



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de la producción y comercialización de chocolate artesanal ubicado en el sector Unioro en las calles av. Circunvalación norte y av. 8va Norte, en la ciudad de Machala.”

Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración

AUTOR:

Juan José Pizarro Maldonado

TUTOR:

MSc. Kabir Olmedo

D.M. Quito, 21 de agosto 2022

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada principalmente a Dios por brindarme salud y sabiduría en esta vida para poder cumplir cada uno de mis sueños. Dedico esta tesis de todo corazón a mi padres y hermanos por su apoyo económico y moral que me permitieron cumplir este sueño de ser un profesional, además de acompañarme en cada una de mis etapas y creer siempre en mí.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres: Freddy Pizarro, Laura Maldonado, Pía Pizarro y Andrés Pizarro, por siempre ayudarme y motivarme a cumplir cada meta.

También agradezco a los profesores del Instituto Tecnológico Internacional ITI, quienes compartieron sus conocimientos durante nuestra preparación, de una manera muy especial.

Agradezco a las personas que tuvieron la amabilidad y disponibilidad para responder las encuestas, y a todas las personas que directa o indirecta participaron en el desarrollo de este proyecto.

AUTORIA

Yo, Juan José Pizarro Maldonado autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Juan José Pizarro Maldonado

D.M. Quito, 21 de agosto 2022

MSc. Kabir Olmedo.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc. Kabir Olmedo.

D.M. Quito, 21 de agosto 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes clausulas:

PRIMERA: El **MSc. Kabir Olmedo** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Juan José Pizarro Maldonado por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr Juan José Pizarro Maldonado realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de la producción y comercialización de chocolate artesanal ubicado en el sector Unioro en las calles av. Circunvalación norte y av. 8va Norte, en la ciudad de Machala.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc. Kabir Olmedo**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Kabir Olmedo** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr Juan José Pizarro Maldonado, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de la producción y comercialización de chocolate artesanal ubicado en el sector Unioro en las calles av. Circunvalación norte y av. 8va Norte, en la ciudad de Machala.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MSc. Kabir Olmedo

Juan José Pizarro Maldonado

D.M. Quito, 21 de agosto 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	13
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	14
2.1 Creación de la Empresa.	14
2.2 Descripción de la Empresa	15
2.3 Tamaño de la empresa	16
2.4 Necesidades a satisfacer	17
2.5 Localización de la empresa.....	18
2.6 Filosofía empresarial	19
2.7 Desarrollo organizacional.....	24
2.8 Organigrama empresarial.....	27
2.9 Funciones del personal	27
3. PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	31
3.1 Objetivo de mercadotecnia	31
3.2 Investigación de mercado	31
3.3 Plan de Muestreo	32
3.4 Análisis de las Encuestas	43
3.5 Entorno empresarial	44
3.5.1 Microentorno.....	44
3.5.2 Macroentorno.....	47

3.6 Producto y servicio	50
3.6.1 Producto Esencial	50
3.6.2 Producto real	50
3.6.3 Producto aumentado	52
3.7 Plan de introducción al mercado	53
3.8 Canal de distribución y puntos de ventas	59
3.9 Riesgo y oportunidades del negocio	60
3.10 Fijación de precios	61
3.11 Capacidad instalada	63
3.11.1 Implementación del negocio	63
3.12 Estudio arquitectónico	67
4. PROCESOS DE DERECHO EMPRESARIAL	68
4.1 Servicio de Rentas Internas / SRI	68
4.2 Patente Municipal	69
4.3 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS	69
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	70
5.1 Objetivo de área	70
5.2 Impacto ambiental	70
5.3 Impacto social	72
6. PROCESO FINANCIERO	73
6.1 Introducción	73
6.2 Activos fijos	73
6.3 Activos diferidos	74
6.4 Capital de trabajo	75
6.5 Sueldos	76
6.6 Depreciación activos fijos	78
6.7 Amortizaciones	79
6.8 Tabla de amortización	79
6.9 Estructura capital	80
6.10 Punto de equilibrio	81

6.11 Costo de ventas	83
6.12 Flujo de caja	84
6.13 Cálculo del TIR y el VAN	85
6.12.1 VAN (Valor Actual Neto).....	85
6.12.2 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	85
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
7.1 Conclusiones	86
7.2 Recomendaciones	87
7.3 Referencias	88
7.4 Anexos	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Méritos aspectos a considerar, Gerente general	28
Tabla N° 2 Méritos aspectos a considerar, Chef	29
Tabla N° 3 Méritos aspectos a considerar, Auxiliar Cocina	30
Tabla N° 5 ¿A que rango de edad pertenece?	33
Tabla N° 6 ¿Conoce usted la diferencia entre un chocolate artesanal y un chocolate comercial, en cuanto a beneficios para la salud del ser humano?	34
Tabla N° 7 ¿Si los beneficios del consumo del chocolate artesanal están relacionados al buen funcionamiento del cerebro, al correcto flujo sanguíneo, estimulante natural que colabora en la parte cognitiva (aprendizaje), ¿estaría dispuesto a cambiar su chocolate comercial por uno artesanal?	35
Tabla N° 8 ¿Cómo prefiere consumir el chocolate?	36
Tabla N°9 ¿Qué prefiere de los siguientes atributos al momento de comprar chocolates artesanales?	37
Tabla N° 10 ¿Con que frecuencia usted consume el chocolate?	38
Tabla N° 11 ¿En su vínculo social, conoce de personas que consumen chocolate artesanal?	40
Tabla N° 12 ¿Le gustaría recibir el producto a domicilio?	39
Tabla N° 13 ¿Dónde le gustaría encontrar información del producto?	41
Tabla N° 14 ¿Estaría dispuesto a cambiar la tienda habitual donde compra su chocolate por una donde le brinden promociones?	42
Tabla N° 15 Proveedores	46
Tabla N° 16 Financiamiento de Publicidad	60
Tabla N° 17 Receta Estándar de Producción 1	62
Tabla N° 18 Arriendo.....	63
Tabla N° 19 Equipos Industriales	63
Tabla N° 20 Equipos de Computación.....	64
Tabla N° 21 Muebles y enseres	64
Tabla N° 22 Equipos Industriales de Seguridad	65
Tabla N° 23 Suministros de Oficina	65
Tabla N° 24 Servicios Básicos.....	66
Tabla N° 25 Materiales de Limpieza	66
Tabla N° 26 Activos Fijos.....	73
Tabla N° 27 Activos diferidos	74
Tabla N° 28 Capital de trabajo.....	75
Tabla N° 29 Total de inversión.....	75

Tabla N° 30 Sueldos.....	76
Tabla N° 31 Sueldos y Decimos.....	77
Tabla N° 32 Sueldos y Decimos Anuales.....	77
Tabla N° 33 Depreciación activos fijos	78
Tabla N° 34 Porcentaje de Amortización	79
Tabla N° 35 Amortización	79
Tabla N° 36 Estructura de Capital	80
Tabla N° 37 Costo Fijo	81
Tabla N° 38 Margen de contribución	81
Tabla N° 39 Punto de equilibrio	82
Tabla N° 40 Ventas Proyectadas.....	82
Tabla N° 41 Costos de ventas.....	83
Tabla N° 42 Flujo de caja.....	84
Tabla N° 43 Cálculo del VAN/ TIR	85

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustraciones N°1 Pirámide de Maslow.....	17
Ilustraciones N°2 Ubicación de la empresa	18
Ilustraciones N°3 Flujo de procesos	26
Ilustraciones N°4 Flujo de procesos	26
Ilustraciones N°5 Organigrama empresarial	27
Ilustraciones N°6 ¿A que rango de edad pertenece?.....	33
Ilustraciones N°7 ¿Conoce usted la diferencia entre un chocolate artesanal y un chocolate comercial, en cuanto a beneficios para la salud del ser humano?	34
Ilustraciones N°8 ¿Si los beneficios del consumo del chocolate artesanal están relacionados al buen funcionamiento del cerebro, al correcto flujo sanguíneo, estimulante natural que colabora en la parte cognitiva (aprendizaje), ¿estaría dispuesto a cambiar su chocolate comercial por uno artesanal?.....	35
Ilustraciones N°9 ¿Cómo prefiere consumir el chocolate?	36
Ilustraciones N°10 ¿Qué prefiere de los siguientes atributos al momento de comprar chocolates artesanales?	37
Ilustraciones N°11 ¿Con que frecuencia usted consume el chocolate?.....	38
Ilustraciones N°12 ¿En su vínculo social, conoce de personas que consumen chocolate artesanal?	39
Ilustraciones N°13 ¿Le gustaría recibir el producto a domicilio?	40
Ilustraciones N°14 ¿Dónde le gustaría encontrar información del producto?	41
Ilustraciones N°15 ¿Estaría dispuesto a cambiar la tienda habitual donde compra su chocolate por una donde le brinden promociones?	42
Ilustraciones N°16 Micro entorno	44
Ilustraciones N°17 Macro entorno	47
Ilustraciones N°18 Uniforme Chef	53
Ilustraciones N°19 Uniforme de Ayudante de Cocina.....	54
Ilustraciones N°20 Uniforme de Administrador	55
Ilustraciones N°21 Imagotipo	56
Ilustraciones N°22 Tarjeta de presentación Anverso	57
Ilustraciones N°23 Tarjeta de presentación Reverso	57
Ilustraciones N°24 Hoja Membretada.....	58
Ilustraciones N°25 Estructura Interna del Establecimiento	67

“Proyecto de factibilidad para la implementación de la producción y comercialización de chocolate artesanal ubicado en el sector Unioro en las calles av. Circunvalación norte y av. 8va Norte, en la ciudad de Machala.”

Juan José Pizarro Maldonado

MSc. Kabir Olmedo

D.M. Quito, 21 de agosto 2022

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como fin el desarrollo del plan de negocio para la implementación de la producción y comercialización de chocolate artesanal ubicado en el sector Unioro en las calles av. Circunvalación norte y av. 8va Norte, en la ciudad de Machala.”. para el desarrollo de este proyecto se realizó una investigación de campo a través de la aplicación de encuestas, donde se pudo determinar el target al cual ira dirigida la empresa, los gustos y preferencias en cuanto a productos derivados del chocolate artesanal, las estrategias de promoción y publicidad que tendrían mayor acogida según los encuestados.

También se realizó un análisis exhaustivo en cuanto a la competencia directa e indirecta que tendría Chokiorganic, búsqueda de proveedores y cálculos para la implementación de negocio. Se determinó el impacto ambiental que tendría la empresa en cuanto a los residuos, iluminación, ruidos y agua. En lo que respecta a los factores sociales, la empresa generara empleos respetando siempre la igualdad de género.

El análisis financiero determina que el plan de negocio es factible y rentable tal y como lo indican los valores del VAN \$4.876,17, el TIR 18,18% y TMAR (Tasa mínima aceptable de rendimiento)14,39%.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Creación de la empresa

“Chokiorganic” surge por la escasez de empresas dedicadas a la producción y comercialización de chocolates artesanales en la ciudad de Machala, por este motivo se ha decidido crear un concepto de negocio con base al diseño de establecer una empresa especializada en chocolates, con productos artesanales, completamente saludables, deliciosos y elaborados al gusto de los clientes, productos a la medida de las necesidades de la clientela, una chocolatería completamente artesanal desde el proceso del chocolate hasta el proceso de empaque del producto. De esta forma, lo que se busca con el concepto de negocio no es simplemente “tener que producir para vender”, sino poder identificar las necesidades de los clientes y de esta forma producir lo que el cliente desea. La empresa busca innovar en los sabores y diseños, sin dejar de lado lo clásico, ofreciendo así al consumidor un producto único, natural y exquisito.

Descripción de la empresa

Importancia

La empresa “Chokiorganic” considera de suma importancia la salud del cliente como también el cuidado del medio ambiente, por esta razón la empresa elabora chocolates naturales de alta calidad y con empaques biodegradables para así ayudar al cuidado del medio ambiente. Chokiorganic también busca brindar una atención de calidad al cliente con personal capacitado en la atención y servicio a los mismos.

Características.

La empresa “Chokiorganic” se encuentra comprometida a cuidar de la salud de sus clientes a través de los beneficios que proporciona el chocolate artesanal, siendo estos la prevención de problemas cardiovasculares, mejora las funciones cognitivas, mejora en la atención, reducción de la fatiga y mejora el flujo sanguíneo de la piel.

Dentro de la empresa los empleados son contratados acorde a las leyes y beneficios establecidos por el ministerio de trabajo, recibiendo así un sueldo justo, seguro social, decimos, utilidades, vacaciones, entre otros.

Chokiorganic busca establecer una relación y confianza con sus clientes a través de la atención y servicios ofrecidos. De esta manera se espera generar una fidelización de los mismos y un reconocimiento y posicionamiento de la marca.

Actividad.

“Chokiorganic” es una empresa dedicada a la producción y comercialización de chocolates artesanales y derivados del cacao.

Tamaño de la empresa

“Chokiorganic” es una microempresa que cuenta con (4) colaboradores y con áreas de: administración, producción, venta, bodega y baños.

Todas las áreas se encuentran totalmente equipadas para la comodidad y seguridad de los trabajadores y clientes.

Necesidad que satisfacer

Ilustración 1.

Pirámide de Maslow.



