$ 21.722.536	jul-23
\$ 21.912.523	ago-23
\$ 22.102.509	sep-23
\$ 22.292.495	oct-23
\$ 22.482.482	nov-23
\$ 22.672.468	dic-23
\$ 22.862.454	ene-24
\$ 23.052.440	feb-24

Nota Presupuesto de ingresos [Tabla], Información del presupuesto de ingresos para la empresa Chocolates Isabel, 2022

8.1.4 Precio de venta

Tabla 39. Precio de venta

Producto	Costo unitario	Factor	Precio mínimo	% de ganancia	Precio al publico
Chocolate 300 gr.	\$ 5.372	1,30	\$ 12.376	66%	\$ 20.543
Chocolate 500 gr.	\$ 7.800	1,30	\$ 17.969	50%	\$ 26.953

Nota Precio de venta [Tabla], Información del precio de venta para la empresa Chocolates Isabel, 2022

8.1.5 Estado de resultados

Tabla 40. Estado de resultados

ANUAL	
Ventas	264.090.189
Costos de Ventas	73.315.361
Utilidad Bruta	190.774.828
<i>Margen bruto</i>	<i>72,2%</i>
Gastos de	
Administración	25.300.000
Nómina	64.200.000
Depreciación	6.685.767
Gastos de Ventas	6.000.000
Utilidad Operacional	88.589.061
<i>Margen Operacional</i>	<i>33,5%</i>
Otros Egresos	0
Otros Ingresos	0
Utilidad Antes de Impuestos	88.589.061
impuestos	29.234.390
impuestos de industria y comercio	924.316
impuestos de avisos y tableros	138.647
Utilidad Neta	58.291.708
<i>Margen Neto</i>	<i>22,1%</i>

Nota Estado de resultados [Tabla], Información del estado de resultados para la empresa Chocolates Isabel, 2022

8.1.6 *Presupuesto de egresos.*

Chocolates Isabel busca ser reconocida como una empresa íntegra y que genera un cambio en la sociedad con la generación de un empleo digno, esto nos da un poco de desventaja en la primera etapa de nuestro crecimiento debido a que se realiza una gran inversión en nómina, sin embargo, al pasar un lapso estos costos disminuyen debido a que ya contara con operarios certificados.

8.1.7 *Nomina*

Tabla 41. Nomina

Fija	5.350.000
TOTAL	5.350.000
Prima	445.655
Cesantías	445.655
Interés Cesantías	4.457

Nota Nomina [Tabla], Información de la nómina para la empresa Chocolates Isabel, 2022

8.1.8 Gastos anuales**Tabla 42.** Gastos al año

	GASTO AL AÑO
Arriendo	\$ 16.000.000,00
Servicios	\$ 4.000.000,00
Aseo	\$ 800.000,00
Mantenimiento	\$ 1.500.000,00
Papelería y Útiles	\$ 500.000,00
Imprevistos	\$1.000.000,00
Transporte	\$1.500.000,00
Nómina	\$5.350.000,00

Nota Gastos anuales [Tabla], Información de los gastos anuales para la empresa Chocolates Isabel, 2022

8.1.9 Flujo de caja

Tabla 43. Flujo de caja

Ventas	246.943.349
Crédito	-
Total Ingresos	246.943.349
Egresos	
Operativos	67.495.526
Gastos de Administración	25.300.000
Gastos de Ventas	6.000.000
Nómina	57.907.351
Impuestos	924.316
Adecuaciones	7.950.001
Total Egresos	165.577.194
Disponible periodo	81.366.155
Caja Acumulada	81.366.155

Nota Flujo de caja [Tabla], Información del flujo de caja para la empresa Chocolates Isabel, 2022

8.1.10 Balance general

Tabla 44. Balance general

ACTIVOS	
Caja y Bancos	81.366.155
Total Activos Corrientes	98.512.996
Activos Fijos	63.466.002
Depreciación Acumulada	6.346.600
Total Activos	155.632.397
PASIVOS	
Cuentas por Pagar	6.292.649
Obligaciones Financieras	-
Otras Obligaciones	
Impuestos por pagar	29.484.962
Total Pasivos	35.777.611
Capital Inicial	65.335.837

Nota Balance general [Tabla], Información del balance general para la empresa Chocolates Isabel, 2022

9. Indicadores de desempeño

Para poder evaluar el desempeño de la compañía se utilizaron indicadores como la prueba de acidez o prueba de liquidez la cual nos brinda por medio de un resultado numérico si se realizó una buena gestión.

