

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADEMICA EL SENA

PROGRAMA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS



PROYECTO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN “PASTA” DE
CHOCOLATES ARTESANAL EN LA LOCALIDAD DEL SENA”**

Modalidad Proyecto de Grado

Presentado por Univ. Dailza Balcazar Ardaya

Para optar el Título de Licenciatura en Administración de Empresas

Tutor: Lic. Gerardo Saul Rojas Mendoza

Sena – Pando- Bolivia

Gestión 2023

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mis padres: Víctor Alberto Balcázar y Carmela Ardaya, y con todo corazón a mi hijo, Thiago Dilson, por ser mi motor para seguir adelante.

Agradezco a Dios, por darme la vida, y mucha sabiduría para seguir batallando, en mis estudios y ser mi guía, y mi fortaleza para culminar esta etapa de mi vida.

Agradecer, a Dios por haberme Dado las fuerzas suficientes. para seguir adelante con mis estudió, tras años dándome fortaleza y salud, con el propósito de culminar una etapa de mi vida.

A mis Padres: Víctor Alberto Balcázar Silva, Carmela Ardaya A. por a ver sido pilares fundamentales, que me brindaron todo su apoyo, cariño, consejos con la finalidad de que pueda seguir adelante con mis estudios hasta finalizar, es una gran oportunidad que me brindaron y les agradezco mucho.

A mi Hijo: Thiago Dilson por ser mi inspiración y mi felicidad, que con su luz a iluminado mi vida haciendo mi camino más estrecho, por quiero ser un ejemplo para él, es mi motivo más importante de mi vida, el cual a pesar de la distancia siempre estuvo presente conmigo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco, primeramente, a Dios por protegerme, en el transcurso de todo mi camino recorrido, y llenarme de buenas bendiciones, que con su infinito amor me ha dado la sabiduría necesaria, para superar todo obstáculo que se me presento, y las diferentes dificultades a lo largo de mi vida.

A mis padres, por brindarme su apoyo incondicional, gracias al gran esfuerzo que hicieron, para que estudie una carrera universitaria, y así alcanzar, mis sueños, el ser profesional, y ser una persona de bien ante la sociedad.

Agradecer A la universidad amazónica de pando, universidad Académica el Sena, y a la Cerrera: de Administración de empresa, por todo el transcurso recorrido, enseñanzas mediante docente encargados de poder llevar a cabo, nuestro propósito de ser buenos profesionales.

INDICE

	Pg.
RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCION	1
1.1.- TÍTULO DE LA PROPUESTA	1
1.2.- ANTECEDENTES	2
1.3.- NOMBRE DE LA ENTIDAD BENEFICIARIA	3
1.4.- REFERENCIA GEOGRÁFICA	3
1.5.- DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	4
1.6.- FORMULACIÓN DE PROBLEMA	5
1.7.- JUSTIFICACIÓN	5
1.8.- OBJETIVOS	6
1.8.1.- Objetivo General	6
1.8.2.- Objetivo Especifico	6
CAPITULO II SUSTENCION TEORICO	
2.- MARCO TEORICO	7
2.1.- Estudio de Factibilidad	7
2.2.- Factibilidad Operativa	8
2.3.- Factibilidad Técnica	8
2.4.- Factibilidad Económica	8
2.5.- Factibilidad Comercial	8

2.6.- Factibilidad Política y Legal	9
2.7.- Factibilidad de Tiempo	9
2.8.- Importancia del Estudio de Factibilidad	9
2.9.- Estudio de Mercado	10
2.10.- Estudio Organizacional	10
2.11.- Canales de Distribución	11
2.12.- Inversión	11
2.13.- Activos Fijos	12
2.14.- Activos Diferidos	12
2.15.- Capital de Trabajo	12
2.16.- Estado de Resultados	12
2.17.- Flujo de Fondos	12
2.18.- Valor Actual Neto	13
2.19.- Tasa Interna de Retorno	13
2.20.- Generalidades del chocolate	13
2.20.1.- Procedimiento	14
2.21.- MARCO REFERENCIAL	15

CAPITULO III MARCO METODOLOGICO

3.- METODOLOGIA	17
3.1.- Tipo de Investigación	17
3.2.- Métodos	17
3.3.- Población y Muestreo	18
3.4.- Técnicas e Instrumentos de la Investigación	18
3.4.1.- Técnicas	18

3.4.2.- Instrumentos	19
----------------------	----

CAPITULO IV PROPUESTA CENTRAL

4.- ESTUDIO DE MERCADO	20
4.1.- Metodología del Estudio de Mercado	20
4.1.1.- Marco Metodológico	20
4.1.2.- Segmentación del Mercado	21
4.1.3.- Determinación por Familia	22
4.1.4.- La Población (N)	22
4.1.5.- Nivel de Confianza (z)	22
4.1.6.- Resultados del Estudio de Mercado	26
4.1.7.- Proyección de la Demanda	31
4.1.8.- Análisis de la Oferta	33
4.1.9.- Análisis de los Precios	33
4.1.10.- Análisis del Producto Existente	34
4.1.11.- Análisis del Marketing	34
4.1.12.- Plan de Marketing	34
4.1.13.- Objetivo del Plan de Marketing	35
4.1.14.- Beneficiario	35
4.1.15.- Marketing Mix	35
4.1.16.- Producto	35
4.1.17.- Precio	36
4.1.18.- Plaza o Lugar	36
4.1.19.- Promoción	37

4.1.20.- Estrategias de Marketing Digital	37
4.1.21.- Marca del negocio	37
4.2.- ESTUDIO TÉCNICO	39
4.2.1.- Metodología para Realizar el Estudio Técnico	39
4.2.2.- Tamaño del Proyecto	40
4.2.3.- Descripción del Proceso Productivo	40
4.3.- Estudio económico	45
4.3.1.- Inversión	45
4.3.2.- Terreno e Infraestructura	46
4.3.3.- Maquinarias Disponibles	46
4.3.4.- Publicidad	51
4.3.5.- Depreciación	55
4.3.6.- Determinación de Ventas	58
4.4.- ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	59
4.5.- Elaboración del Flujo	59
4.6.- Tiempo de vida de un proyecto	59
4.1.- Flujo de caja económico	61
4.2.- Indicadores económicos del proyecto	61
4.2.1.- Flujo de ingreso	61
4.2.2.- Valor actual net	61
4.2.3.- Tasa interna de retorno	62
4.2.4.- Relación beneficio costo	62
4.3.- IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA CENTRAL	62

4.3.1.- Definición del negocio	63
4.3.2.- Característica	63
4.3.3.- Misión	63
4.3.4.- Visión	64
4.3.5.- Valores	64
4.3.6.- Estudio organizacional	64
4.3.7.- Clasificación de los puestos de trabajo	65
4.3.8.- Funciones del administrador	65
4.3.9.- Funciones del personal técnico especializado	65
4.3.10.- Funciones del personal de limpieza	65

CAPITULO V PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA

5.- PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN DE LA PROPUESTA	67
5.1.- Inversiones Fijas	67
5.2.- CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN	69
5.2.1.- CONCLUSIÓN	69
5.2.2.- RECOMENDACIONES	69
6.- BIBLIOGRAFÍA	71

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 población y muestras	18
Tabla 2 Objetivo Para Realiza un Estudio de Mercado	21
Tabla 3 Proyección de familias	22
Tabla 4 población finita	23
Tabla 5 el Universo de Personas entre hombres y mujeres de 19 a 60 años	23
Tabla 6 Parámetros estadísticos	24
Tabla 7 Valores ya Establecido	24
Tabla 8 nivel de confianza.	24
Tabla 9 error máximo de estimación	24
Tabla 10 Error de Estimación	25
Tabla 11 probabilidad a favor	25
Tabla 12 probabilidad a favor %	25
Tabla 13 probabilidad en contra	25
Tabla 14 probabilidad de fracaso	25
Tabla 15 resultado de la encuesta realizada mediante Google Drive	26
Tabla 16 Análisis de la Demanda	31
Tabla 17 Demanda del Producto	32
Tabla 18 Cantidad Requerida	32
Tabla 19 Cantidad de Producción	33
Tabla 20 Análisis de Precio	34
Tabla 21 Precio unitario del producto	36
Tabla 22 plaza o lugar	37
Tabla 23 presupuesto de publicidad	39
Tabla 24 metodología del estudio técnico	40
Tabla 25 empaque del producto	43
Tabla 26 Terreno e infraestructura	46
Tabla 27 Presupuesto de Maquinaria	46
Tabla 28 Equipo de Computación	48
Tabla 29 Muebles y enseres	48
Tabla 30 Herramientas de Trabajo	49
Tabla 31 Material De Oficina	49
Tabla 32 Material de Limpieza	50
Tabla 33 Licencia de Funcionamiento	50
Tabla 34 publicidad	51
Tabla 35 Gasto Administrativo	51
Tabla 36 sueldos para el personal administrativo y operativo en bs	52
Tabla 37 Materia prima	53
Tabla 38 Consumo de Energía Eléctrica	54
Tabla 39 Servicio Básico	55
Tabla 40 Depreciación	57
Tabla 41 Costo de Producción	58