Nota: elaborado por: Tejo (2016).

La Pirámide de Maslow, o jerarquía de las necesidades humanas, es una teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow en su obra: Una teoría sobre la motivación humana de 1943, que posteriormente amplió. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide). (Acosta, 2012)

Necesidad fisiológicas o básicas

El chocolate artesanal satisface las necesidades fisiológicas en las personas, ya que no solo tienen un delicioso sabor, además, ayuda a prevenir ciertos problemas cardiovasculares: estimula el flujo de la sangre al cerebro y hacia el corazón, aumenta el estado de alerta y mejora la atención y el rendimiento psicomotor, además de reducir el estrés oxidativo ayuda a promover una piel más sana e hidratada. (Martinez, 2021)

Necesidad de Seguridad.

La empresa cuenta con todos los protocolos de bioseguridad para la protección y cuidado de los clientes. Además, cuenta con protocolos de seguridad para cuidado de los trabajadores.

Necesidad Social

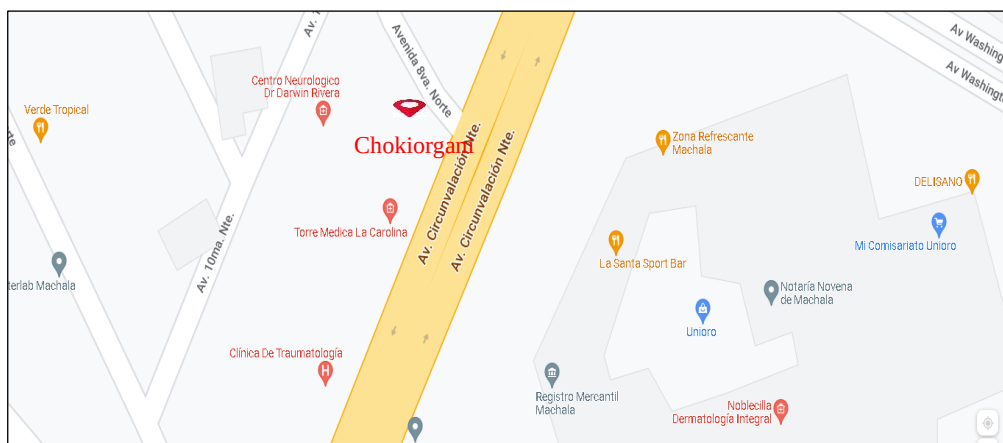
La empresa “Chokiorganic” se preocupa por establecer relaciones a largo plazo con sus clientes, por lo que les brinda un producto de calidad y una buena atención con la finalidad de que la recomienden.

Localización de la empresa

“Chokiorganic” se encuentra ubicado en la provincia de El Oro al norte de la ciudad de Machala en el sector de Unioro en las calles Av. Circunvalación Norte y Av. 8va. Norte, como referencia se encuentra al lado de la Torre Médica la Carolina y la Clínica Traumatológica.

Ilustración 2.

Ubicación



Nota. En la siguiente ilustración se observa la ubicación de la empresa Chokiorganic. (Google Maps, 2022).

Filosofía empresarial***Misión***

Promover el consumo de chocolate artesanal a través de productos de alta calidad, brindando a los clientes un producto completamente tradicional, de gran sabor y saludable.

Visión

Lograr el posicionamiento y consolidación de la marca en el mercado, enfocarnos en la calidad y variedad de productos para así llegar al éxito cuidando al medio ambiente, la salud del consumidor y su economía.

Objetivos:

- 1.- Posicionar la marca en el mercado para poder ser reconocido.
- 2.- Capacitar constantemente a los colaboradores para ofrecer un servicio y atención al cliente de calidad.
- 3.- Diseñar productos únicos y personalizados al gusto de cada cliente.

Meta

La meta de la empresa “Chokiorganic” es satisfacer las necesidades de sus clientes logrando así el crecimiento y rentabilidad de la empresa para posicionar a la empresa, e integrarse en todo el mercado nacional en el período de tres años.

Estrategias

- 1.- Mejorar y aumentar la retención de los clientes: mediante la implementación de una página web donde se brindará todo tipo de información sobre los productos del chocolate artesanal, como también poder realizar sus pedidos personalizados a su gusto.
- 2.- Aumentar los clientes potenciales, penetración en el mercado: mediante la publicidad dirigida utilizando las principales redes sociales y páginas web, para así tener comunicación constante con el cliente.
- 3.- Crecimiento de la marca: utilizando un logo llamativo que este dentro y fuera de la empresa.

Políticas***La empresa***

- 1.- Se realizará auditorías ambientales para asegurarse que se cumpla con las leyes y normas dentro de la empresa.
- 2.- Cumplir con los estándares de calidad en la producción y comercialización del chocolate artesanal, contar con los permisos respectivos de funcionamiento, control y calidad.
- 3.- Cuidar de la salud de los clientes ofreciendo productos que contribuyen positivamente a su bienestar.
- 4.- Ofrecer precios que estén al alcance del consumidor.
- 5.- Tener un entorno amigable, positivo y solidario para los colaboradores.
- 6.- Ofrecer a los trabajadores salarios dignos acorde al ministerio de trabajo y todos los beneficios de ley, seguro social, décimos, utilidades, vacaciones, entre otros.
- 7.- Brindar cursos de capacitaciones constantes a los trabajadores de la empresa para ofrecer servicio de calidad.
- 8.- Se reconocerá a los empleados de la empresa por su buen desempeño.

Los trabajadores

- 1.- Asistir a las capacitaciones y cursos que brinda la empresa.
- 2.- Cumplir con todas las tareas asignadas a los colaboradores.
- 3.- Ser puntuales y responsables, cumplir con las metas y tareas establecidas, como también cuidar la presentación personal.
- 4.- Atender con respeto y educación a los clientes.
- 5.- Brindar ayuda y atención personalizada a cada cliente.
- 6.- Solventar dudas y atender quejas de los clientes de manera eficiente.

FODA.

El análisis FODA te permite identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de un proyecto específico o de tu plan de negocios general. Con esta herramienta, tu equipo puede planificar estratégicamente y mantenerse a la vanguardia de las tendencias del mercado. (Raeburn, 2021)

Fortalezas.

- 1.- Precios competitivos
- 2.- Los productos son de buena calidad y sabor
- 3.- Personal está muy bien capacitado
- 4.- Diversos productos derivados del chocolate artesanal, empaques eco amigables y gran variedad de sabores de chocolate.

Oportunidades.

- 1.- Baja competencia en el mercado del chocolate artesanal.
- 2.- Beneficios exclusivos del chocolate para la salud.
- 3.- Uso de empaques biodegradables incentivando la concientización ambiental.

Debilidades.

- 1.- Poco presupuesto para la materia prima
- 2.- Los costos de producción se elevan debido a que, por ser un producto prácticamente nuevo, necesita primero posicionarse en el mercado para posteriormente producir para un mercado seguro.
- 3.- No hay guardianía interna ni externa.
- 4.- Poca experiencia en el mercado.
- 5.- Falta de maquinarias para la producción.

Amenazas.

- 1.- Alza en el precio de la materia prima.
- 2.- Gran cantidad de productos sustitutos de bajo precio y fácil disponibilidad en el mercado.
- 3.- Alta presencia de marcas internacionales en el mercado.
- 4.- Poca cultura de consumir productos orgánicos.
- 5.- Incremento de desempleo en el país.

Desarrollo organizacional

Tipo de estructura.

En “Chokiorganic” la organización de la empresa será de tipo horizontal, porque tiene un administrador, cocinero, Auxiliar de cocina y Auxiliar de venta, y cada quien está comprometido con su área.

Procesos estratégicos

El gerente general será el encargado de controlar todos los procesos que se lleven a cabo en la empresa, de supervisar al personal y en algunas ocasiones será el encargado de realizar las ventas.

Procesos operacionales

El cocinero está en cargo de el área de producción y elaboración de chocolate, y diseños de los mismos, el Auxiliar de cocina ayudará al cocinero en la producción y elaboración del chocolate, el Auxiliar de ventas estará encargado en la atención al cliente.

Procesos de apoyo

El Auxiliar de cocina dará apoyo en la bodega y todos los colaboradores brindaran apoyo en la limpieza.

Formalización

“Chokiorganic” es una empresa que cumplirá con todos los permisos de funcionamiento, patente, permisos de bomberos, permisos municipales. Además, contara su respectivo RUC, establecimiento y razón social. También contara con el permiso respectivo del ARSA para su correcto funcionamiento.

Centralización-descentralización

Centralización:

La empresa esta centralizada para la producción y comercialización del chocolate artesanal y de la atención y servicio al cliente.

Descentralización:

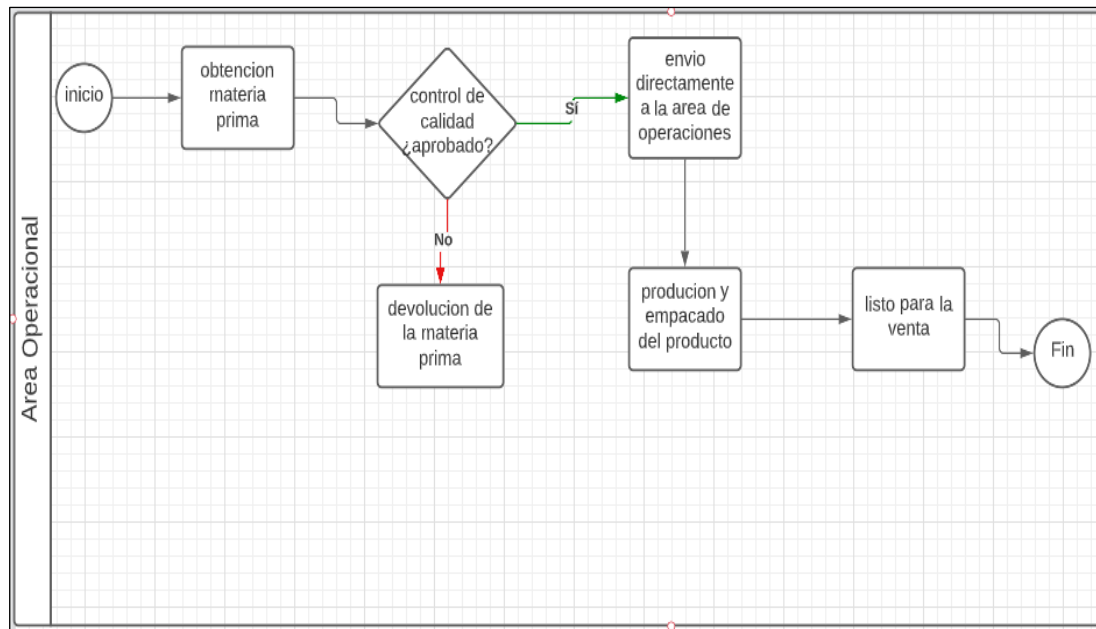
La descentralización se dará en delegación de funciones y responsabilidades a cada uno de los colaboradores dependiendo su área. El administrador se encargará de coordinar y supervisar los procesos administrativos de la empresa. Chef persona que se encargara de elaborar y producir el chocolate artesanal. El Auxiliar de cocina se encargará de ayudar al chef en la producción y elaboración del chocolate y de bodega. Auxiliar de ventas persona encargada del servicio al cliente y la distribución de pedidos.

Integración

La integración organizacional se basará en los procesos que cada colaborador desempeñará en su respectiva área de la empresa.

Ilustración 3.

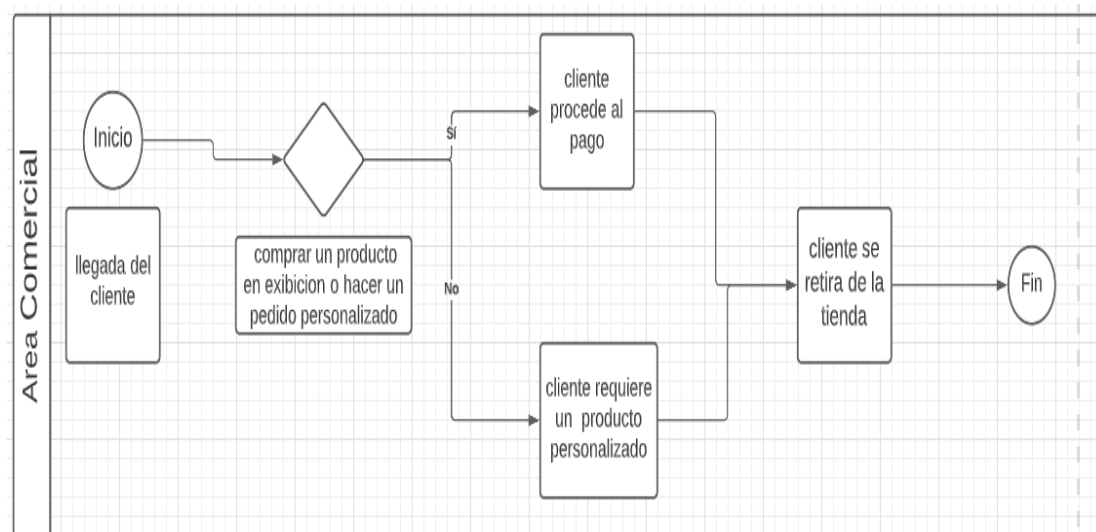
Flujo de procesos “Chokiorganic”



Nota. elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 4.