Tabla 45.Indicadores de desempeño

		RESULTADOS
REZONES DE LIQUIDEZ	PRUEBA ACIDA	2,75
REZONES DE ENDEUDAMIENTO	ENDEUDAMIENTO TOTAL	0,23
	RENTABILIDAD ACTIVO	0,38
RENTABILIDAD	RENTABILIDAD OPERACIONAL	0,34
	VAN	\$ 11.424.686,58
	TIR	24,54

Nota Indicadores de desempeño [Tabla], Información de indicadores de desempeño para la empresa Chocolates Isabel, 2022

9.1. Prueba acida

Como resultado obtuvimos un valor de 2,75 lo que indica que la empresa cuenta con los recursos necesarios para cubrir y responder por las deudas y pasivos adquiridos.

9.2. Endeudamiento total

La ratio del endeudamiento total es de 0.23 lo cual evidencia que la empresa no cuenta con ningún tipo de deuda, así como que se poseen recursos propios que aún pueden generar algún tipo de beneficio.

9.3. Rentabilidad del activo

La compañía maneja un índice de rentabilidad de 0,38 el cual se encuentra dentro del rango de una buena gestión de esta.

9.4. Rentabilidad operacional

Esta ratio expresa el porcentaje de utilidades generado después de cancelar los costos operacionales en este caso se sigue manejando dentro de los estándares que demuestran una buena administración.

9.5. TIR

Este porcentaje demuestra los ingresos generados por una inversión realizada, en este caso es cercano al 25% por lo que la empresa demuestra la viabilidad a partir de la inversión realizada.

9.6. VAN

Para la determinación de este indicador se tomó como tipo de interés la inflación del año 2021, el VAN para la empresa Chocolates Isabel es superior a cero lo que indica que la compañía crea valor través del tiempo, gracias a este indicador podemos conocer acerca de la viabilidad de la inversión.

10. Impactos

10.1. Impacto Económico

La economía de la región ha sido afectada por diferentes sucesos, en el caso del cierre de la vía Bogotá-Villavicencio tras los derrumbes ocurridos en el año 2019 y 2020 principalmente, esto junto a un confinamiento obligatorio afecto de manera permanente la economía de departamentos como el Meta, Casanare y Arauca.

Según un informe realizado por la revista Semana en el año 2019 para cumplir con la cobertura del cierre indefinido de la vía Bogotá-Villavicencio, en este se mencionan las pérdidas ocurridas en el poco tiempo que está ya llevaba:

“Para el presidente de la CCV, Leonardo Baquero, las pérdidas diarias llegan a los 50.000 millones de pesos, representados en bienes y mercancías que se dejan de transportar entre Bogotá y Villavicencio. En el sector del turismo de la región llanera, se dejan de recibir 1.500 millones de pesos por día. Las cancelaciones de habitaciones en hoteles y centros de recreo se aproximan al 100 por ciento, y existe total incertidumbre sobre la realización del Festival del Joropo, programado entre el 26 de junio y el 1 de julio en Villavicencio.”

Presentamos todo este contexto para lograr exponer nuestros pronósticos de impactos económicos, como se evidencia anteriormente se establecieron unas pérdidas de cifras exorbitantes lo cual generó una afectación en la economía bastante fuerte además el otro impacto fue el aumento de los productos debido a su escasez o aumento de costo de transporte, desde Chocolates Isabel se realizó un diseño de la empresa para lograr un impacto en las personas de la región por lo que todo el material humano que se llegue a requerir siempre serán habitantes del municipio de Restrepo, esto porque es el lugar donde se ubica la planta.

Junto a nuestra política de contratación que ayuda con la tasa de desempleo en el municipio esto toma gran importancia para la empresa debido a que la región presenta una crisis en la actualidad respecto a la falta de ofertas laborales, según un informe realizado por la revista económica “El Portafolio” a los resultados de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) se evidencian las regiones con más índice de desempleo:

“Los resultados de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) para el 2021 por regiones, y según dio a conocer el Dane, el año pasado los departamentos que registraron las

mayores tasas de desempleo fueron Norte de Santander (18,1%), Meta (18,1%) y Quindío (17,5%).”

Complementamos esto gracias a la compra de materia prima a los productores de la zona regional con esto logramos aumentar el valor de venta para ellos al eliminar a los intermediarios, esto beneficia a la empresa gracias a la alta calidad del producto y su precio estable, también aumenta las ganancias de los productores de la región.