Tabla 42 Costo de Producción Anual	58
Tabla 43 precio de venta	59
Tabla 44 Metodología del estudio económico Financiero	59
Tabla 45 flujo de caja	60
Tabla 46 flujo de ingreso	61
Tabla 47 VAN	62
Tabla 48 TIR	62
Tabla 49 RBC	62
Tabla 50 característica de la microempresa	63
Tabla 51 Inversión	67
Tabla 52 cronograma de Actividad	68

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fruta de Chocolate “Cacao”	3
Figura 2 ubicación de la localidad El Sena	4
Figura 3 Envase del Producto	20
Figura 4 Censo de Población y Viviendas	21
Figura 5 Pregunta N°1	27
Figura 6 Pregunta N° 2	28
Figura 7 Pregunta N°3	28
Figura 8 Pregunta N° 4	29
Figura 9 Pregunta N°5	29
Figura 10 Pregunta N° 6	30
Figura 11 Pregunta N° 7	30
Figura 12 eslogan	38
Figura 13 del chocolate Seco	41
Figura 14 chocolate en cacao	41
Figura 15 molino eléctrico	42
Figura 16 Balanza Electrónica	42
Figura 17 Proceso de producción	44
Figura 18 Distribuciones de la Microempresa	45
Figura 19 mesa de acero	47
Figura 20sellador térmico	47
Figura 21medio de transporte	47
Figura 22 Proyección del Consumo de Energía Eléctrica	55
Figura 23 organigrama	65

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 encuetas realizadas	74
Anexo 2 Logotipo del Producto	75
Anexo 3 Tarifas de consumo según la empresa (ENDE) de la Población el Sena	75

RESUMEN

El presente proyecto de investigación, se llevó a cabo en la localidad el Sena con la finalidad de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de la microempresa Pastas de Chocolate Delicias, elaborado por chocolate “cacao” artesanal de nuestra región.

Los estudios realizados fueron los siguientes

- Estudio de la población finita: para determinar nuestra demanda potencial y demanda Real
- Se realizo una encuesta mediante el Google Drive: obteniendo resultados de las preguntas que se llevó a cabo, con el fin de obtener datos.
- Se realizo todo el presupuesto correspondiente a nuestra microempresa para determinar los costos y gasto de la empresa.
- Seguidamente se realizó los flujos cajas neto, VAN, TIR, RCB
- Se realizo un flujo grama de los respectivos cargos de los funcionarios públicos
- Se realizo un cronograma de actividad de desarrollo
- Concluyendo con la conclusión y recomendación

En base a los datos obtenidos y resultados de los análisis de la investigación, nuestro proyecto de investigación es totalmente Factible, por lo que se pudo evidenciar una gran demanda de nuestro producto, dando a conocer que sería una gran oportunidad implementar la microempresa

Palabras Claves: **Chocolate, Cliente, Implementación, Factibilidad**

ABSTRACT

The present research project was carried out in the town of Sena with the purpose of conducting a feasibility study for the implementation of the micro-enterprise Pastas de Chocolate Delicias, created by artisanal "cocoa" chocolate from our region.

The studies carried out were the following

- Finite population study: to determine our potential demand and actual demand.
- A survey was conducted using Google Drive: obtaining results of the questions that were carried out, in order to obtain data.
- We made all the budget for our microenterprise to determine the costs and expenses of the company.
- Then the net cash flows, NPV, IRR, RCB, etc. were made.
- A schedule of the respective positions of the public employees was prepared.
- A schedule of development activities was drawn up.
- Concluding with a conclusion and recommendation.

Based on the data obtained and the results of the research analysis, our research project is totally feasible, so it could be evidenced a great demand for our product, revealing that it would be a great opportunity to implement the microenterprise.

Keywords: chocolate, customer, implementation, feasibility, feasibility

CAPITULO I

PRESENTACION

DEL PROBLEMA

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto, es la creación de una microempresa, con el fin de crear productos de muy buena calidad, y así cubrir las necesidades del mercado, al cual nos estamos introduciendo, el de ser una empresa, que se dedique a la comercialización de pastas de chocolate “cacao” artesanal, con precios justos al mercado.

Este emprendimiento nace, con el fin de crear más fuente de empleo, en nuestra región, y así aprovechar los insumos del cacao en esta región del Sena, donde se puede evidenciar que la materia prima si es recolectada, por las siguientes comunidades como ser: sacrificio municipio de puerto rico, palma real, las mercedes, santa rosa, pertenecientes al municipio el Sena, serian considerados principales proveedores de la materia prima.

Para crear una empresa se debe partir de una idea, generalmente son varias las ideas, pero antes de tomar una buena decisión un proyecto debe cumplir con las necesidades de los futuros clientes, una mejor forma de ver el mercado de chocolates son la competencia que se encuentra actualmente en el mercado.

Es por eso que el proyecto a emprender se trata sobre la creación de una microempresa, que se dedique a la comercialización de pastas de chocolate “cacao” de chocolate artesanal.

La Finalidad del Proyecto es Analizar la Factibilidad Económica y Financiera, para la implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de pastas de chocolate. Aprovechar los insumos del cacao, ya que en localidad del Sena se puede evidenciar que la materia prima si es cosechada por las siguientes comunidades como ser: sacrificio municipio de puerto rico, palma real, las mercedes, santa rosa, pertenecientes al municipio el Sena, serian considerados principales proveedores de la materia prima.

Al Realizar la elaboración de este producto gozaríamos de beneficio y se generaría movimiento económico.

De esta Manera nos emos planteado realizar el proyecto de factibilidad para la elaboración y comercialización de chocolate tradicional.

1.1.- Título de la Propuesta

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN “PASTA” DELICIA DE CHOCOLATES ARTESANAL EN LA LOCALIDAD DEL SENA.

1.2.- Antecedentes

A nivel internacional, el cacao a lo largo de su historia ha ido transformando la vida de todos aquellos que lo cultivaron, dándoles nuevas formas de subsistir, incluso nuevas formas de consentirse o simplemente ha sido el secreto de muchos para sus recetas farmacéuticas o de cocina. Sin embargo, ha existido mucha polémica sobre el origen de este árbol, aunque no cabe duda de que es un producto autóctono del Nuevo Mundo y que fue descubierto por los españoles al llegar en sus embarcaciones. (Delgado, 2011).

Hoy en día el chocolate es muy popular alrededor del mundo ya que se convirtió en un producto al alcance de todos y es el perfecto presente para toda ocasión, sin embargo, para lograr un chocolate fino y de sabor impecable es necesario que el chocolate pase por varios procesos que le aportarán el sabor, textura y aroma. Pero para llegar a la elaboración de bombones el chocolate debe atravesar por más etapas. Existen muchos productos que aportan a la elaboración de bombones ya sea como rellenos en el caso de los bombones o como saborizantes y coberturas. (Aleman, 2018).

El cacao en Bolivia tiene distintas oportunidades. Una de ellas es su fama en el mercado mundial por la oferta de cacao orgánico; un segundo aspecto es que su participación es ínfima por lo que el producto no debería tener problemas de ingresar en los mercados mundiales, pues generalmente buscan diversificación de origen para mejorar sus mezclas y así lograr productos distintos; un tercer aspecto es que, a pesar de ser exportadores, el mercado nacional está desabastecido y nuestra balanza comercial es deficitaria. Aguirre. (Castro Prieto, 2012)

En los Departamento de Pando y Beni y parte de los departamentos de Santa Cruz, La Paz y Cochabamba. Se estima que existen aproximadamente 12.115 hectáreas en todo el territorio nacional, de las cuales el 67% se encuentran en el departamento de Beni, siendo aprovechadas sólo el 40% (4.846 hectáreas aproximadamente). (Salazar, 2009)

Existen iniciativas de distinta naturaleza para la explotación, certificación y comercialización de este recurso, la mayoría de los casos son experiencias alentadoras y motivadoras. También se tiene conocimiento que el desarrollo de actividades agrícolas y ganaderas convencionales generan deforestación, problemas ambientales y conflictos sociales; por esto, la actividad cacaotera orgánica y el aprovechamiento sostenible del Cacao son oportunidades para la generación de ingresos sostenibles en las poblaciones locales, y al mismo tiempo, para evitar

los conflictos que se generan por el incremento de la presión de actividades humanas sobre los recursos del bosque (Salazar, 2009)