Flujo de procesos “Chokiorganic”

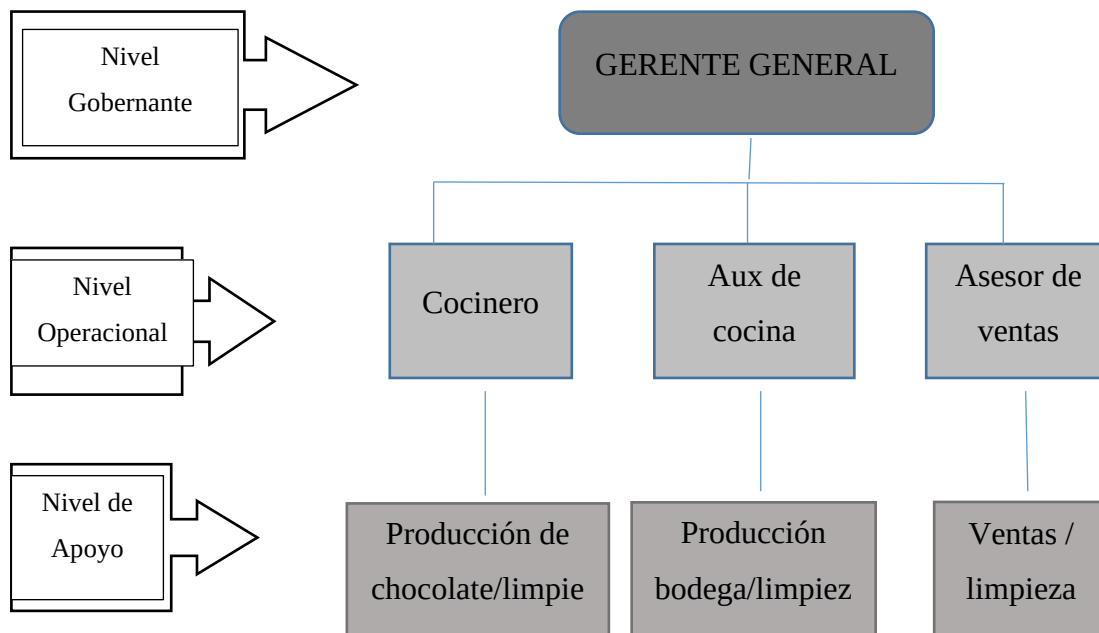


Nota. elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Organigrama empresarial

Ilustración 5.

Organigrama empresarial “Chokiorganic”



Nota. elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Funciones del personal

Tabla 1.

Méritos aspectos a considerar, Gerente General.

Detalles generales del puesto de Gerente General			
Empresa:		Chokiorganic	
Unidad administrativa:		Área administrativa	
Misión del puesto: 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.			
Denominación del puesto:		Administrador	
Rol del puesto:		Administración y supervisión de procesos	
Remuneración:		\$ 500,00	
Méritos aspectos a considerar			
Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración.	2 años de experiencia	Conocimiento en administración de empresas	Puntualidad Liderazgo, Planificación y organización. Responsabilidad.

Nota. Elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Tabla 2.

Méritos aspectos a considerar, Chef.

Detalles generales del cocinero				
Empresa:		Chokiorganic		
Unidad administrativa:		Área operacional		
Misión del puesto:		Persona que se encargara de elaborar o producir el chocolate artesanal		
Denominación del puesto:		Chef		
Rol del puesto:		Cocina		
Remuneración:		\$ 425,00		
Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto	
CHEF	2 años de experiencia	Experiencia producción y elaboración de chocolate	Puntualidad Trabajo bajo presión Trabajo en equipo Responsabilidad.	

Nota. elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Tabla 3.

Méritos aspectos a considerar, Auxiliar Cocina.

Detalles generales del puesto de auxiliar cocina			
Empresa		Chokiorganic	
Unidad administrativa		Área operacional	
Misión del puesto		Ayudar al chef en la elaboración del chocolate artesanal	
Denominación del puesto		Auxiliar de cocina	
Rol del puesto		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	
Denominación del puesto		Aux de Cocina	
Rol del puesto		Auxiliar servicios generales	
Remuneración		\$ 425,00	
Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller	1 año de experiencia.	Conocimientos en cocina y bodega	Respeto. Puntualidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Nota. elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

3. PROCESOS DE INVESTIGACION DE MERCADOS Y MARKETING

Objetivo de mercadotecnia

El objetivo de mercadotecnia de chokiorganic es posicionar la marca en la mente del consumidor gracias a su delicioso sabor, presentación, precio y más que nada por brindar la experiencia de que sus clientes personalicen sus productos.

Investigación de mercado

Chokiorganic realizó una investigación documental donde se recurrió a fuentes fidedignas para conocer la producción del chocolate artesanal y sus beneficios para la salud.

Chokiorganic realizó una investigación de campo, mediante la aplicación de encuesta para hacer un respectivo estudio de mercado y de acuerdo a las respuestas enfocarse en las necesidades de los potenciales clientes.

Modalidad.

Se realizó una encuesta de 10 preguntas cerradas a 113 personas de manera aleatoria, la encuesta se realizó en modalidad presencial en el sector de Unioro en la ciudad de Machala, la misma que tuvo una duración de dos días.

Plan de Muestreo.

El target en el que se enfocara chokiorganic es en la población económicamente activa (15-64 años) debido a que esta población es generalmente la que tiene conocimiento de consumo de chocolate orgánico. Para determinar el tamaño de la muestra se procedió a aplicar la siguiente formula.

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

El valor de la población ha sido tomado del Instituto Nacional de Estadística y Censos. (INEC, 2010).

$$n = \frac{160,321 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (160,321 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{154}{1,3587}$$

$$n = 113$$

Análisis de las encuestas

Pregunta 1.

Tabla 4.

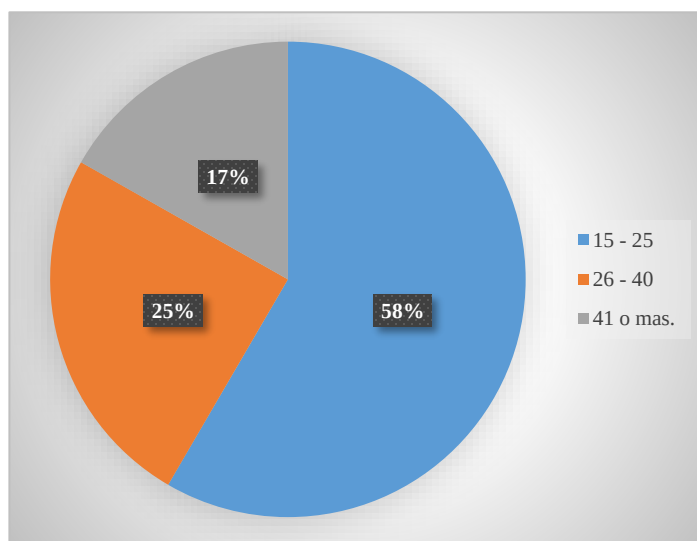
Pregunta 1

¿A que rango de edad pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
15 - 25	66	58,4
26 - 40	28	24,8
41 o mas	19	16,8
TOTAL	113	100%

Nota. En la presente tabla se puede evidenciar el rango de edad de los encuestados, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 6.

Pregunta 1, gráfico circular.



Nota. En el grafico se aprecia que la mayoría de los encuestados se encuentra en una edad de 15 - 25 años, Pizarro, J. (2022). Pregunta 1, gráfico circular. Machala.

Análisis: El 58% de los encuestados se encuentran en un rango de edad entre 15 a 25 años, Lo que permite conocer que las personas más interesadas en este tipo de productos son adolescentes y jóvenes.

Pregunta 2.

Tabla 5.

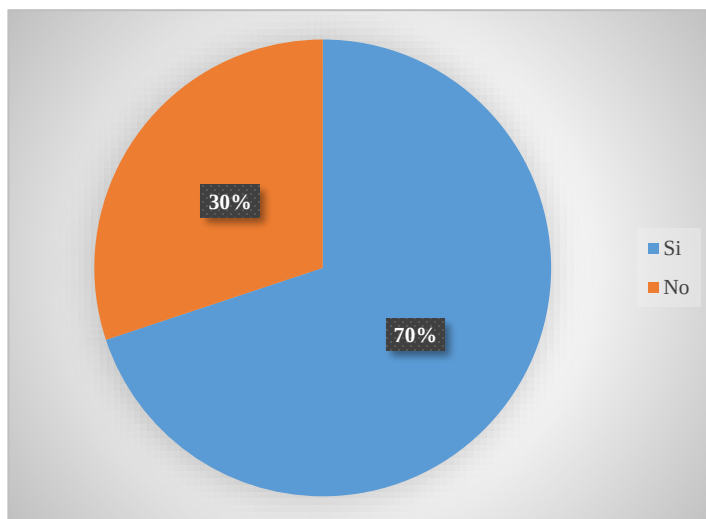
Pregunta 2.

¿Conoce usted la diferencia entre un chocolate artesanal y un chocolate comercial, en cuanto a beneficios para la salud del ser humano?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	79	69,9
No	34	30,1
TOTAL	113	100%

Nota. En la presente tabla se puede evidenciar si los encuestados conocen sobre los beneficios del chocolate comercial y artesanal, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 7.

Pregunta 2, gráfico circular.



Nota. En el siguiente gráfico se puede observar que el mayor porcentaje de los encuestados conocen sobre los beneficios de un chocolate artesanal y comercial, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Análisis: El 70% de los encuestados conocen los excelentes beneficios de un chocolate artesanal y comercial. Mientras que el otro 30% de los encuestados no saben sobre los beneficios que le brinda un chocolate artesanal y un comercial.

Pregunta 3.

Tabla 6.

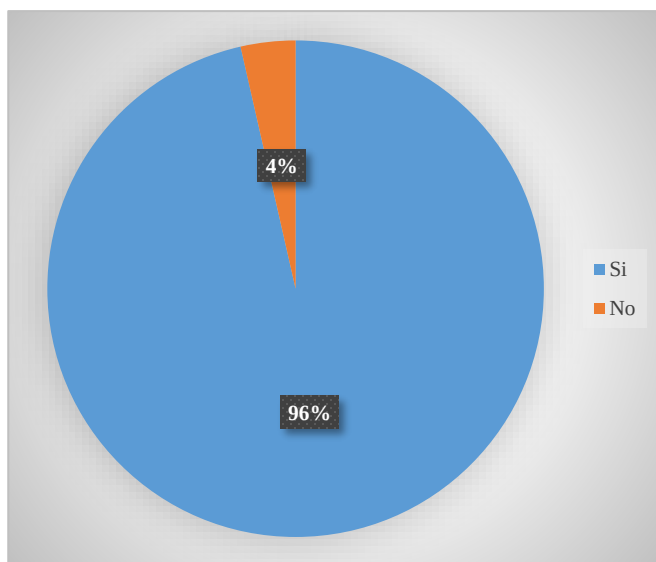
Pregunta 3

¿Si los beneficios del consumo del chocolate artesanal están relacionados al buen funcionamiento del cerebro, al correcto flujo sanguíneo, estimulante natural que colabora en la parte cognitiva (aprendizaje), ¿estaría dispuesto a cambiar su chocolate comercial por uno artesanal?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	98	86,7
No	15	13,3
TOTAL	113	100%

Nota. En la presente tabla se puede evidenciar que los encuestados están dispuestos a cambiar su chocolate comercial por uno artesanal, elaboración propia de: Pizarro, J.

Ilustración 8.

Pregunta 3, gráfico circular.



Nota. En el siguiente gráfico se puede observar que el mayor porcentaje de encuestados están dispuestos a cambiarse de un chocolate comercial a un artesanal, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Análisis: El 96% de los encuestados están dispuestos a cambiarse de un chocolate comercial por un chocolate artesanal, Ya que el chocolate artesanal cuenta con muchos beneficios, esto beneficia a Chokiorganic debido a que sus productos tendrán una gran acogida por los consumidores.

Pregunta 4.

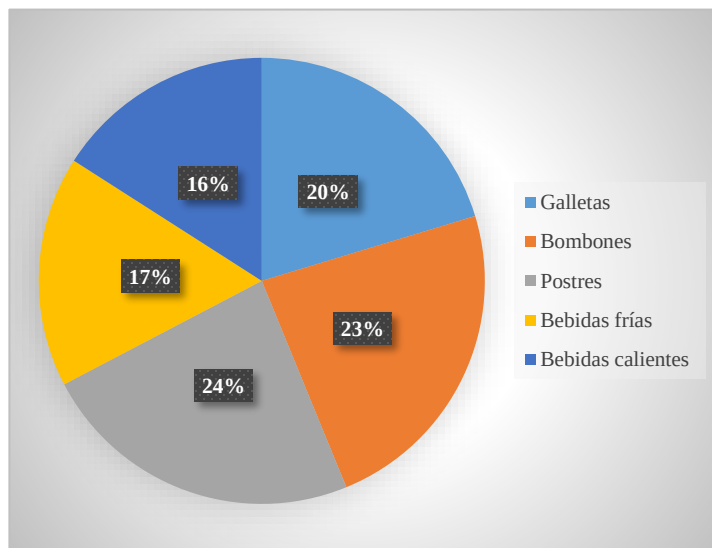
Tabla 7. Pregunta 4

¿Cómo prefiere consumir el chocolate?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Galletas	51	45,1
Bombones	59	52,2
Postres	59	52,2
Bebidas frías	42	37,2
Bebidas calientes	40	35,4
TOTAL	113	100%

Nota. en la presente tabla se puede evidenciar como el consumidor prefiere consumir su chocolate, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 9.