En estos dos casos que mencionamos son los fundamentales para que exista un impacto positivo a la región, a medida que aumente la demanda de nuestros productos se empezaran a implementar políticas complementarias que impacten a la región, en el caso hipotético de la creación de centros de distribución, entre otras labores que serán indispensables.

10.2. Impacto social

Se generarán un gran impacto desde el momento en el que se empieza a generar nuevos empleos, cooperando al crecimiento del municipio de Restrepo- Meta y al bienestar de la misma comunidad. La empresa ofrecerá condiciones y salarios que harán que los empleados lleven una vida digna.

En tal sentido, en el primer año se generarán nuevos empleos, los cuales serán contratados directamente con la empresa Chocolates Isabel, tratando así de generar un aumento de la mano de obra en los años siguientes. Por consiguiente, Chocolates Isabel tendrá un impacto social en su entorno, ya que la empresa contará con un enfoque humano, puesto que busca garantizar las condiciones dignas de trabajo, las cuales cumplan con los requisitos legales laborales.

Cabe añadir que se ofrece y aplican principios de igualdad de género al momento del ingreso y contratación de la empresa, así mismo a partir de las actividades desarrolladas al interior de la compañía se busca generar un impacto por medio del impulso el trabajo decente y la reducción de las desigualdades que se presentan al interior de la empresa y en cierta medida al exterior de esta.

Por otro lado, por medio del producto ofrecido se genera un aporte nutricional a todo individuo que lo adquiera, debido a las propiedades y características que posee.

10.3. Impacto ambiental

Se implementarán ejercicios en las que los trabajadores obtengan buenos valores ambientales, esto con medidas sencillas y prácticas, tales como la reutilización y la preservación de elementos que puedan aportar al medio ambiente, para que así se conserve limpio y sea un lugar esplendido para nuestras familias y para nosotros.

- Ahorro de agua: Con la disposición de cuidar nuestro medio ambiente y la calidad de vida de los seres vivos que habiten a los alrededores de la planta de fabricación, se llevara un control del consumo del agua, cabe añadir que de esta forma también se genera un pequeño aporte a la conservación de este recurso a nivel regional
- Ahorro de energía: por medio de la aplicación de recursos se busca reducir el uso energético, un ejemplo de esto son lámparas caracterizadas por una menor producción de calor y mayor durabilidad se logra ejecutar una distribución de la energía de tal manera que sea sostenible.
- Ahorro de recursos ecológicos: se implementa una cultura organizacional enfocada en la utilización mínima de papel, buscando no solo generar un aporte y conciencia al interior de la empresa, sino que a su vez en las acciones que se realizan por los colaboradores internos de la empresa a las afueras de la empresa.

11. Conclusiones

Se logra concluir a partir del análisis de cada módulo que el plan de negocio logra responder de manera acertada a las necesidades y requerimientos del público objetivo, logrando ofrecer una opción diferente de chocolate sin químicos, así mismo se logró identificar que tendrá un buen recibimiento en el mercado. Cabe añadir que gracias al análisis y estudio realizado en cada uno de los módulos se denota que el implementar este modelo de negocio es viable en la región, así mismo se logró identificar eslabones y aspectos claves para el correcto funcionamiento y puesta en marcha de la empresa.

12. Referencias

- Banco de desarrollo de América Latina (2017). Latinoamérica produce el 80% del cacao prime del mundo. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2017/11/latinoamerica-produce-el-80-del-cacao-prime-del-mundo/>
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (2010). Encuesta nacional de la situación nutricional en Colombia 2010. <https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/resumenfi.pdf>
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (2020). Guías alimentarias basadas en alimentos para la población colombiana mayor de 2 años. Ministerio de Salud. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/guias-alimentarias-basadas-en-alimentos.pdf>
- Herrera Castellanos M. (2011). Fórmula para cálculo de la muestra poblaciones finitas. <https://investigacionpediatria.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-calculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>
- Proexport Colombia (2012). Cacao colombiano fino y de aroma. <https://gestionparticipativa.pe.iica.int/getattachment/8010f039-fabc-465d-8c48-5a914c3da9da/Cacao-Colombiano-fino-y-de-aroma.aspx#:~:text=%E2%80%9CCacao%20colombiano%2C%20mejor%20sabor%20y,5%25%20del%20grano%20mundialmente%20comercializado.>
- Procolombia (2020). ¿Qué es Procolombia?. <https://procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>
- Sánchez, V., Zambrano, J., e Iglesias, C. (2019). La cadena de valor del cacao en América Latina y el Caribe. INIAP, Estación Experimental Santa Catalina. <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/5382/1/Informe%20CACAO.pdf>