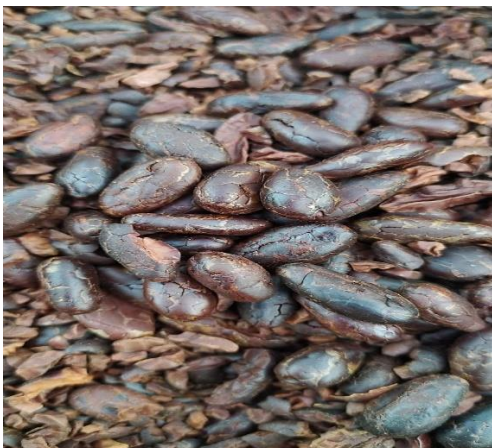


Figura 1 Fruta de Chocolate “Cacao”

Fuente: Elaboración Propia

1.3.- Nombre de la Entidad Beneficiaria

Microempresa “PASTAS DELICIAS”

es una microempresa unipersonal que se dedicará a la elaboración y comercialización de pastas de chocolate, elaborado con el cacao, lo cual ofrecerá una utilidad a la materia prima para convertirla en un producto terminado. Y a si ofreciendo un servicio de deseo, lo cual lo puedan adquirir para toda ocasión, especial y diaria

1.4.- Referencia Geográfica

El estudio fue enfocado en Municipio El Sena (o también conocido como Sena) es una localidad y municipio de la Amazonía boliviana, según el último censo de 2012 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE), la localidad cuenta con una amplia población de 8.258 habitantes, ubicado en la provincia Madre de Dios del Departamento de Pando. En términos de distancia, El Sena se encuentra 252 km de Cobija ya que es la capital departamental que se encuentra a 189 km de Riberalta. El pueblo forma parte de la Carretera Nacional Boliviana.

Este Municipio posee una gran extensión de superficie con 7.589 kilómetros cuadrados y la altura promedio es de 200 metros sobre el nivel del mar. Su terreno es plano con oleajes pequeños. Posee un clima tropical caluroso, húmedo y cálido con una temperatura media anual de 25,5°C. Sus principales ríos son el Madre de Dios, el Manurimi, el Manupare y el Sena.

Está ubicado en la parte occidental de la provincia de Madre de Dios, en la parte sur del departamento de Pando. Limita al este con el municipio de San Lorenzo, al sur se encuentra con el extenso municipio de Ixiamas una de las más grandes provincias del departamento de La Paz, y al norte con el municipio de Puerto Rico en la provincia de Manuripi

Macro localización

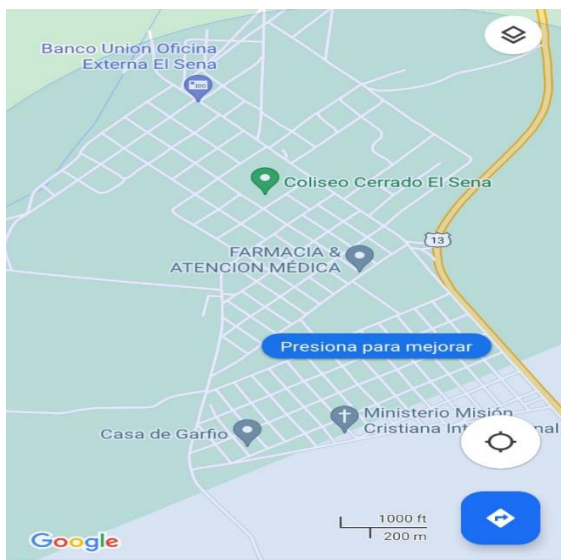


Figura 2 ubicación de la localidad El Sena

Fuente: Elaboración Propia

1.5.- Descripción del Problema

La problemática se origina por la falta de existencia de una microempresa que se dedique a la elaboración y comercialización como ser el de la pasta de chocolate, ya que en la actualidad solo se comercializa de forma tradicional y en condiciones precarias, también se ha evidenciado un crecimiento poblacional demostrando un momento oportuno para el emprendimiento de negocios según la naturaleza de las diferentes demandas de la población. Por tanto, vale indicar que dentro de la región por ser una zona atractiva por las riquezas que posee, riqueza de la materia prima como la nuez de la castaña, copuazu, y el cacao criollo y nativo que existe en las diferentes comunidades productoras agrícolas del municipio.

Este problema se delimita en la creación de una microempresa con altos índices competitivos para la comercialización, pastas delicias de chocolate se ha identificado con la preferencia, gustos y deseo de la población con un producto sin ningún químico extra, a los

insumos naturales que se los encuentra en la naturaleza propia de la región. El negocio del chocolate actualmente se enfrenta a una creciente oferta del producto, en la actualidad la tendencia del consumo del chocolate a nivel departamental se ha incrementado considerablemente debido a diferentes factores, dentro de los cuales se destaca los beneficios que este tiene en la salud ya que contiene una gran cantidad de antioxidantes los cuales ayudan en la captación de radicales libres evitando la muerte celular temprana.

Esta situación se considera un problema porque existente la necesidad de contar con un lugar donde degustar un buen chocolate, saludables, únicos y al gusto del consumidor, con ingredientes único, sin conservantes o grasas hidrogenadas, mediante una estrategia de comercialización enfocada a dar a conocer los productos por medio de diferentes canales de información creando así una imagen, una marca de la empresa que permita a los clientes cautivarlos con el producto.

Por tanto, se pretende es formular un proyecto de inversión, el cual va encaminado a beneficiar a la sociedad en general, mediante la satisfacción posible a los consumidores. El proyecto tiene como objetivo la rentabilidad sobre los recursos que se vayan a invertir y también generar nuevas fuentes de empleo directo, e indirecto, aunque en menor cantidad, que de alguna manera tendrá un impacto positivo en la economía local del área donde se pretende implementar el proyecto.

1.6.- Formulación de Problema

¿Cómo se Podría Realizar un Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Microempresa, de Elaboración y Comercialización de las Pastas de Chocolate, en el Municipio el Sena?

1.7.- Justificación

El presente proyecto de investigación se realiza con la finalidad de llevar a cabo el estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa de elaboración y comercialización de pastas de chocolate, teniendo como finalidad el aprovechamiento de la materia prima de las diferentes comunidades, como también se llegó a realizar un estudio de factibilidad, para la elaboración y comercialización de las pastas de chocolate amazónicos en la población del Sena. Esto permitirá un mayor crecimiento socioeconómico, satisfacer las necesidades del consumidor ofertando un producto dentro el mercado local.

Los aportes que brindara este trabajo de investigación mediante el desarrollo, es una base de datos de información como ser estadísticos de estudios de mercado, y la evaluación económica aplicando los indicadores financieros, como también el aprovechamiento del emprendimiento disponible, en la localidad del Sena beneficios serán empresariales que se dan al contar con un adecuado programa de capacitación, el cual facilitará y brindará el apoyo necesario para lograr la optimización de recursos, ofreciendo mejor producto y mejor rentabilidad.

Esta estrategia beneficiará tanto al cumplimiento de las metas y objetivos empresariales como en la satisfacción de las necesidades que aquí se encuentra.

El aporte más significativo de este producto a nivel social es el de brindar una nueva opción a los consumidores que por diferentes razones requieran este producto.

Con el desarrollo del proyecto de investigación los beneficiarios son tantos externos como internos, vale decir en lo externo la adquisición de empaques e insumo para la producción del producto terminado, interno se considera a generación de fuentes de empleos directo en el momento de la contratación de personal, y en lo indirecto se refiere la obtención de la materia prima, la compra de los diferentes proveedores o agricultores que cosechan el cacao.

1.8.- OBJETIVOS

1.8.1.- Objetivo General

- Desarrollar un estudio de factibilidad para la Implementación de una microempresa para la elaboración y comercialización de pastas Chocolates Artesanal en la Localidad del Sena.

1.8.2.- Objetivo Especifico

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda, para la implementación de una Micro Empresa de elaboración y comercialización de “Pastas Delicias” en la localidad El Sena.
- Determinar los canales de comercialización
- Demostrar la factibilidad económica mediante los indicadores financiero para la implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de pastas de chocolate delicias “cacao”

CAPITULO II

SUNTENTACION TEORICO

2.- MARCO TEORICO

2.1.- Estudio de Factibilidad

El Concepto de factibilidad en el presente estudio tiene una importancia relevante, pues el objetivo central de esta investigación es por ello que hay grupos de investigación que definen la factibilidad así: “Los estudios de factibilidad tiene por objetivo decidir sobre la posibilidad y conveniencia de realizar una idea de proyecto y determinar cuál es la mejor forma de hacerlo. Proveen a los responsables del proyecto de una base objetiva para decidir sobre su continuidad y escoger las mejores alternativas para su realización.” (Ruales, Morales, & Rengifo, 2020, pág. 23)

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse.

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias.

Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa.

Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad.

Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles”. (Chavez, 2001, pág. 1)

Un proyecto factible consiste en un conjunto de actividades vinculadas entre sí, cuya ejecución permitirá el logro de objetivos previamente definidos en atención a las necesidades que pueda

tener una institución o un grupo social en un momento determinado. Es decir, la finalidad del proyecto factible radica en el diseño de una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio.