Pregunta 4, gráfico circular.



Nota. En el siguiente grafico se puede observar que los encuestados desean consumir su chocolate en forma de bombones, postres, galletas, ya que estos cuentan con mucho mas porcentaje, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Análisis: Como se puede evidenciar en el grafico existen gustos muy variados en cuanto al consumo de chocolate artesanal, es por ello que Chokiorganic se basa en estos resultados para complacer los gustos y necesidades de los consumidores.

Pregunta 5.

Tabla 8.

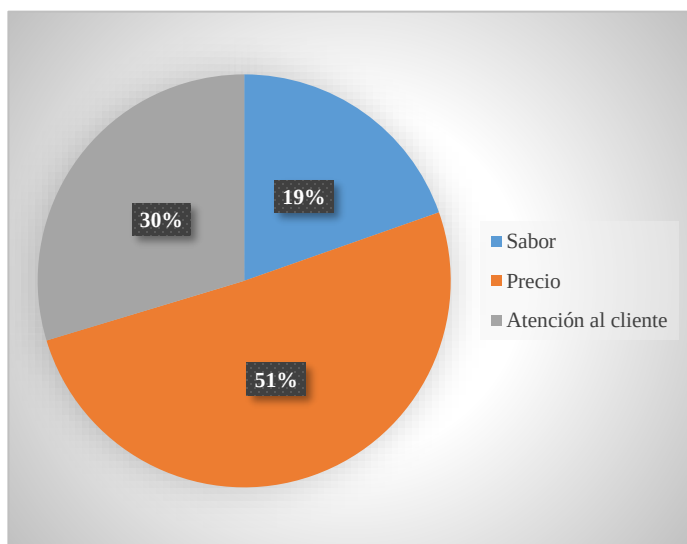
Pregunta 5

¿Qué prefiere de los siguientes atributos al momento de comprar chocolates artesanales?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sabor	75	66,4
Precio	24	21,2
Atención al cliente	14	12,4
TOTAL	113	100%

Nota. En la presente tabla se puede evidenciar los atributos al momento de comprar chocolate artesanal, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 10.

Pregunta 5, gráfico circular.



Nota. En el siguiente grafico se puede observar que el mayor porcentaje de los encuestados desean al precio como atributo de chocolate artesanal, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Análisis: El 51% de los encuestados eligió como atributo al precio del chocolate, esto indica que Chokiorganic debe trabajar con proveedores que faciliten la materia prima a bajo costo y disminuir costos de producción para abaratar precio de comercialización al consumidor final.

Pregunta 6.

Tabla 9.

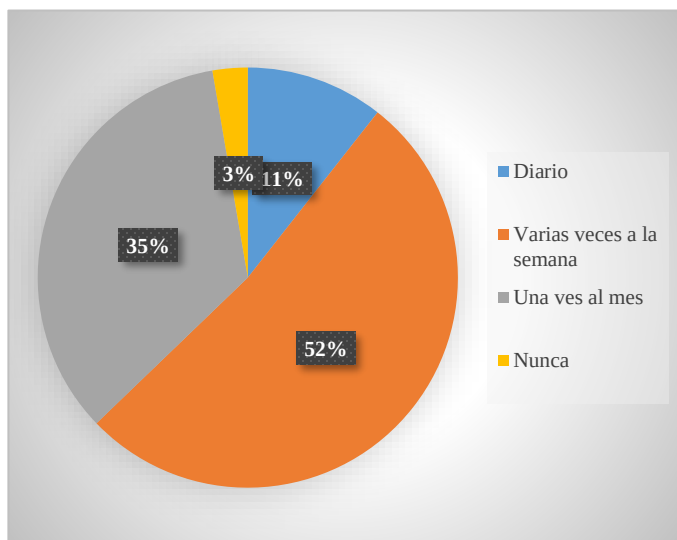
Pregunta 6

¿Con que frecuencia usted consume el chocolate?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Diario	12	10,6
Varias veces a la semana	59	52,2
Una vez al mes	39	34,5
Nunca	3	2,7
TOTAL	113	100%

Nota. En el presente tabal se puede evidenciar con qué frecuencia los encuestados consumen el chocolate artesanal, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 11.

Pregunta 6, gráfico circular.



Nota. En el siguiente grafico se puede observar que la mayoría de encuestados consumen el chocolate varias veces a la semana, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Análisis: El 52% de los encuestados menciono consumir chocolate varias veces a las semana, esto es un gran indicador de que Chokiorganic puede ser un negocio rentable, al no contar con gran competencia en los alrededores de la zona donde se establecerá.

Pregunta 7.

Tabla 10.

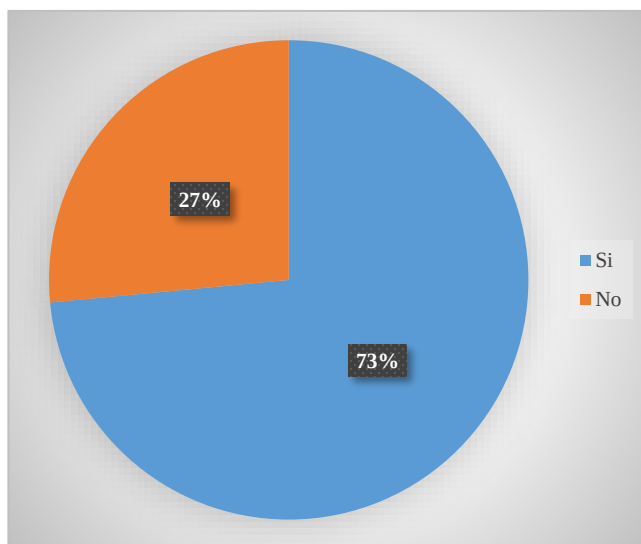
Pregunta 7

¿En su vínculo social, conoce de personas que consumen chocolate artesanal?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	83	73,5
No	30	26,5
TOTAL	113	100%

Nota. En la presente tabla se puede evidenciar que, en el vínculo social de los encuestados, conocen de personas que consuman chocolate artesanal, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 12.

Pregunta 7, gráfico circular.



Nota. En el siguiente gráfico se puede observar que la mayoría de los encuestados conocen de gente que consume chocolate artesanal, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Análisis: El 73% de los encuestados respondió que en su vínculo social si existen personas que consumen chocolate artesanal, esto permitirá a la empresa captar más clientes a través de sus potenciales clientes.

Pregunta 8.

Tabla 11.

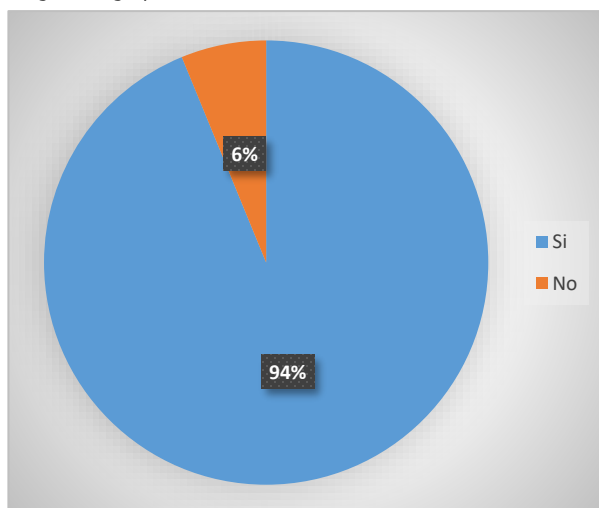
Pregunta 8

¿Le gustaría recibir el producto a domicilio?		
RESPUESTA	CANTIDAD	
Si	106	93,8
No	7	6,2
TOTAL	113	100%

Nota. En la presente tabla se puede evidenciar si a los encuestados les gustaría recibir el producto a domicilio, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 13.

Pregunta 8, gráfico circular.



Nota. En el siguiente grafico se pude observar que la mayoría de los encuestados si les gustaría recibir el producto a domicilio, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Análisis: El 94% de los encuestados respondió que le gustaría recibir su producto a domicilio, esto indica que Chokiorganic debe considerar este tipo de servicio para sus clientes brindando la seguridad del envío y entrega de su producto de manera rápida y eficiente.

Pregunta 9.

Tabla 12.

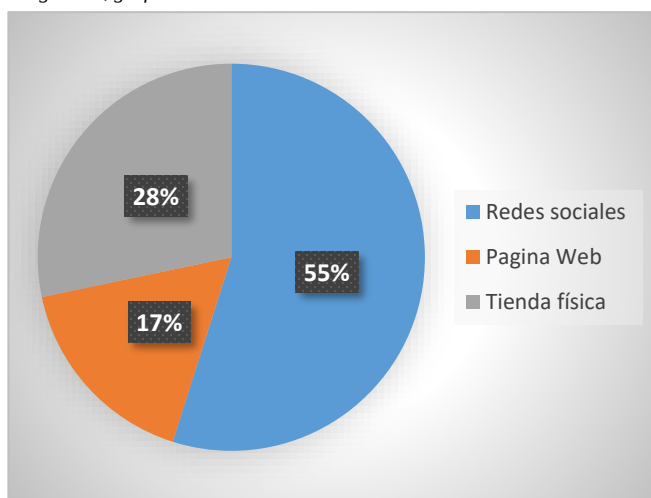
Pregunta 9

¿Dónde le gustaría encontrar información del producto?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Redes sociales	62	54,9
Página Web	19	16,8
Tienda física	32	28,3
TOTAL	113	100%

Nota. En la presente tabla se puede evidenciar, en donde a los encuestados les gustaría recibir la información del producto, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 14.

Pregunta 9, gráfico circular.



Nota. En el siguiente grafico se puede observar que a la mayoría de los encuestados les gustaría recibir la información del producto a través de las redes sociales, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Análisis: El 55% de las personas encuestadas desea recibir información de productos a través de las redes sociales, lo que impulsa a Chokiorganic a mantener en constante actualización y realizar todo tipo de publicidad en sus redes sociales, con la finalidad de atraer potenciales clientes.

Pregunta 10.

Tabla 13.

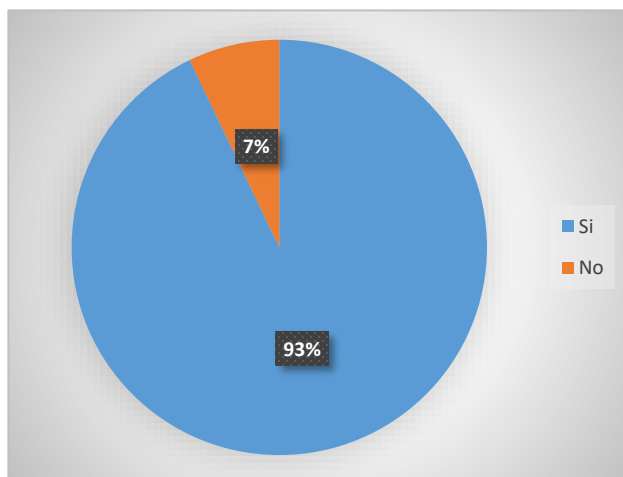
Pregunta 10

¿Estaría dispuesto a cambiar la tienda habitual donde compra su chocolate por una donde le brinden promociones?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	105	92,9
No	8	7,1
TOTAL	113	100%

Nota. En la presente tabla se puede evidenciar si los encuestados están dispuestos a cambiarse de la tienda habitual donde compran sus chocolates por una donde le brinden promociones, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 15.

Pregunta 10, gráfico circular.



Nota. En el siguiente grafico se puede observar que la mayoría de los encuestados están dispuestos a cambiarse de su tienda actual por una que le brinde promociones, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Análisis: El 93% de los encuestados están dispuestos a cambiarse de su tienda actual a Chokiorganic siempre y cuando esta brinde promociones que permitan cuidar el bolsillo del cliente. Es por ello que Chokiorganic deberá enfocarse exclusivamente en realizar promociones que atraigan a potenciales clientes y los fidelice.

Análisis general

De acuerdo a lo analizado en la primera pregunta se puede concluir que el target al cual va dirigido la empresa son jóvenes de entre 15 a 40 años de edad ,el cual representa un 83,2% de clientes, los cuales consumen el producto varias veces por semana, asimismo, las personas que fueron encuestadas supieron manifestar que en su vínculo social existe gente que consume este tipo de producto, lo cual es muy representativo para la empresa, ya que, si se llega a cumplir las necesidades de los clientes, estos traerán más clientes potenciales.

Por otro lado, hay que mencionar que las redes sociales tuvieron una gran acogida por los clientes entre 15 a 40 años, en cuanto a la publicidad del producto en ellas, tanto niños, jóvenes y adultos tienen una gran capacidad para manejar redes sociales, puesto que, pasan la mayoría del tiempo revisando las mismas. Por ello, es importante para Chokiorganic mantener una publicidad constante a través de estos medios, y con ello poder llegar a todo tipo de cliente y dar a conocer la marca.

Los encuestados también se muestran muy interesados en cuanto a las promociones que el establecimiento está dispuesto a ofrecer, debido a que esto conlleva un ahorro para sus bolsillos, mientras que para Chokiorganic esto puede representar a futuro un crecimiento en este mercado.

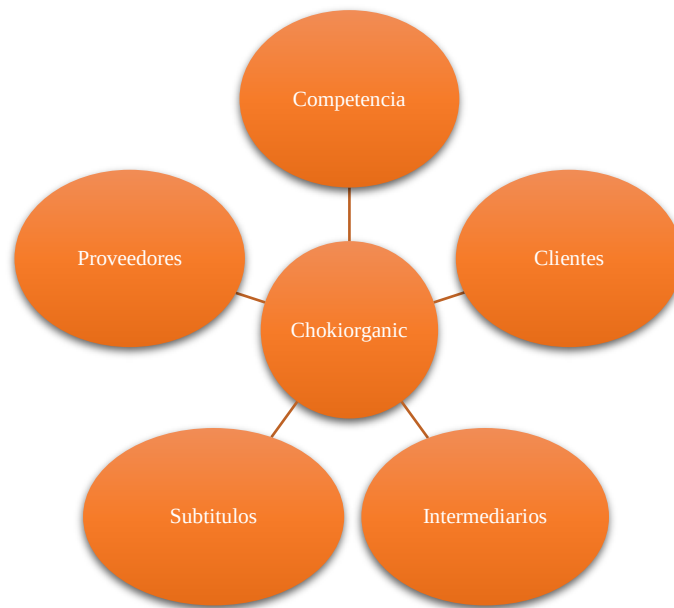
En conclusión, tras analizar los datos de la encuesta se determinó que Chokiorganic es un negocio, que, de acuerdo al estudio de mercado, tendría una gran acogida hacia el producto.

Entorno empresarial

Microentorno

Chokiorganic considera su microentorno a todos aquellos factores sobre los que tiene control directo.

Ilustración 16. Esquema microentorno Chokiorganicl.



Nota. en el siguiente grafico se puede observar el esquema de microentorno que llevara a cabo la empresa Chokiorganic. elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Competencia directa.

Después de haber realizado una visita al sector donde se abrirá chokiorganic no se ha detectado ninguna competencia directa, puesto que, en el sector y sus alrededores no existe ningún negocio que se dedique a este tipo de comercio.

Competencia indirecta.

He detectado como competencia indirecta a corporación el rosado, específicamente a la filial de mi comisariato que también venden diversos tipos de chocolates entre sus productos de consumo.

Sustitutos.

En el sector también pude notar la presencia de vendedores ambulantes quienes ofrecen bebidas y productos derivados del cacao.

Proveedores.

Teniendo en cuenta que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Chokiorganic, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 14.*Proveedores*

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Martinetti	• Productos de calidad • Varios años de experiencia en el mercado	Cacao en grano, Cacao orgánico, Manteca de cacao, Pasta de cacao.
Showroom QuimiNet	• Variedad de productos. • Productos de calidad.	Licor de cacao, nibs de cacao, polvo natural de cacao.
Duragas	• Varios años de experiencia en el mercado • Variedad de productos	Tanque de gas industrial.
Metálicas LOZADAS HNOS.	• Productos de calidad • Varios años de experiencia en el mercado • Facilidades de pago (crédito)	Máquina para fundir chocolate, licuadora, cocina industrial, balanza digital, horno industrial, mostrador refrigerante.
COREMPRO	• Productos de calidad • Variedad de productos.	Rodillos, juego de cuchillos, bandejas, juego de vasos, bowls alemanes de acero inoxidable.
GONPERSA Góndolas&Perchas s.a.	• Productos de calidad • Varios años de experiencia en el mercado • Variedad de productos.	Escritorios, muebles, sillas, archivador, mesa de acero, vitrinas.
PRINT PLANET	• Varios años de experiencia en el mercado • Variedad de productos.	Tarjetas de presentación, flyers, volantes publicitarios.
Salinas Net	• Varios años de experiencia en el mercado • Facilidades de pago (crédito)	Internet, teléfono.
REPRESENTACIONES MALDONADO	• Facilidades de pago (crédito) • Productos de calidad	Ventas de equipos médicos, prehospitario y de seguridad, asesoramiento, mantenimiento, recarga de extintores, peritajes en investigación de incendios y explosiones.

Nota. En la siguiente tabla se puede observar los proveedores que tendrá la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Intermediarios

Chokiorganic no cuenta con intermediarios, puesto que comercializara sus productos de manera directa.

Clientes.

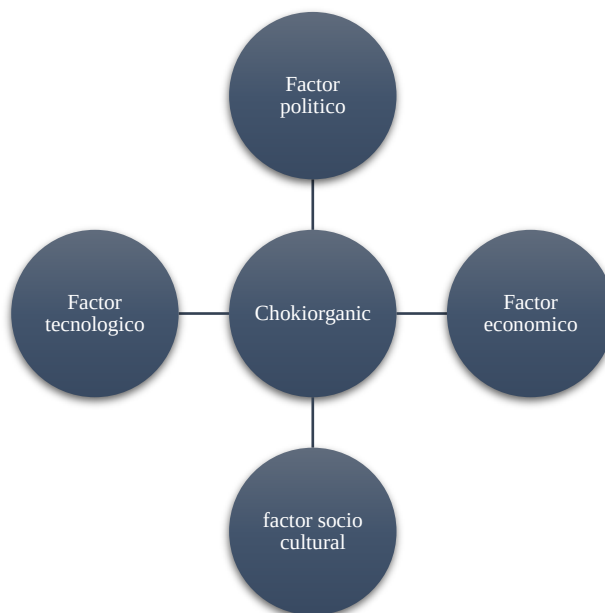
Chokiorganic es una empresa dirigida a un público en general desde los niños hasta los adultos podrán disfrutar de la calidad y sabor de sus productos.

Macroentorno.

Chokiorganic considera su macroentorno a aquellos factores sobre los cuales no tiene control directo y que influyen en el funcionamiento de la empresa.

Ilustración 17.

Esquema macroentorno Chokiorganic..



Nota. En el siguiente grafico se puede observar el esquema de macroentorno que llevara a cabo la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Factor político

El Gobierno Nacional reconoce la importancia de este rubro en la economía. Por ello, a través del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP), decidió impulsar el Proyecto de Reactivación del Cacao Nacional Fino y de Aroma que se inició en julio del 2012.

Esta labor busca “reactivar al sector productivo de Cacao Nacional Fino y de Aroma, contribuyendo a reposicionar y consolidar el buen nombre del Ecuador como productor del mejor cacao del mundo, además de promover la productividad, rentabilidad, investigación, mejoramiento de la calidad e institucionalidad de la cadena de valor” (MAGAP,2021).

Si bien es cierto, el MAGAP se ha preocupado por reactivar la comercialización del cacao, lo cual causa un gran interés de consumo internacionalmente, lo que a su vez motiva a los productores a llevar buenas prácticas de siembra y cosecha del mismo para su exportación. Esto también beneficia a los pequeños y grandes productores del chocolate artesanal puesto que compran un buen cacao para procesarlo y se vender sus productos derivados tanto a la población ecuatoriana como a turistas y a futuro exportar dichos productos a países desarrollados.

Factor económico

El Gobierno del presidente Guillermo Lasso declaró como “prioridad nacional” el otorgamiento de créditos de interés social pertenecientes al segmento de microcrédito, al 1% anual y hasta 30 años plazo, a través de la banca pública. La medida consta en el Decreto Ejecutivo 284, suscrito el 10 de diciembre del 2021, en Guayaquil. (El Comercio, 2021).

Este tipo de créditos benefician directamente a Chokiorganic puesto que, al ser un negocio que recién se va a posicionar en el mercado necesita de una fuente de financiamiento al menor interés posible y a un plazo cómodo.

Factor socio cultural

Chokiorganic permitirá crear fuentes de empleo a todas las personas sin distinción alguna, respetando creencia, culturas, religión, sexo; Además contará con todas las normas de bioseguridad y estará comprometido con el cuidado y preservación del medio ambiente, haciendo un buen uso de los recursos y buen desecho de los residuos.

Factor tecnológico

En cuanto al sector tecnológico Chokiorganic contará con máquinas inteligentes para el proceso de selección del cacao y procesamiento del mismo. ´

Chokiorganic contara con un sistema de ingreso y salida de mercadería para llevar un mejor control de la producción y comercialización de los productos. Este sistema también permitirá conocer las fechas de producción y caducidad de los productos.

Además, contará con un sistema de cámara de video y vigilancia para salvaguardar la integridad de los colaboradores y los clientes.

Producto y servicio

Chokiorganic es una empresa dedicada a la producción y comercialización de chocolate artesanal, que está enfocada exclusivamente en producir alimentos derivados del cacao para lo cual hace uso de la innovación y de controles de calidad necesarios para su funcionamiento.

En lo que respecta a la comercialización del chocolate, estos se encontrarán en diversas formas, sabores y tamaños y además usarán empaques biodegradables. Cabe recalcar que la empresa cuenta con servicio a domicilio.

Producto Esencial

En Chokiorganic el cliente a más de comprar su producto, también podrá tener la experiencia de personalizarlo a su gusto, esto lo podrá realizar haciendo su pedido directamente de la tienda o haciendo su pedido de la página oficial.

Producto real

Chokiorganic dispone de una gran variedad de productos de chocolate artesanal entre los cuales se destaca:

- 1.- tabletas de chocolate puro
- 2.- tableta de chocolate con azúcar
- 3.- bombones
- 4.- galletas de chocolate
- 5.- postres
- 6.- bebidas frías y calientes.

Característica

En la producción del chocolate el personal cuenta con las medidas de bioseguridad y de calidad específicas para su debido proceso a si mismo el personal requiere de mucha innovación y creatividad para realizar los diferentes diseños de chocolates. En el área de ventas los empleados están dispuestos a cumplir a cabalidad con sus funciones respetando los gustos y opiniones de cada cliente.

Calidad

Chokiorganic hace uso de su propio manual de BPM (Buenas prácticas manufacturadas) al momento de la producción del chocolate. Entre las cuales se destaca:

- 1.- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- 2.- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina
- 3.- Aseo personal de los empleados
- 4.- Sistema de almacenamiento (FIFO)
- 5.- El equipo de trabajo debe contar con las medidas de bioseguridad ya que manipula en todo el momento al producto.
- 6.- Mantener el lugar de almacenamiento fresco y ventilado.
- 7.- El cacao debe ser inspeccionado mediante la norma NTE INEN 176.

Estilo

Chokiorganic no maneja un estilo específico si no que está abierto a las sugerencias y exigencias de sus clientes en cuanto a su creación de sus productos.

Marca

El nombre de la empresa surge a partir de la combinación entre una abreviatura de la palabra chocolate y de la palabra orgánico dando como resultado el nombre Chokiorganic. Una de las maneras que se pretende que la marca sea reconocida es por la experiencia que les brinda a sus clientes de crear sus propios diseños o temáticas en sus productos.

Producto aumentado

Algo que se ha destacado mucho es que chokiorganic les permite a sus clientes personalizar sus productos.

Plan de introducción al mercado

Distintivos y uniformes

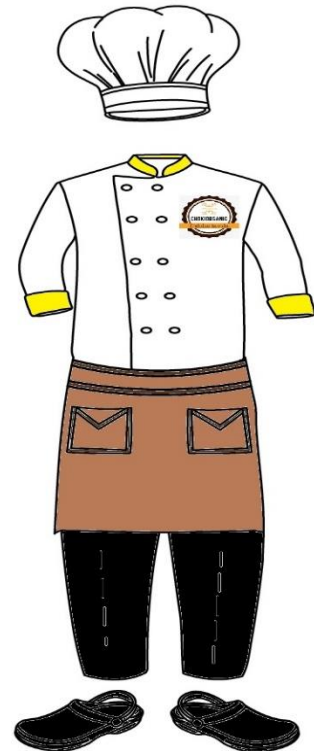
Área de cocina

El chef y el ayudante de cocina usarán el uniforme proporcionado por la empresa, dichos uniformes constarán de:

Chef.

Ilustración 18. Uniforme de chef.

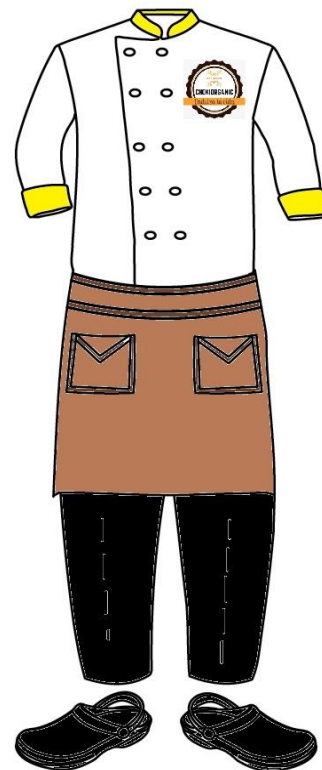
- 1.- Chaqueta blanca de mangas cortas con detalles en amarillo y los sellos distintivos de la empresa.
- 2.- Faldón naranja con bolcillos.
- 3.- Pantalón negro de cocina.
- 4.- Zapatillas negras de cocina (antideslizantes)
- 5.- Toca de chef.
- 6.- Medias negras largas



Nota. En el siguiente grafico se puede observar el uniforme del chef, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ayudante de cocina.**Ilustración 19. Uniforme de ayudante de cocina.**

- 1.- Chaqueta blanca de mangas largas con detalles en amarillo y los sellos distintivos de la empresa bordados.
- 2.- Mandil naranja con bolcillos.
- 3.- Pantalón negro de cocina.
- 4.- Zapatillas negras de cocina (antideslizantes).
- 5.- Medias negras largas.