El análisis completo de un proyecto requiere, por lo menos, la realización de cuatro estudios complementarios: de mercado, técnico, organizacional - administrativo y financiero. Mientras que los tres primeros proporcionan fundamentalmente información económica de costos y beneficios, el último además de generar información, permite construir los flujos de caja y evaluar el proyecto. Tiene por objeto conocer su rentabilidad económica financiera y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos o económicos con que se cuenta, a la mejor alternativa. (Chalán, 2014, pág. 11)

2.2.- Factibilidad Operativa

Por un lado, la factibilidad operativa se relaciona con el personal que tiene que realizar el proyecto. Por eso se analiza si el personal posee las competencias laborales necesarias para desarrollarlo y llevarlo a cabo (Miryán)

2.3.- Factibilidad Técnica

De la misma forma, este aspecto evalúa si la infraestructura técnica que posee la empresa puede responder de manera favorable y eficiente para desarrollar el proyecto o negocio que se tiene planificado. También se debe verificar si las personas poseen los conocimientos técnicos necesarios para poder utilizar el equipo y el software necesario. (Quiroa, s.f.)

2.4.- Factibilidad Económica

En cuanto a la factibilidad económica, se debe realizar un análisis exhaustivo de la relación costo beneficio del negocio o del proyecto y poseer ambos aspectos. Si en la evaluación se observa que los costos superan a los beneficios sería mejor no desarrollarlo. Mientras que, si el beneficio supera los costos, la decisión de la implementación del proyecto se vuelve menos arriesgada, aunque no implica que no existan riesgos. (Quiroa, s.f.)

2.5.- Factibilidad Comercial

Ahora, en la parte comercial se determina si existe una potencial posibilidad que exista un número adecuados de clientes. Estos clientes deben de estar dispuestos a consumir o utilizar los productos que el negocio o proyecto permitirá ofrecer al mercado. Además, se evalúa la logística

de distribución y comercialización para saber si se adecua a las necesidades del mercado. (Quiroa, s.f.)

2.6.- Factibilidad Política y Legal

Claro que, en esta parte se verifica si el tipo de negocio o de proyecto por desarrollar, no atenta o incumple alguna ley o norma de carácter municipal, estatal o mundial. De lo contrario no puede implementarse porque estará en contra de las disposiciones legales y por lo tanto no resulta viable. (Quiroa, s.f.)

2.7.- Factibilidad de Tiempo

Según (Quiroa, s.f.)

Estudio de factibilidad. Economipedia.com)

Por último, la factibilidad de tiempo permite conocer si el tiempo que se tiene planificado para llevar a cabo el proyecto coincide con el tiempo real que se necesita para poderlo implementar

2.8.- Importancia del Estudio de Factibilidad

Según El estudio de factibilidad tiene varios objetivos:

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Saber si lo podremos vender.
- Definir si tendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrará a la mujer en condiciones de equidad
- Definir si contribuirá con la conservación, protección y/o restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuáles son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas del contexto o entorno y soslayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.

- Obtener el máximo de beneficios o ganancias. (Chavez, 2001)

2.9.- Estudio de Mercado

"Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica"

- **Mercado.** - Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo".
- **Oferta.** - "La oferta mide la cantidad de bienes o servicios puestos a disposición del mercado".
- **Análisis de la oferta.** - "El propósito es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una empresa puede y quiere poner a disposición del mercado un producto o servicio."
- **Demanda.** - "Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado". (Chalán, 2014, pág. 14)

2.10.- Estudio Organizacional

El estudio organizacional se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales. El estudio organizacional determinará las funciones específicas de cada área y cargos. (Estudio Organizacional , pág. 116)

En una empresa pequeña, como en el caso de estudio, en función del número de empleados (menor a 50), las actividades serán dirigidas por una o dos personas que generalmente tienen y ejercen su autoridad, recayendo sobre ellas la responsabilidad de la marcha del negocio. A medida que crece la complejidad de las actividades, que se agregan equipos y capitales y se presentan nuevas perspectivas es necesario incorporar más personas para que ejerzan separadamente funciones que antes formaban una unidad. Para apoyar la autoridad de las personas en los cargos que ellas ocupan y responsabilizarlas individualmente, deberá estructurarse una organización de relaciones encauzadas entre las diversas funciones y entre las personas. (Estudio Organizacional , pág. 116)

2.11.- Canales de Distribución

La comercialización de un producto exige conocimiento del mercado destino, experiencia y recursos, la parte fundamental de la estrategia de comercialización es contar con los medios idóneos para hacer llegar el producto al consumidor final (distribuidor mayorista, distribuidor minorista, cadenas de supermercados; casas importadoras, minoristas, etc.) Un canal de mercadeo abarca las etapas por las cuales deben pasar los bienes en el proceso de transferencia entre el productor y el consumidor final. Los canales de distribución se refieren a los diferentes tipos de intermediarios que puede utilizar una empresa para llevar sus productos al consumidor. En el ámbito nacional las empresas de chocolate orgánico ofertan este producto por medio de canales de comercialización de diferentes niveles:

Canal de nivel cero:

- ❖ Productor_ consumidor.

Canal de 1 nivel:

- ❖ Producto_ Detallista_ consumidor.

Canal de 2 niveles:

- ❖ Productor Mayorista Detallista Consumidor. (Catrillo G. Martha N, 2009, pág. 24)

2.12.- Inversión

La inversión está definida como el monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales comprenden: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Para que el rendimiento de los recursos se considere óptimo debe ser igual o mayor al rendimiento que esa misma inversión obtendrá si se la destina a una actividad alternativa de similar riesgo. Las inversiones de naturaleza permanente y estable, se denominan inversiones de largo plazo, y se refieren a las adquisiciones de ciertos bienes que tienen un carácter operativo para la empresa, como los terrenos, edificios, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y cuyo fin son dar soporte a la actividad de producción de bienes y servicios. Las inversiones cuya principal función es servir de soporte a las ventas, se las denominan de corto plazo, ya que se destinan a financiar los activos corrientes tales como: inventarios, cuentas por cobrar, cuentas que se recuperan en plazos inferiores a un año, repitiéndose el ciclo de inversión y recuperación en forma continua. (Burbano Ruiz, págs. 142,143)

2.13.- Activos Fijos

Las inversiones en activos fijos son aquellas que se realizan sobre bienes tangibles de naturaleza permanente, estable, no están disponibles para la venta, tienen un costo representativo y poseen un carácter operativo para la empresa, ya que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o servirán de apoyo para la operación normal del proyecto. Para efectos contables, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación. El terreno normalmente tiende a aumentar de precio por el desarrollo urbano a su alrededor. (Burbano Ruiz, pág. 143)

2.14.- Activos Diferidos

Los activos intangibles o diferidos constituyen derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones para su funcionamiento o actividades productivas. Dentro de los activos fijos intangibles se encuentran el estudio técnico, gastos de constitución, puesta en marcha y gastos de capacitación, los cuales son necesarios para el desarrollo del proyecto. (Burbano Ruiz, pág. 145)

2.15.- Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados. (Lurissy, 2017, pág. 33)

2.16.- Estado de Resultados

El Estado de resultados de utilidad o pérdida es la diferencia entre los ingresos obtenidos y los gastos realizados para obtener dichos ingresos, es decir permite establecer en qué medida los capitales invertidos rinden utilidades o generan pérdidas. Determina la efectividad económica del proyecto al presentar los resultados que se obtendrán por las operaciones de la empresa. (Lurissy, 2017, pág. 33)

2.17.- Flujo de Fondos

Tiende a satisfacer las necesidades de los usuarios puesto que proporciona información contable sobre la utilidad para generar dinero y aplicarlo de manera eficiente. Constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en él se determinen. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008). (Lurissy, 2017, pág. 33)

2.18.- Valor Actual Neto

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión en función de la diferencia entre el valor actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada. El VAN consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente, considerando un porcentaje fijo que representa el valor del dinero en el tiempo, es decir la diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año cero es el Valor Actual Neto. Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008). Según (Lurissy, 2017, págs. 33,34)

2.19.- Tasa Interna de Retorno

La TIR de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación e igualarlos a la inversión inicial, es decir la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero o a su vez que el valor presente de los flujos de caja que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión realizada. El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, “representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”. Aunque ésta es una apreciación muy particular de estos autores (no incluye los conceptos de costo de oportunidad, riesgo ni evaluación de contexto de la empresa en conjunto), sirve para aclarar la intención del criterio. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008) (Lurissy, 2017, pág. 34)

2.20.- Generalidades del chocolate

La producción de cacao en Bolivia se remonta a la época precolonial. La implementación de los sistemas agroforestales con cacao es relativamente reciente, data de hace más de 40 años, cuando en 1961 el Instituto Nacional de Colonización introdujo semillas de cacao híbrido de Ecuador y Trinidad y Tobago en la región de Alto Beni (Espinoza Sophia, Olivera Manuel, Ledezma Juan C., 2013, pág. 11)

En pando en el municipio Sena provincia Madre de Dios por ser unos de los productores nos brinda la ventaja la obtención de nuestra principal e importante materia prima, como es el cacao procesado y convertido en pastas de chocolate.