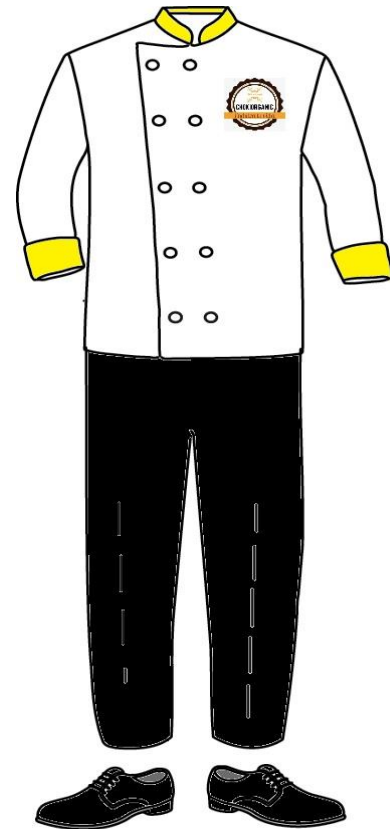
Nota. En el siguiente gráfico se puede observar el uniforme del ayudante de cocina, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Administrador

El uniforme del administrador Constará de:

- 1.- Camiseta blanca con detalles en dorado.
- 2.- Pantalón negro.
- 3.- Zapatos negros.
- 4.- Medias negras largas.
- 5.- Sello de la empresa bordado

Ilustración 20. Uniforme de administrador.



Nota. En el siguiente grafico se puede observar el uniforme del administrador, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Materiales de identificación.

Imagotipo.

Ilustración 21. Imagotipo Chokiorganic.



Nota. Este va a hacer el imagotipo de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Elementos destacados

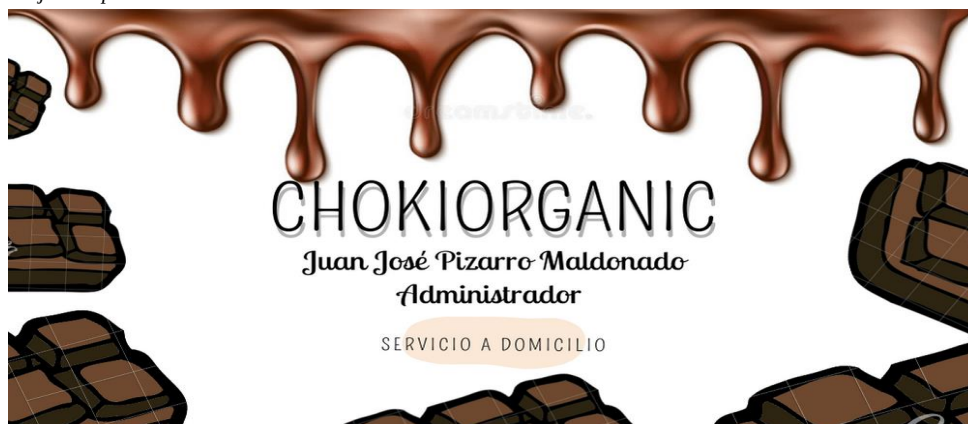
- 1.- El logotipo del establecimiento “Chokiorganic”
- 2.- El eslogan del establecimiento “Endulza tu vida”
- 3.- Los colores utilizados son:
- 4.- Café
- 5.- Anaranjado
- 6.- Dorado

Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse el nombre de la empresa, nombre del Administrador, y también que hacemos servicio a domicilio.

Ilustración 22.

Tarjeta de presentación



Nota. Esta es la parte delantera de la tarjeta de presentación que va a utilizar la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Ilustración 23.

Tarjeta de presentación



Nota. Esta es la parte trasera de la tarjeta de presentación que va a utilizar la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

En el reversó puede apreciarse el nombre de la empresa, como también están los datos de contacto, se observa también el correo del establecimiento, ubicación, redes sociales.

Hoja membretada.

Otro elemento importante para la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas, y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación.

Ilustración 24.

Hoja membretada



Nota. Esta es la hoja membretada que va a utilizar la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Chokiorganic es su establecimiento ubicado en el sector de Unioro en la Calles av. Circunvalación norte y av. 8va. Norte, en la Ciudad de Machala”

Promoción.

- 1.- El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
- 2.- Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flyers pegados en establecimientos.

Contacto.

- 1.- Tarjetas de presentación.
- 2.- E-mail.
- 3.- Facebook.
- 4.- WhatsApp.

Correspondencia.

- 1.- A través de mail corporativo.

Negociación.

- 1.- Directa en el establecimiento con cita previa.
- 2.- A través de videoconferencia. (Zoom).
- 3.- Vía telefónica.

Financiamiento.

Tabla 15.
Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación/ hojas membretadas.	150 unidades	\$4,55
Volantes publicitarios	150 unidades	\$3,00
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$10,00
Uniformes	4 paradas	\$100,00
TOTAL		\$117,55
TOTAL, ANUAL		\$1.410,6

Nota. En la siguiente tabla se puede observar el financiamiento de la publicidad que se va a utilizar para la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que enfrenta Chokiorganic es la emergencia sanitaria nacional provocada por el COVID 19. Toda la empresa debe contar con las medidas de bioseguridad necesarias, especialmente el proceso de producción, incluyendo la adquisición de materias primas, la preparación de productos y la entrega de productos, porque en todos estos pasos, los colaboradores manipulan directamente el producto.

La oportunidad más grande que tiene Chokiorganic es la tecnología ya que a través de ella los clientes pueden ordenar sus pedidos personalizados, reservaciones, realizar la publicidad a través de las redes sociales, páginas web, otro beneficio de las tecnología es que el consumidor puede hacer el pago de su producto mediante banca móvil o transferencias bancarias, con esto el cliente va estar más que cómodo al momento de comprar su producto y recibirlo en su domicilio, es por eso que una de las grandes oportunidades que tiene Chokiorganic es la de posicionarse en un mercado digital cada vez más creciente.

Fijación de Precios.***Fijación de precios por receta estándar.***

Los precios de los productos serán fijados acorde al costo de la materia prima y costos de producción, también se tendrá en cuenta los precios de la competencia con el fin de mejorarlos.

A continuación, se detalla los factores a tener en cuenta para la fijación de los precios:

- 1.- Imprevistos
- 2.- Mano de obra
- 3.- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos)
- 4.- Gastos administrativos
- 5.- Utilidad
- 6.- IVA
- 7.- Costo de servicio

Tabla 17.

Chocolate puro natural 100%, 200 gramos, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Chocolate puro natural 100%, 200 gramos.		Código: 002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	8/8/2022		Administrador: Juan José Pizarro	
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (KG)	CANTIDAD	TOTAL
Cacao en polvo	gr	\$15,00	70	\$1,05
Azúcar	gr	\$1,00	20	0,02
Manteca de cacao	gr	\$17,00	110	\$1,87
Lecitina de soja	ml	\$7,15	5	\$0,036
FOTOGRAFÍA			Total, bruto	\$2,976
			10% imprevistos	\$0,298
			Total, neto	\$3,274
			Gasto de Fab. 15%	\$0,491
			Factor costo 33,33%	\$1,091
			M.O. 45%	\$1,473
			G. Admin 12%	\$0,393
			45% utilidad	\$1,473
			Subtotal	\$8,195
			12% IVA	\$0,983
			10% servicio	\$0,820
			Total	\$10,00

Nota. En la siguiente tabla se puede observar la receta estándar de los costos del chocolate puro natural 100%, 200 gramos, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Capacidad instalada

Implementación del negocio.

Arriendo del local.

Tabla 18.

Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$250	\$1.500,00	\$3.000,00

Nota. En la siguiente tabla se puede observar el arriendo del establecimiento, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Equipos industriales.

Tabla 19.

Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Máquina para fundir el chocolate	1	\$230,00	\$230,00
Cocina industrial (3 quemadores en acero inoxidable)	1	\$450,00	\$450,00
Refrigerador	1	\$300,00	\$300,00
Licuada Oster	1	\$49,99	\$49,99
Tanque de gas industrial	1	\$45,00	\$45,00
Balanza digital	2	\$16,50	\$33,00
Horno industrial	1	\$380,00	\$380,00
Batidora industrial 30 litros	1	\$650,00	\$650,00
Mostrador Refrigerante Vitrina Frigorífico Pastelera	1	\$1.150,00	\$1.150,00
TOTAL			\$3.287,99

Nota. en la siguiente tabla se puede observar los equipos industriales que va a utilizar la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Equipos de computación.

Tabla 20.

Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora	1	\$520,00	\$520,00
Impresora multifunción	1	\$250,00	\$250,00
TOTAL			\$770,00

Nota. En la siguiente tabla se puede observar los equipos que va utilizar la empresa, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Muebles y enseres.

Tabla 21.

Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sillas	6	\$16,50	\$99,00
Muebles	2	\$80,00	\$160,00
Escritorios	2	\$60,00	\$120,00
Estantería metálica	3	\$35,00	\$105,00
Mesa de acero inoxidable	1	\$110,00	\$110,00
archivador	1	\$80,00	\$80,00
Vitrinas	1	\$1.000,00	\$1.000,00
Rodillos texturizador	1	\$2,65	\$2,65
Juego de cuchillos tramontina x9 set de cuchillos	1	\$15,90	\$15,90
Bandejas	2	\$7,94	\$15,88
Juego de 100 vasos de cartón térmico de 225 ml + tapa.	100	\$0,60	\$60,00
Juego de bowls alemanes de acero inoxidable para mezclar (4 piezas),	1	\$20,00	\$20,00
TOTAL			\$1.788,43

Nota. En la siguiente tabla se puede observar los mueble y enseres que va a utilizar la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Equipos industriales de seguridad.

Tabla 22.

Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 40 Lb	1	\$80,00	\$80,00
Bomba de mano desinfectante	1	\$7,00	\$7,00
Detector de gas GLP	3	\$16,00	\$48,00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2,00	\$10,00
TOTAL			\$145,00

Nota. En la siguiente tabla se puede observar los equipos industriales de seguridad que va a utilizar la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Suministros de oficina.

Tabla 23. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$3,50	\$3,50
Grapadora	1	\$2,50	\$2,50
Grapas	1	\$1,00	\$1,00
Esferos	1	\$0,40	\$0,40
Perforadora	1	\$3,00	\$3,00
Libreta	1	\$0,50	\$1,14
Carpeta de cartón	10	\$0,25	\$2,50
Tijera	1	\$0,45	\$0,45
TOTAL			\$21,04
TOTAL, ANUAL			\$252,48

Nota. En la siguiente tabla se puede observar los suministros de oficina que va a utilizar la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Servicios básicos.

Tabla 24.

Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$15,00
Luz	\$10,00
Teléfono	\$7,00
Internet	\$15,00
TOTAL	\$47,00
TOTAL, ANUAL	\$564,00

Nota. En la siguiente tabla se observa los servicios básicos de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Materiales de limpieza.

Tabla 25.

Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	1	\$3,00	\$30,00
Trapeador	1	\$8,00	\$8,00
Pastilla desinfectante	2	\$2,50	\$5,00
Cloro 1 Gal	1	\$4,50	\$4,50
Desinfectante	1	\$1,00	\$1,00
Guantes de limpieza	1	\$0,40	\$0,40
Esponja lavaplatos	2	\$0,40	\$0,80
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1,75	\$1,75
Lavavajillas líquido	2	\$1,40	\$2,80
Pala	1	\$2,50	\$2,50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$4,60	\$4,60
Papel higiénico	2	\$0,60	\$1,20
Toalla de papel	2	\$3,50	\$7,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$8,50	\$8,50
TOTAL			\$51,05
TOTAL, ANUAL			\$612,6

Nota. En la siguiente tabla se observa los materiales de limpieza que va utilizar la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

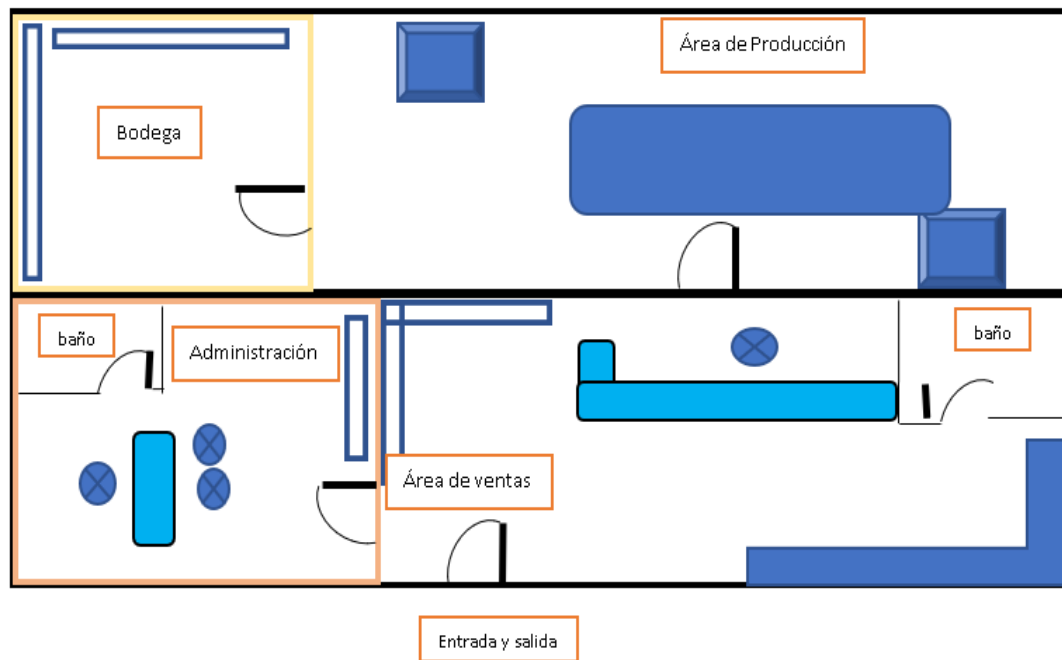
Estudio arquitectónico.