Debido al que el chocolate es uno de los sabores más apetecidos por los consumidores más especiales por las mujeres y niños, se ha tomado la decisión de darle forma a este exquisito producto a través de una amplia y surtida variedad de productos para satisfacer los paladares hasta los más exigentes del mercado, así como también se pueda satisfacer a aquellos cliente que necesitan cumplir con sus deseos en cuanto al chocolate, para cualquier momento.

- **Implementación.** - Es la ejecución o puesta en marcha o una idea programada, ya sea, de una aplicación informática, un plan modelo científico, diseño específico, estándar, algoritmo o política.
- **Chocolatería.** - establecimiento en el que se elabora o se vende chocolate
- **Tipo de negocio.** - nuestra procesadora de chocolates en pasta representara un concepto desarrollado en nuestro municipio ya que existen panaderías, pastelerías, juguerías, pero ninguna especializada en chocolate este negocio abarca todas esas áreas antes mencionadas, pero con el principal objetivo es sacar todos los derivados posibles del chocolate.
- **Producción.** - En la elaboración del chocolate en muchas de las variedades que ofrecerá, para ello contaremos con un equipo de personas especializadas en la preparación.
- **Sistema de producción.** - el sistema de producción para incurrir en este tipo de negocio no es elevado la inversión, ya que contaremos con una máquina eléctrica polveadora o Mollinedo además que los equipos son de fácil adquisición ya que su elaboración se realizara en nuestro municipio.
- **Instalación.** - Contaremos con un establecimiento en el municipio Sena corazón del departamento pando donde ofreceremos nuestros productos que elaboremos y que tendremos a disposición para el cliente, también el cliente podrá degustar de muchas del as delicias y antojos a base de pastas de chocolates.

2.20.1.- Procedimiento

Para llevar a cabo la elaboración de la pasta, se va adquirir la materia prima principal el cacao por arroba lo cual por arroba contine 12kg y de ello se distribuirá en unas 20 pastas de chocolate.

2.21.- Marco Referencial

Se pudieron identificar estudios realizados que incluyen proyecto de grados, proyecto de investigación similares a nuestro tema que lleva por título, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN “PASTA” DELICIA DE CHOCOLATES ARTESANAL EN LA LOCALIDAD DEL SENA.

Tesis Previa a la Obtención del Título de Ingeniera Comercial

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE CHOCOLATE ARTESANAL.” “CUENCA-ECUADOR”

Actualmente el Ecuador se ha convertido en uno de los blancos más importantes para la comercialización tanto de la fruta del cacao como del chocolate ya procesado gracias a su aroma, sabor y calidad ha sido considerado como uno de los mejores, pues muchas zonas del Ecuador mismo y otros países utilizan el chocolate ecuatoriano en la elaboración de la alta confitería. Es por eso que nos brinda múltiples ventajas respecto a la obtención de la materia prima que es el cacao para convertirlo en un delicioso chocolate.

Debido a que el chocolate es uno de los alimentos más apetecidos por los consumidores especialmente por las mujeres y niños, hemos tomado la decisión de darle forma a este exquisito producto, a través del chocolate natural como son: chocolate natural en presentaciones de pastillas, polvo, bombones y bebidas realizadas con el chocolate natural para satisfacer los paladares del mercado cuencano. Así como también satisfacer a aquellos clientes que necesiten consumir un delicioso producto como lo es el chocolate, para cualquier evento social que tengan y en cualquier momento.

Trabajo de Grado para Obtener el Título de Ingenieros Industriales

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE CHOCOLATE DE MESA 100% NATURAL” PEREIRA / RISARALDA.

El sector agrario es uno de los pilares de la economía colombiana, cuenta con una gran variedad de productos agrícolas que hacen que su oferta sea amplia y se distinga por calidad y variedad. El cacao es uno de esos productos, actualmente su producción ha tenido el apoyo de entes públicos y privados, además se ha dado a conocer a nivel internacional siendo catalogado como uno de los más finos del mundo. La presente investigación aborda el cultivo de cacao en el Valle del Guamuez en Putumayo para la producción de chocolate para ser consumido en

bebida en los hogares colombianos, es por ello por lo que en el presente estudio se analiza la factibilidad para la fabricación de chocolate en base a los antecedentes de investigaciones preliminares en otras regiones y así aplicarlo al proyecto en el sector cacaotero del municipio.

CAPITULO III

MARCO

METODOLOGICO

3.- METODOLOGIA

3.1.- Tipo de Investigación

La presente investigación es descriptiva ya que a partir de la obtención de los datos se procederá a describirlos, registrarlos, analizarlos e interpretar su naturaleza con respecto al tema objeto de estudio (microempresa para la elaboración y comercialización de chocolates artesanal), hasta el punto de convertirse en un estudio analítico porque a partir de la verificación de sus razones y el comportamiento del estudio de mercado se podrá realizar predicciones o proyecciones hacia un futuro.

✓ **Enfoque**

El estudio tendrá un enfoque mixto tanto cualitativo como cuantitativo, para obtener resultados los cuales, se analiza y se vierte datos en un mismo estudio.

- **Enfoque Cualitativo:** De acuerdo al estudio de mercado es necesaria la aplicación de la investigación cualitativo, se necesita conocer los gustos y preferencias del consumidor, qué sienten, piensan y dicen, con la finalidad de saber si el producto tendría aceptación en el mercado.
- **Enfoque Cuantitativo:** de acuerdo a esta investigación es indispensable utilizar el enfoque cuantitativo por que a través de este enfoque se determinara la factibilidad y viabilidad del proyecto.

3.2.- Métodos

En la presente investigación se utilizarán estos tipos de método:

- ✓ **Método Analítico:** Se utilizará el método analítico porque a través de él se identificarán cada una de las partes que componen el problema de investigación como aspectos técnicos, financieros, administrativos y el mercado que se deben tener en cuenta a la hora de poner en marcha el proyecto.
- ✓ **Método Deductivo:** se investigó teorías administrativas y financiera generales mediante varios autores, para aplicarlas en el presente proyecto.
- ✓ **Investigación de Campo:** es el punto donde se llevará a cabo este proyecto, se realizó la investigación pertinente sobre el posicionamiento del mercado, para

determinar la acogida del producto entre los habitantes del sector, lo cual se podrá evidenciar la demanda.

3.3.- Población y Muestreo

Población: la población que se tomara en cuenta para llevar a cabo el estudio son personas de la localidad el Sena, que comprenden las edades de los 18 a 60 años, también se tomará en cuenta el último censo del 2012 con una cantidad de 8.258 dividido por 4 miembro por familia teniendo en cuenta 2064 familias.

Muestreo: para determinar el tamaño de la muestra se aplicará el muestreo probatorio el cual se caracteriza en seleccionar la muestra de forma al azar según el investigador.

Tabla N°1

Población y muestreo

Población	Muestra
Personas de los 19 hasta los 60 años	363encuestas

Tabla 1 población y muestras

Fuente: elaboración propia

3.4.- Técnicas e Instrumentos de la Investigación

3.4.1.- Técnicas

Las técnicas existen para recopilar información los cuales dependen, a utilizarse para el presente trabajo de investigación serán:

- **Observación:** En la presente técnica se evaluará como instrumento diario de campo a través de la lista de cotejo, el mismo que estará dirigido a la población objeto de estudio, donde se observará el mercado competitivo y las diferentes amenazas de un producto sustituto.
- **Cuestionario:** Se aplicará esta técnica que nos permitirá conocer de manera real y fidedigna los resultados en la recolección de datos.
- **Documentación:** En esta técnica se aplicará la ficha bibliográfica con el objetivo de realizar consultas bibliográficas relacionados al tema de investigación para sustentar de forma teórica el proyecto de investigación.

3.4.2.- Instrumentos

Los instrumentos a desarrollarse en la investigación se basan en los siguientes:

- **Hoja de Registro:** El cual nos permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse, por tener una relación directa con el problema de investigación.
- **Encuesta:** Se utilizó este instrumento porque nos permitió obtener información concreta y conocer mejor a nuestro público ya que, con la información recolectada, seremos capaces de poder responder mejor a las necesidades y expectativas de nuestros usuarios.
- **Ficha Bibliográfica:** La cual tiene la facilidad de tener a mano la información, ya que es un instrumento en los que se registran de manera independiente los datos de las obras consultadas, esto nos permitirá identificar un libro en particular, localizarlo físicamente y clasificar las fuentes.

CAPITULO IV

PROPUESTA

CENTRAL

4.- ESTUDIO DE MERCADO

4.1.- Metodología del Estudio de Mercado

Los siguientes tipos de métodos utilizados en este proyecto son descriptivo, Analítico, cualitativo y cuantitativo a partir de información primaria y secundaria.

La indagación de mercado incluye análisis de Demanda Potencial, Demanda real,

El estudio desarrollado se dirige a complacer una necesidad de las muchas que ya existen dentro de la localidad el Sena, para poder recopilar datos de la encuesta, se evidencia la demanda mediante formulario de preguntas.

Todo el trabajo de campo y las investigaciones sobre el formulario de pregunta se llevó a cabo en un lapso de 15 días del mes de marzo del año 2023.



Figura 3 Envase del Producto

Fuente: elaboración propia

4.1.1.- Marco Metodológico

Se elaboró un marco metodológico del estudio de mercado, para realizar un “Estudio de Factibilidad, para la Implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de pastas de chocolate en la población el Sena.

Objetivo	Acciones	Instrumentos
Realizar un estudio de mercado	Segmentación del mercado	Métodos de proyecciones
	Resultados del estudio de mercado	
	Análisis de la demanda	Encuesta del estudio de mercado
	Análisis de la oferta	Análisis de los precios de servicio
	Análisis de Marketing	Estrategias y comercialización

Tabla 2 Objetivo Para Realiza un Estudio de Mercado

Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.- Segmentación del Mercado

Para ejecutar la segmentación se debe dividir un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características, como los comerciantes u amas de casa sabiendo así a dónde va a llegar nuestro producto. Se pretende que nuestro producto llegue a las personas del Municipio El Sena entre las edades de 18 a 60 años.

Como referencia se tomó la tasa del crecimiento poblacional del 1,05% cada año, según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE).



Figura 4 Censo de Población y Viviendas

Fuente: <https://censo.ine.gob.bo/bases-de-datos-censos/>

4.1.3.- Determinación por Familia

El estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de pasta de chocolate de cacao, fue realizado en la localidad el Sena, que forma parte del departamento de pando, esta localidad tiene predominio de personas diferentes lugares de nuestro país, personas entre los 18 a 60 años de edad lo cual nos permitió realizar una proyección muy satisfactoria de la demanda del producto.

AÑO	PORCENTAJE	POBLACIÓN
	1.05%	FAMILIA (TOTAL)
2022		1.667
2023		1.684
2024		1.701
2025		1.718
2026		1.736
2027		1.754

Tabla 3 Proyección de familias

Fuente: Elaboración propia

Tamaño de la Muestra

De acuerdo al tamaño de la población de las Familias, el número de personas para entrevistar se definió según la fórmula de aceptación por variable, para la población finita, se utilizará el muestreo por variable, ya que algunas de muestran preguntan dicotómica y cerrada.

4.1.4.- La Población (N)

Se constituye por la población del Sena según datos del Instituto Nacional de Estadística de Bolivia INE, para la gestión 2023 ascienden un total de 9.251 habitantes entre hombres y mujeres desde los 0 a 60 años, para calcular nuestra muestra y que los datos sean más específicos, se tomó solo la población potencial mente activa que representan un total de 6.668 habitantes, entre las edades de 18 a 60 años de edad.

4.1.5.- Nivel de Confianza (z)

Se considera como la probabilidad de que la muestra refleje de forma precisa la descripción del universo. Esta es la variable que nos permite darle representatividad a nuestra muestra junto con nuestro margen de error. El estándar

mínimo aceptado para esta investigación es del 95% (1.96 en valor numérico). Este valor lo obtenemos de la siguiente tabla.

➤ Formula

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

➤ DATOS

N= Población de estudio 1.667

Z= Margen de confianza 95%

e= Error de estimación 5%

p= probabilidad a favor 50%

q= probabilidad en contra 50%

n= Tamaño de muestra

➤ Descripción de los Datos que se utilizara para remplazar la formula

N= población finita

Tabla 4 población finita

Fuente: Elaboración propia

Población Finita = está formada por un número limitado de elementos.

- Es el número de elemento o sujetos extraídos de una población.
- Lo que estamos buscando.
- Individuo o elementos en los cuales se pueden presentar característica susceptible a ser estudiada.

El universo es de 6.668 personas de hombres y mujeres entre las edades de 18 a 60 años.

Tabla 5 el Universo de Personas entre hombres y mujeres de 19 a 60 años

Fuente: Elaboración propia

Z= Parámetros estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

Parámetros estadísticos

Fuente: elaboración propia

Nivel de confianza: es el grado de certeza (o probabilidad), expresado en porcentaje con el que se pretende realizar la investigación de un parámetro a través de un estadístico muestral.

- El nivel de confianza lo coloca el investigador
- El estándar mínimo aceptado por la industria de mercado es del 95% (1.96 en valor numérico)

Tabla de Valores ya establecidos a nivel probabilístico en estadístico	
Valores de z	
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Tabla 7 Valores ya Establecido

Fuente: elaboración Propia

Se tiene un nivel de confianza del 95% demostrado que el Z

Tabla 8 nivel de confianza.

Fuente: Elaboración Propia

La capacidad de error de muestreo aleatoria resultado de elaboración de una investigación.

Tabla 9 error máximo de estimación

- El “e” lo coloca la investigación con el criterio de certeza que requiera la investigación

e = Error de estimación máximo aceptado es del 5%

Tabla 10 Error de Estimación

Fuente: Elaboración Propia

- El máximo aceptado en la industria de investigación generalmente es de 5% 0,05 en su valor numérico)

Es la probabilidad de que ocurra el evento estudiado

- Probabilidad de éxito o proporción esperada

Tabla 11 probabilidad a favor

- ¿si no conoce P? se debe considerar el equilibrio entre P y Q

Probabilidad a favor 50%

Tabla 12 probabilidad a favor %

Fuente: elaboración propia

q= probabilidad en contra

Tabla 13 probabilidad en contra

Fuente: Elaboración propia.

Es la probabilidad de que no ocurre el evento estudiado.

- Probabilidad de fracaso.

q= probabilidad en contra 50%

Tabla 14 probabilidad de fracaso

Fuente: elaboración propia

- Aplicando
 - ❖ $N= 6.668$
 - ❖ $Z= 95\% = 1,96$
 - ❖ $e=5\% =0,05$
 - ❖ $P=50\% =0,5$
 - ❖ $q= 50\% =0,5$
 - ❖ $n=$ ¿Muestra?

➤ Reemplazando datos

Reemplazando los datos en la formula anterior se obtiene el siguiente tamaño de la muestra:

$$n = \frac{(1,96^2) * 0,5 * 0,5 * 6,668}{0,05^2 * (6,668 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{6,403.94}{17,6279}$$

$$n = 363$$

n= 363 Familias encuestadas

4.1.6.- Resultados del Estudio de Mercado

El desarrollo de encuestas se realizó todo el mes de enero y se culminó fin de mes del año en curso (2023) obtenido los siguientes datos, y así se pudo lograr alcanzar la muestra que se calculó y los resultados se muestran.

Resultados de las encuestas realizada con formulario de Google Drive.

Tabla 15 resultado de la encuesta realizada mediante Google Drive

PREGUNTAS	RESPUESTAS	FRECUANCIA	PORCENTAJE
1.-Cuál es su género?	Mujer	209	58%
	Hombre	154	42%
2.- ¿Sabía usted que el chocolate natural tiene excelentes beneficios para su salud?	si	310	85%
	no	53	15%
3.- ¿usted consume la pasta de chocolate Cacao?	si	308	85%
	no	53	15%
4.-¿usted estaría dispuesto a consumir nuestro producto de la pasta de chocolate “cacao” si hubiese una microempresa que lo elabore?	Si	328	90%
	No	35	10%

5.- ¿mediante el cálculo de producción de su costo estaría dispuesto a pagar 15 Bs por Pastas?	No	63	17%
	Si	300	83%
6.- ¿Cuántas pasta de chocolate consumiría ala semana para su familia?	1 pastas	50	14%
	2 pastas	241	66%
	3 a 4 pastas	68	19%
	4 a 6	4	1%
7.- ¿en cuál área de la población le gustaría que estuviese ubicado nuestro punto de venta?	Barrios	119	33%
	Centro de la población	244	67%

Fuente: elaboración propia

la encuesta la realizamos con el objetivo, de comprender cual es la demanda actual, y que aprobación tendrá este producto en el mercado, y también vamos a poder conocer que cantidad de personas están dispuestas a adquirir la prestación de este producto.