“Chokiorganic” permite un aforo de (12 personas) considerando los espacios destinados a cada área.

Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 25.

Estructura interna del establecimiento



Nota. en la siguiente imagen se puede apreciar la estructura interna del establecimiento, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los tramites y permisos pertinentes.

Servicio de Rentas Internas / SRI

Para legalizar la empresa Chokiorganic y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos:

- 1.- Cédula de identidad (Presentación)
- 2.- Certificado de votación (Presentación)
- 3.- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- 4.- Escritura pública de constitución
- 5.- Nombramiento del representante legal
- 6.- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público (SRI, 2022).

Patente Municipal

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso la Municipalidad de Machala. Los requisitos que se solicitan son:

- 1.-Copia de cédula y certificado de votación.
- 2.-En caso del bien inmueble propio presentar copia del pago del impuesto predial urbano actual, o copia del contrato de arrendamiento según sea su caso (por cada uno de los establecimientos que consten en el documento del S.R.I.).
- 3.- Copia del Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- 4.- Formulario de patente municipal (lo solicita en Tesorería USD 1,00).
- 5.- Copia del RISE o RUC vigente (IESS,2022).

IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)

Los requisitos son:

- 1.- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- 2.- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- 3.- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- 4.- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- 5.- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- 6.- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal (IESS,2022).

5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

Objetivo de área

Chokiorganic está comprometida con el cuidado del medio ambiente por lo cual ha detectado aquellos impactos ambientales dentro de la misma para darles una solución o buscar medidas adecuadas para contrarrestar el impacto.

A través de las buenas prácticas de manufactura, seguridad industrial y seguridad ocupacional Chokiorganic dará cumplimiento a las medidas de protección y conservación ambiental.

Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar chokiorganic

Los problemas de tipo medioambiental que chokiorganic identifica son:

- 1.- Residuos
- 2.- Iluminación
- 3.- Ruidos
- 4.- Aguas

Residuos

- 1.- Desechos orgánicos. (cáscaras de fruta o verdura, restos de comida, cascarones de huevo, pan, tortillas, filtros para café, bolsitas de té, heces de animales, lácteos (sin recipiente), huesos, semillas, flores, pasto y hojarasca.)
- 2.- Desechos sólidos urbanos. (Periódicos, revistas, embalajes de cartón, envases de papel, cartón, etc.)

Iluminación

Uno de los impactos ambientales de Chokiorganic es la iluminación por la cantidad de focos que existen para el alumbrado del local, además la maquinaria, letreros y las vitrinas de exhibición que necesitan estar en frío o en calor y por ende consume energía eléctrica.

- 1.- Gastos de mucha energía eléctrica
- 2.- Maquinarias
- 3.- Letreros
- 4.- Vitrinas de exhibición

Ruidos

Chokiorganic genera una contaminación por ruido debido a las maquinarias y electrodomésticos que son necesarios para la exhibición de productos.

- 1.- Ruidos de las máquinas.
- 2.- Ruidos de electrodomésticos.

Aguas

Chokiorganic ha considerado como contaminación al agua los siguientes aspectos:

- 1.- Gran consumo de agua.
- 2.- Productos químicos usados para la limpieza.

Medidas para contrarrestar los impactos generados por Chokiorganic.

- 1.- Uso de Focos ahorradores para contrarrestar con el uso excesivo de la luz.
- 2.- Adquirir equipos de trabajo que generen bajos niveles de energía.
- 3.- Uso de productos de limpieza de menor impacto para el medio ambiente.
- 4.- Evitar el desperdicio innecesario de agua, teniendo un control al momento de hacer uso del baño, cerrar todas las llaves, no gastar mucha agua cuando se lava los utensilios.
- 5.- Usar productos ecológicos y biodegradables para no contaminar el medio ambiente.
- 6.- Utilizar equipos de protección individual, orejeras y tapones, que cumplan la norma UNE EN 352-1 y 352-2, respectivamente.
- 7.- Adquirir equipos de trabajo que generen bajos niveles de ruido.

Impacto social

Igualdad de género

Chokiorganic está a favor de la igualdad de género, por ello no tiene problema alguno en contratar a hombres o mujeres siempre y cuando estos sean responsables en sus labores

Generar empleo

Chokiorganic genera empleos a personas sin importar su nivel académico, lo importante es cumplir con el perfil solicitado y estar comprometido con la empresa.

Todos los colaboradores contarán con los mismos beneficios que exige la ley y propios de la empresa, tales como: salario acorde al mercado, seguro social,

vacaciones; y entre los beneficios propios de la empresa contarán con: día libre por su cumpleaños, capacitaciones y reconocimiento por su buen desempeño.

6. PROCESO FINANCIERO

Introducción

En este capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa para ver si es viable y rentable.

Activos fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, en los activos fijos se toma en cuenta los equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles y enseres. (Debitoor, 2020).

El total de activos fijo de la empresa Chokiorganic es: \$5.991,42.

Tabla 26.

Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	\$1.788,43
Equipos y Maquinarias	\$3.287,99
Equipos de Computación	\$770,00
Equipos de seguridad	\$145,00
Total	\$5.991,42

Nota. En la siguiente tabla se observa los activos fijos de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Activos diferidos

En la empresa Chokiorganic se tiene un total de \$1.200,00 los cuales van a ir destinados para el funcionamiento de la empresa entre ellos están: gastos legales, el permiso de funcionamiento, patente municipal.

Tabla 27.

Activos diferidos.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos constitucionales	\$1.200,00
Total	\$1.200,00

Nota. En la siguiente tabla se observa los activos diferidos de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Capital de trabajo

El capital de trabajo es un indicador financiero que se utiliza para determinar los recursos financieros con que dispone una empresa para operar sin sobresaltos y de forma eficiente. (Gerencie,2022)

El total de capital de trabajo en 12 meses es: \$36.151,50. En el cuales esta: sueldos \$19.100,4; servicios básicos \$564,00; material de oficina/ limpieza \$865,08; alquiler de local \$3.000,00; publicidad \$1.410,6; adquisición de materia prima \$1.000,00; gastos financieros \$3.080,00.

Tabla 28.

Capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	12 meses
Sueldos	19.100,4
Servicios Básicos	564,00
Material oficina/ limpieza	865,08
Alquiler local	3.000,00
Publicidad	1.410,6
Adquisición de materia prima	1.000,00
Gastos financieros	3.080,00
TOTAL, INVERSION	29.020,08

Nota. En la siguiente tabla se observa el capital de trabajo de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Total, de inversión

El total de inversión en 12 meses es: \$36.211,50.

Tabla 29.

Total, de inversión.

TOTAL, DE INVERSIÓN	
	12 meses
Total, Activos Fijos	\$5.991,42
Total, Activos Diferidos	\$ 1.200,00
Total, Capital de Trabajo	\$29.020,08
Total	\$36.211,50

Nota. En la siguiente tabla se observa el total de inversión de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Sueldos

El sueldo es la retribución que recibe mensualmente un trabajador por las funciones que desempeña en su puesto de trabajo. Esta retribución es pactada mediante un contrato de trabajo generalmente y con una duración determinada. (Billin,2022).

En la siguiente tabla se puede observar el sueldo que va a tener los colaboradores los cuales son: Administrados \$500,00; Chef \$425,00; Auxiliar de cocina \$425,00; también se observa el sueldo anual de los colaboradores, el IESS Patronal que es de (11,15%), IESS Personal que es de (9,45%).

Tabla 30.

Sueldos.

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMP.	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador	500,00	6.000,00	567,00	669,00	6.102,00
Chef	425,00	5.100,00	481,95	568,65	5.186,7
Auxiliar de cocina	425,00	5.100,00	481,95	568,65	5.186,7
TOTAL	1.350,00	16.200,00	1.530,9	1.806,3	16.475,4

Nota. En la siguiente tabla se observa el sueldo de los colaboradores en la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

En esta tabla se observa los sueldos de los colaboradores y los décimos 3* y décimo 4*.

Tabla 31.

Sueldos y décimos.

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL, DECIMOS
Administrador	500,00	425,00	500,00	925,00
Chef	425,00	425,00	425,00	850,00
Auxiliar de cocina	425,00	425,00	425,00	850,00
TOTAL	1.350,00	1.275,00	1.350,00	2.625,00

Nota. En la siguiente tabla se observa el sueldo de los colaboradores y sus décimos en la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

En la siguiente tabla se observa el total de sueldos es \$16.475,4, total de decimos \$2.625,00 y el total anual \$19.100,4.

Tabla 32.

Sueldos y décimos anual.

TOTAL, SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
16.475,4	2.625,00	19.100,4

Nota. En la siguiente tabla se observa el sueldo de los colaboradores y sus décimos en la empresa Chokiorganic, Pizarro, J. (2022). Sueldo y décimos. Machala.

Depreciación activos fijos

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. (Aclce, 2021).

En el siguiente cuadro se observa los activos fijos de la empresa: muebles y enseres tiene un grado de depreciación de 10%, equipos y maquinaria un grado de depreciación de 10%, equipos de computación tiene un grado de depreciación de 33,33%, dando así un total de depreciación \$2.616,62.

Tabla 33.

Depreciación de activos fijos.

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Muebles y Enseres	\$1.788,43	10%	544,5
Equipos y Maquinaria	\$3.432,99	10%	\$1.270,00
Equipos de computación	\$770,00	33,33%	\$795,92
TOTAL, DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			\$2.616,62

Nota. En la siguiente tabla se observa la depreciación de activos fijos de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Amortizaciones

Es el valor que recupera la empresa por constitución misma, la amortización de la empresa es de un 20% que esto da un total de \$240,00, ya que el gasto de constitución es de \$1.200,00.

Tabla 34.

Porcentaje de amortización.

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución de la empresa	\$1.200,00	20%	\$240,00

Nota. En la siguiente tabla se observa el porcentaje de amortización de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Tabla de amortización

A continuación, se observa la tabla de amortización, que tiene el valor de \$22.000,00 que se pedirá a una entidad bancaria, con el plazo de 5 años, y una tasa de interés del 14%.

Tabla 35.

Amortización.

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	\$22.000,00			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	22.000,00
1	6.408,24	3.080,00	3.328,24	18.671,76
2	6.408,24	2.614,05	3.794,19	14.877,57
3	6.408,24	2.082,86	4.325,38	10.552,19
4	6.408,24	1.477,31	4.930,93	5.621,26
5	6.408,24	786,98	5.621,26	0,00

Nota. En la siguiente tabla se observa la tabla de amortización de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Estructura capital

Una empresa se puede financiar con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital. En otras palabras, la estructura de capital, es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones. (Esparza, s.f.).

Capital propio \$14.211,5 esto equivale a una estructura de 39%, un costo de 15% con una tasa de descuento de 5,9%; el capital financiero \$22.000 esto equivale a una estructura de 61%, un costo de 14% con una tasa de descuento de 8,5% con un total de inversión de \$36.211,5

Tabla 36.

Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	\$14.211,5	39%	15%	5,9%	
Capital Financiero	\$22.000,00	61%	14%	8,5%	
Total	\$36.211,5	100%		14,4%	TMAR

Nota. En la siguiente tabla se observa estructura de capital de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Punto de equilibrio

En la siguiente tabla se observa los costos fijos que va a tener la empresa los cuales son: arriendo \$250, sueldos \$1.591,7, servicios básicos \$47, Materia prima: \$83,33, el total de los costos fijos es de \$1.972,03.

Tabla 37.

Costos fijos.

COSTOS FIJOS	
Arriendo	\$250,00
Sueldos	\$1.591,7
Servicios Básicos	\$47,00
Materia prima	\$83,33
Total	\$1.972,03

Nota. En la siguiente tabla se observa los costos fijos de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

El margen de contribución de una empresa a lo largo de un periodo contable se calcula con la diferencia entre el volumen de ventas y los costes variables. (Debitoor, s.f.).