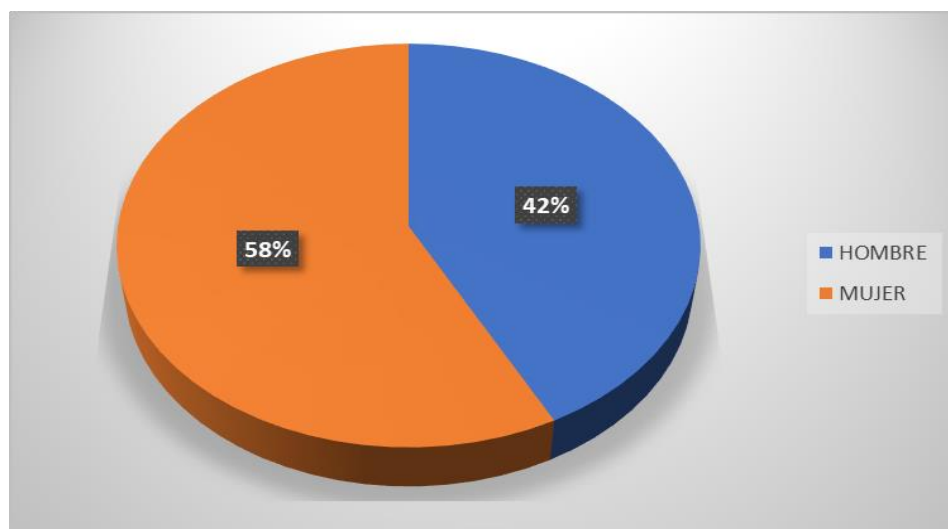


Figura 5 Pregunta N°1

Fuente: elaboración propia

¿Pregunta N°1 cuál es su Genero?

En la pregunta N°1 se puede evidenciar que un 58% de las personas encuestas ha sido mujer y el 42% a sido Hombre Dando como una Totalidad del 100%

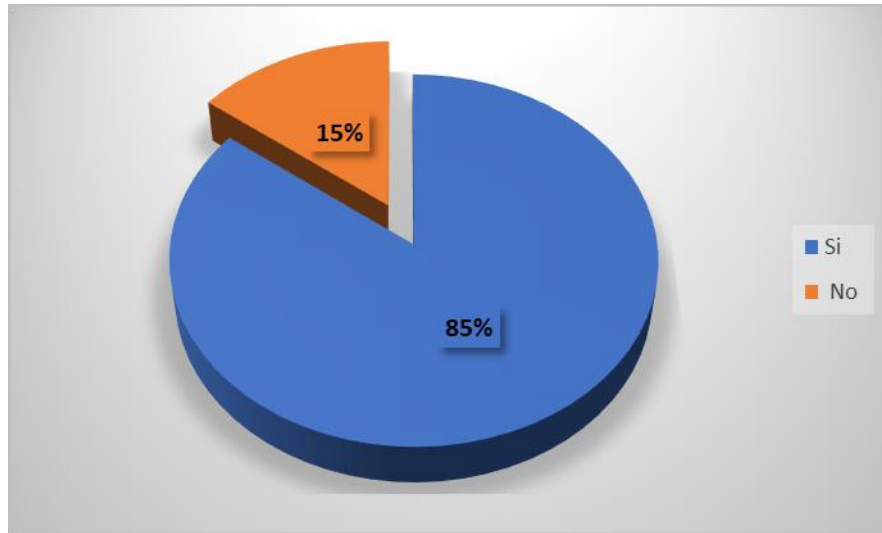


Figura 6 Pregunta N° 2

Fuente: Elaboración Propia

¿Pregunta N°2 Sabía usted que el chocolate natural tiene excelentes beneficios para su salud?

El dato obtenido de la pregunta número 2 es el siguiente, que un 83% tiene conocimiento sobre los beneficios que tiene el chocolate, y 17% no tiene el conocimiento sobre el beneficio.

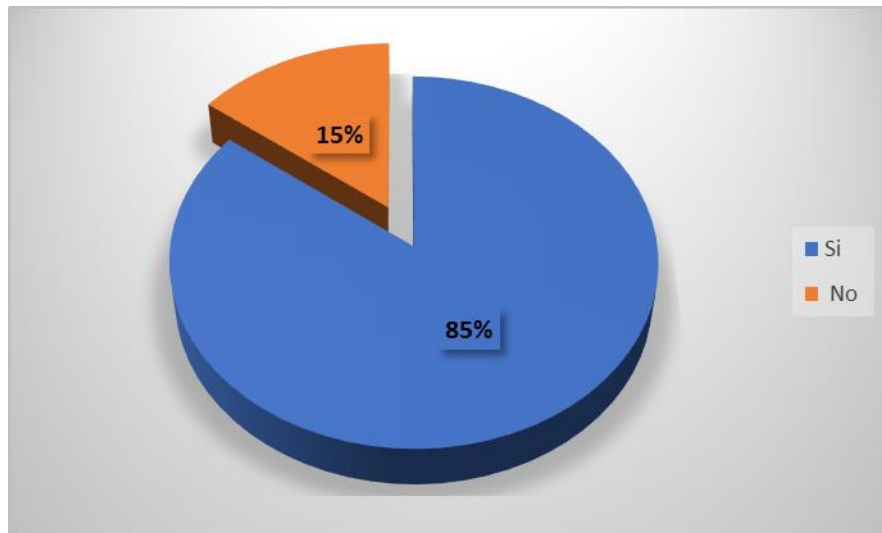


Figura 7 Pregunta N°3

Fuente: elaboración propia

¿Pregunta N°3 usted consume la 'pasta de chocolate Cacao?

En las respuestas de la numero 4 se puede evidenciar que un 85% ya consume lo que es la pasta de chocolate” cacao” y un 15% no lo hace por diferentes razones personales.

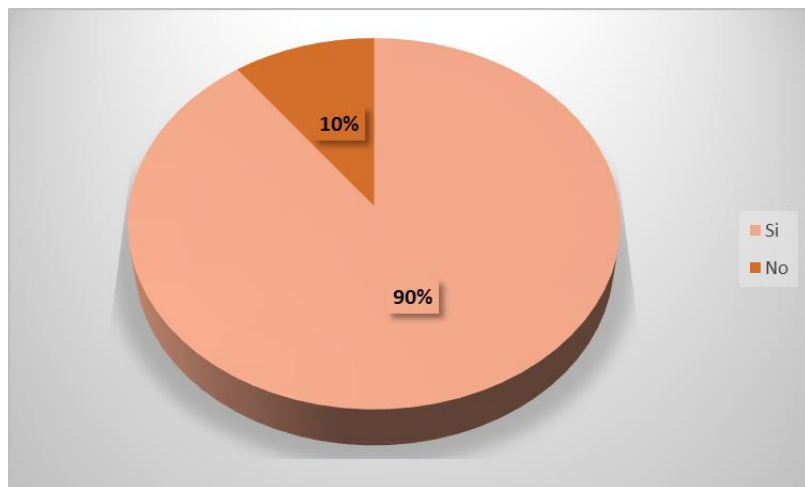


Figura 8 Pregunta N° 4

Fuente: elaboración propia

¿Pregunta N°4 usted estaría dispuesto a consumir nuestro producto de la pasta de chocolate “cacao” si hubiese una microempresa que lo elabore?

En la pregunta número 4 se puede evidenciar que un 90% la población el Sena estaría dispuesto a consumir nuestro producto.

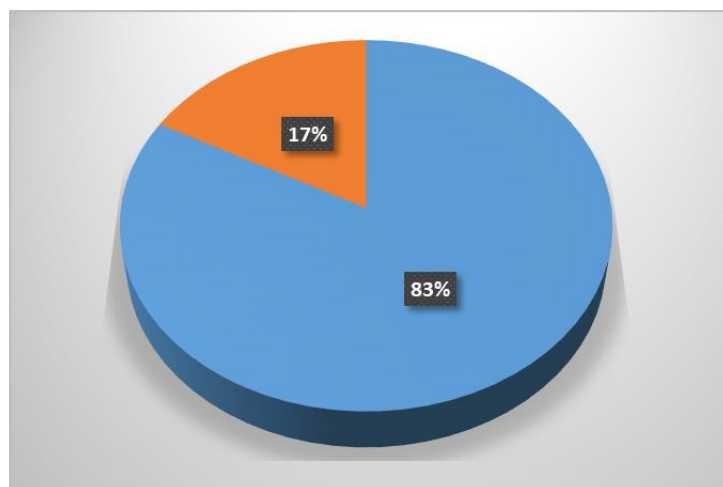


Figura 9 Pregunta N°5

Fuente: Elaboración propia

¿Pregunta N°5 en caso de que lo consuma cuanto estaría dispuesto a pagar?