El precio de la tableta de chocolate es de \$8.195, el costo de la table de chocolate es \$2.976, la ganancia es de \$5.219.

Tabla 38.

Margen de contribución.

Precio tableta chocolate.	\$8,195	
Costo tableta de chocolate.	\$2,976	
Ganancia	\$5,219	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Nota. En la siguiente tabla se observa el margen de contribución de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables. (Moreno, 2021).

En la siguiente tabla se puede observar que se debe vender 378 tabletas de chocolate mensuales, es decir 12,6 tabletas de chocolates diarias, y las ventas proyectadas es de 800 para que pueda a ver una ganancia.

Tabla 39.

Punto de equilibrio.

	NÚMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	378	\$8,195	\$3.096,5
COSTO	378	\$2,976	\$1.124,5
GASTO			\$1.972,03
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Nota. En la siguiente tabla se observa el punto de equilibrio de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Tabla 40.

Ventas proyectadas.

VENTAS PROYECTADAS			
NÚMERO	VALOR	TOTAL	
800	\$6.556,00	\$78.672,00	VENTAS
800	\$2.380,80	\$28.569,60	COSTO

Nota. En la siguiente tabla se observa las ventas proyectadas de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Costos de venta

En el costo de ventas está proyectada a 5 años, en el cual se muestra las ventas proyectadas y sus valores, en el primer año tenemos una utilidad neta de \$13.428,00 mientras que para el año 5 se espera una utilidad de \$16.910,10.

Tabla 41.

Costo de ventas.

COSTO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		78.672,00	81.040,03	83.479,33	85.992,06	88.580,42
COSTO DE VENTAS		28.569,60	29.429,54	30.315,37	31.227,87	32.167,83
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		50.102,40	51.610,48	53.163,96	54.764,19	56.412,60
GASTOS ADMINISTRATIVOS		19.100,40	19.675,32	20.267,55	20.877,60	21.506,02
SERVICIOS BASICOS		564,00	580,98	598,46	616,48	635,03
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		865,08	891,12	917,94	945,57	974,03
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		3.000,00	3.090,30	3.183,32	3.279,14	3.377,84
PUBLICIDAD		1.410,60	1.453,06	1.496,80	1.541,85	1.588,26
DEPRECIACIONES		778,78	778,78	778,78	778,78	778,78
AMORTIZACIONES		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
UTILIDAD OPERATIVA		24.143,54	24.900,92	25.681,11	26.484,77	27.312,63
GASTOS FINANCIEROS		3.080,00	2.614,05	2.082,86	1.477,31	786,98
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		21.063,54	22.286,88	23.598,25	25.007,47	26.525,65
BASE IMPOSITIVA		7.635,53	8.078,99	8.554,36	9.065,21	9.615,55
UTILIDAD NETA		13.428,00	14.207,88	15.043,88	15.942,26	16.910,10

Nota. En la siguiente tabla se observa las ventas proyectadas de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico. brinda información sobre los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez del negocio (Eserp, s.f.).

En la siguiente tabla se observa que en el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$11.118,55, mientras que para el quinto año este aumentará a \$12.307,63.

Tabla 42.

Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		24.143,54	24.900,92	25.681,11	26.484,77	27.312,63
DEPRECIACION		778,78	778,78	778,78	778,78	778,78
AMORTIZACION		240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
- BASE IMPOSITIVA		7.635,53	8.078,99	8.554,36	9.065,21	9.615,55
- GASTOS FINANCIEROS		3.080,00	2.614,05	2.082,86	1.477,31	786,98
- PAGO CAPITAL		3.328,24	3.794,19	4.325,38	4.930,93	5.621,26
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-36.211,50	11.118,55	11.432,48	11.737,29	12.030,11	12.307,63

Nota. En la siguiente tabla se observa el flujo de caja de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

Cálculo del TIR y el VAN

Para terminar el análisis financiero tenemos el último punto que es el de cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

VAN (Valor actual neto)

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. (Conexión ESAN,2017).

El van de la empresa es de \$4.876,17, el negocio si es factible.

TIR (Tasa interna de retorno)

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador financiero muy parecido al valor actual neto (VAN), pero a diferencia de este no es un indicador de valor sino de rentabilidad (Conexión ESAN,2017).

TIR de la empresa es de 18,18% esto le brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa, teniendo una diferencia del 3,79% con el TMR.

Tabla 43.

VAN/TIR.

CÁLCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	4.876,17
TIR	18,18%
TMAR	14,39%

Nota. En la siguiente tabla se observa el VAN y TIR de la empresa Chokiorganic, elaboración propia de: Pizarro, J. (2022).

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.- Chokiorganic surge con la finalidad de satisfacer las necesidades fisiológicas y sociales de los clientes. A través de la investigación de mercado se determinó la gran acogida que tendría Chokiorganic en el sector, por ello se trabajará con productos y personal de calidad para brindar una buena atención a los clientes con el objetivo de fidelizarlos.

2.- El target al cual va dirigido Chokiorganic es la población entre 15 y 40 años, quienes según las encuestas son aquellos con mayor interés en comprar estos productos, asimismo se pudo determinar la necesidad de realizar promociones y publicidades vía redes sociales para la atracción de más clientes y el reconocimiento de marca.

Chokiorganic ha logrado reconocer su competencia directa e indirecta, por lo cual, ha buscado estrategias de marketing, buenos proveedores, personal capacitado y un ambiente agradable para lograr iniciar y permanecer en el mercado.

3.- Chokiorganic busca la formalización de su empresa, por lo cual contará con los permisos de funcionamiento y constitución respectivos.

4.- Saber reconocer los factores ambientales y sociales de la empresa es de suma importancia, puesto que, de esta manera se puede buscar métodos para contrarrestar este tipo de impactos.

5.- El análisis financiero indica que el plan de negocio es factible y rentable.

Recomendaciones.

- 1.- Antes de iniciar un plan de negocio recomiendo realizar un análisis del mercado al cual se va a ingresar, precios, competencia, acogida, con la finalidad de descartar ideas prematuras y elegir la mejor opción para ser analizada.
- 2.- Realizar un análisis a profundidad de los factores internos y externos que favorecen o amenazan a la idea de negocio.
- 3.- Establecer adecuadamente las funciones del personal, con la finalidad de lograr un compromiso con la empresa.
- 4.- Al momento de realizar la evaluación financiera recomiendo que todos los datos a usarse en la misma sean reales o al menos muy cercanos a la realidad, puesto que, si se usan valores ficticios los resultados no serán factibles, y no necesariamente significa que el plan de negocio no tenga viabilidad.
- 5.- Se recomienda crear estrategias de marketing con la finalidad de incrementar las ventas, fidelizar clientes y logra el reconocimiento de la marca.

Referencias

Acosta, K. (2012, mayo, 24). La Pirámide De Maslow.

<https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/>

Alcaldía de Machala. (2022). Requisitos de Patente para Personas Naturales.

<https://www.machala.gob.ec/tramites/recaudaciones/>

ACL - Servicios de Auditoría Externa. (2021, enero 21). Depreciación de Propiedad,

Planta y Equipo. <https://acl.com.ec/depreciacion-de-propiedad-planta-y-equipo/>

Billin. (2018, octubre 5). ¿Qué es el Sueldo y Salario? Diferencias – Glosario

<https://www.billin.net/glosario/definicion-sueldo/>

Control sanitario. (2018). PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO - TASAS DE

SERVICIOS 2018. <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/tasas-servicios-arcsa-201800152760015155928103.pdf>

Conexión ESAN. (2017, 01, 24). Fundamentos financieros: el valor actual neto (VAN).

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van>

Conexión ESAN. (2017, 01, 24). Un indicador clave de rentabilidad: la tasa interna de

retorno (TIR). <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/un-indicador-clave-de-rentabilidad-la-tasa-interna-de-retorno-tir>

Debitoor.es. (s.f). Activo fijo - ¿Qué es un activo fijo?

<https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>

Debitoor.es. (s.f). ¿Qué es el margen de contribución?

<https://debitoor.es/glosario/definicion-margen-contribucion>

El Comercio. (2021, 12, 14). Lasso declara ‘prioridad nacional’ el otorgamiento de

créditos al 1%de interés. <https://ocaru.org.ec/2021/12/14/lasso-declara-prioridad-nacional-el-otorgamiento-de-creditos-al-1-de-interes/>

ESERP Business School. (2022). ¿Qué es el flujo de caja y cómo calcularlo?

<https://es.eserp.com/articulos/que-es-el-flujo-de-caja/>

Gerencie.com. (2022, 01, 04). Capital de trabajo. [https://www.gerencie.com/capital-](https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html)

[de-trabajo.html](https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html)

IESS, (s.f.) Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral: (solicitud de clave para Empleador). <https://www.iesgob.ec/en/web/empleador/registro-de-empleador>

INEC. (2010). Población por Sexos y Grupos de Edad. <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Luis, J. (s.f). ESTRUCTURA DE CAPITAL. <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>

Martínez, A. (2021, enero, 04). Siete beneficios de chocolate que no sabías. <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/nutricion/2020/12/29/siete-beneficios-chocolate-sabias-176170.html>

MAGAP. (s.f.). MAGAP impulsa proyecto de reactivación del Cacao Fino y de Aroma. <https://www.agricultura.gob.ec/magap-impulsa-proyecto-de-reactivacion-del-cacao-fino-y-de-aroma/#:~:text=Est%C3%A1%20previsto%20que%20Ecuador%20exporte,700%20millones%20de%20d%C3%B3lares%20anuales.>

Ministerio de industrias y productividad. (2014, 10, 01). Subsecretaria de la calidad.

[https://tsapps.nist.gov/notifyus/docs/wto_country/ECU/corrigenda/pdf/ECU215_add_1\(spanish\).pdf](https://tsapps.nist.gov/notifyus/docs/wto_country/ECU/corrigenda/pdf/ECU215_add_1(spanish).pdf)

Moreno, M. A. (2021, junio 8). El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia

estratégica. Elblogsalmon.com; El Blog Salmón.

<https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>

Raerburn, A. (2021, julio, 01), Análisis FODA qué es y cómo usarlo (con ejemplos).

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Servicios de Rentas Internas. (2022, junio, 09). Inscripción del Registro Único de

Contribuyente (RUC) para persona jurídica privada (civiles y comerciales).

<https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-juridica-privada-civiles-comerciales>

Anexos



Identificación de reporte de similitud: oid:11830:163080126

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS COMPLETA_JUAN JOSÉ PIZARRO
.docx

AUTOR

Juan José Pizarro

RECuento DE PALABRAS

10547 Words

RECuento DE CARACTERES

59498 Characters

RECuento DE PÁGINAS

99 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.0MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 29, 2022 10:18 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 29, 2022 11:54 PM GMT-5

● 18% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 18% Base de datos de Internet
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Bloques de texto excluidos manualmente

Encuesta**Encuesta****Plan de Negocios para producción y comercialización de chocolates artesanales.****1. ¿A que rango de edad pertenece?**

___ 15 – 25.

___ 26 – 40.

___ 41 o más.

2. ¿Conoce usted la diferencia entre un chocolate artesanal y un chocolate comercial, en cuanto a beneficios para la salud del ser humano?

___ Sí.

___ No.

3. Si los beneficios del consumo del chocolate artesanal están relacionados al buen funcionamiento del cerebro, al correcto flujo sanguíneo, estimulante natural que colabora en la parte cognitiva (aprendizaje), ¿estaría dispuesto a cambiar su chocolate comercial por uno artesanal?

___ Sí.

___ No.

4. ¿Cómo prefiere consumir el chocolate?

___ Galletas.

___ Bombones.

___ Postres.

___ Bebidas frías.

___ Bebidas calientes.

Encuesta

Plan de Negocios para producción y comercialización de chocolates artesanales.

5. **¿Qué prefiere de los siguientes atributos al momento de comprar chocolates artesanales?**

☐ Sabor.
☐ Precio.
☐ Atención al cliente.

6. **¿Con que frecuencia usted consume el chocolate?**

☐ Diario.
☐ Varias veces a la semana.
☐ Una vez al mes.
☐ Nunca.

7. **¿En su vínculo social, conoce de personas que consumen chocolate artesanal?**

☐ Sí.
☐ No.

8. **¿Le gustaría recibir el producto a domicilio?**

☐ Sí.
☐ No.

Encuesta

Plan de Negocios para producción y comercialización de chocolates artesanales.

9. ¿Dónde le gustaría encontrar información del producto?

☐ Redes sociales.

☐ Página Web.

☐ Tienda física.

10. ¿Estaría dispuesto a cambiar la tienda habitual donde compra su chocolate por una donde le brinden promociones?

☐ Sí.

☐ No.

Anexo 1. Máquina para fundir chocolate.



Precio: 230,00\$

Anexo 2. Cocina industrial (3 quemadores en acero inoxidable).



Precio: 450,00\$

Anexo 3. Refrigeradora.

Precio: 300,00\$

Anexo 4. Licuadora.

Precio: 49,99\$

Anexo 5. Balanza digital.

Precio: 16,50

Anexo 6. Horno industrial

Precio: 380,00\$

Anexo7. Batidora industrial de 30 litros.



Precio: 650,00\$

Anexo 8. Mostrador refrigerante vitrina



Precio: 1.150,00\$