En la pregunta número 5 se puede evidenciar que un 83% está dispuesto a pagar 14 Bs por una pasta de chocolate

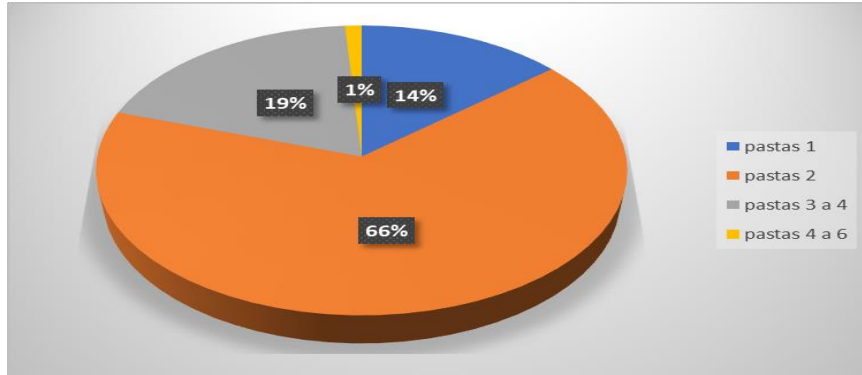


Figura 10 Pregunta N° 6

Fuente: Elaboración Propia

¿Pregunta N°6 Cuántas pasta de chocolate consumiría ala semana para su familia

el dato es el siguiente que un 66% compraría 2 por semana, y un 19% consumiría 3 a 4pastas de chocolate, y un 14% compraría 1 Pasta y un 1% compraría de 4 a 6 por semana.

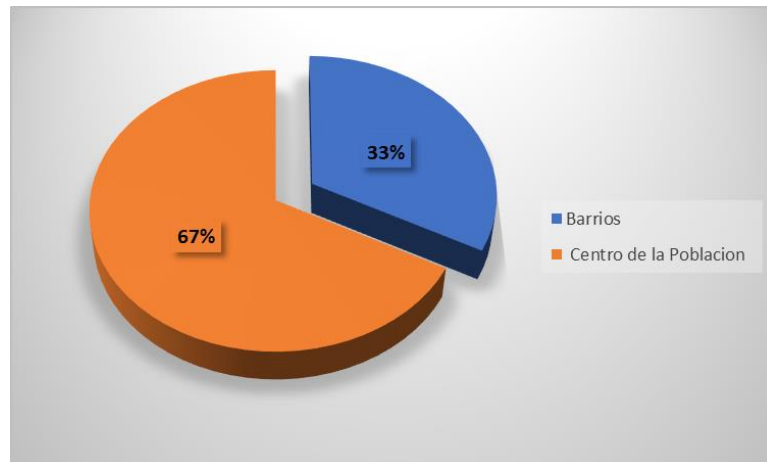


Figura 11 Pregunta N° 7

Fuente: Elaboración Propia

¿Pregunta N°6 en cuál área de la población le gustaría que estuviese ubicado nuestro punto de venta?

En la pregunta número 8 nos da como resultado que un 65,1 sugiere que este ubicado nuestro punto de venta, en el centro de la población.

4.1.6.1.- Análisis de la demanda

Para este análisis de la pasta de chocolate, se analizó la demanda que inicialmente se logró determinar mediante la pregunta 6, la cantidad mensual consumida por la población El Sena, y por este medio también se calculó la cantidad anual de nuestro producto por familia

PREGUNTAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
¿Cuántas Pastas de Chocolate Consumiría a la semana para su Familia”	2 pastas	240	66%
	3 a 4 Pastas	68%	19%
TOTAL			85%

Tabla 16 Análisis de la Demanda

Fuente: elaboración propia

La demanda actual de habitante en la localidad el Sena es de 6.668 personas esta determino de acuerdo en la tabla 3 población total dividido por 4 integrante por familia obteniendo como resultado 1.667 familia la demanda actual es 85%, se puede evidenciar en la tabla 17.

4.1.7.- Proyección de la Demanda

Para esta proyección de la demanda se tomó en cuenta el factor de crecimiento y datos de nuestra población El Sena, con los datos del Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE) demuestran que el crecimiento de la población es de 1,05% además cuenta con todos los resultados que se obtuvieron por medio de estas encuestas realizadas que se requirió para el estudio de mercado.

Formula

- **D=P*C**
- **Datos**
- **P**=población es de 1.667 Familias entre hombres y mujeres mayores de 18 a 60 años de edad
- **C**= según los resultados de la encuesta se consideró el 2 Patas por Familias por resultado de la pregunta N°6 para obtener datos de la demanda potencial.

Reemplazando Datos

- $D = 1667 * 2 * 12$
- 40,008 unidades pastas de chocolate de 400 Gramo

PERIODO	AÑOS	DEMANDA DEL PRODUCTO (400 GRAMO) DE “PASTAS” UNIDAD
		1.05%
0	2022	40,008
1	2023	40,428
2	2024	40,852
3	2025	41,280
4	2026	41,713
5	2027	42,150

Tabla 17 Demanda del Producto

Fuente: elaboración propia

Demanda proyecta desde el año 2022 hasta el 2027. esta proyección nos ayudara a poder determinar la demanda que esperamos abarcar en los próximo 5 años.

Para poder determinar la demanda del año 2022, se tomó en cuenta la población de 6,668 personas entre hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad, dividido entre 4 integrante por familia se obtiene 1,667 familias multiplicado por el consumo de 2 veces por semana y por 12 meses del año, dando como resultado un total de 40,008 unidades de pastas de 400 gramo, se tomó como referencia la Tasa de crecimiento poblacional 1,05% con la capacidad instalada del proyecto solo se pretende satisfacer un 100% de producción asiendo un total de 40,008 unidades de 400 gramos por años.

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD
CHOCOLATE	1	400gram

Tabla 18 Cantidad Requerida

Fuente: elaboración propia.

En la elaboración de la pasta de chocolate es realizada mediante el triturado de la maquina molino, para luego proceder en la forma deseada.

Tabla 19 Cantidad de Producción

DETALLE	HORAS LABORALES	PRODUCCIÓN POR HORAS	PRODUCCIÓN POR DIAS	POR SEMANA	POR MES	POR AÑO
Capacidad de la microempresa	8	20	166	833	3,334	40,008
Cantidad requerida para la elaboración			17.36	138,9	555.6	3,334

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la demanda se determinó nuestra capacidad de producción de kg al año el cual se cubrirá al 100% de nuestra demanda.

4.1.8.- Análisis de la Oferta

En la población el Sena, lugar donde se realizó el estudio de mercado, y se evidencio que en la actualidad si existen vendedores ambulantes, si existe personas que elaboren este producto, pero de forma empírica, que de alguna manera lo elaboran tradicionalmente para luego ponerlo en venta.

En este Proyecto solo se pretende cumplir una demanda del 100%, de la capacidad de producción, proyectada en los 5 años de vida de un proyecto, para así tener una demanda efectiva.

4.1.9.- Análisis de los Precios

Se analizaron los precios existentes en el mercado, dando a conocer producto similar o sustituto que los vendedores ambulantes lo comercializan un precio de (Bs 10)

Descripción	Kg	Precio
Proveedores Ambulante	250Gr	10Bs

Tabla 20 Análisis de Precio

Fuente: Elaboración Propia

4.1.10.- Análisis del Producto Existente

Como podemos ver que se mencionó en el análisis de la oferta en el mercado local no existen micro empresa que elabore este producto

Pero por otro lado los lugares donde facilitan este producto, no lo hacen de manera adecuada, sino lo realizan de forma tradicional, es decir no tiene el cuidado para su elaboración, así que tendremos toda la posibilidad de que los consumidores, si quieren adquirir nuestro producto.

4.1.11.- Análisis del Marketing

4.1.11.1.- Beneficio del Chocolate “Cacao”

El chocolate es un alimento nutricionalmente completo, ya que contiene aproximadamente un 30% de materia grasa, un 6% de proteínas, un 61% de carbohidratos, y un 3% de humedad y de minerales (fósforo, calcio, hierro y magnesio), además de aportar vitamina A y vitaminas del complejo B. La materia grasa del chocolate es la manteca de cacao, la cual contiene un 35% de ácido oleico, un 35% de ácido esteárico, y un 25% de ácido palmítico. El 5% restante está formado por diversos ácidos grasos de cadena corta cuya composición es típica de las diferentes almendras de cacao. La estructuración de los triacilglicéridos que componen la materia grasa del chocolate, se caracteriza por tener un punto de fusión en el rango 27-32°C, y es esta la característica organoléptica más interesante del chocolate, ya que se funde con relativa rapidez en el paladar humano formando una masa cremosa de textura y sabor muy agradable (velazque)

4.1.12.- Plan de Marketing

Utilizaremos el marketing para poder desarrollar planes de negocios, para la captación y fidelización de nuestros clientes potenciales. Para este fin se analizó las estrategias del marketing mix, ya que es un análisis de estrategias que tiene como objetivo poder analizar el comportamiento que tendrán los consumidores, Y así poder desarrollar estrategias basadas en información de investigación de mercado, ya que su finalidad es

poder lograr alcanzar una respuesta a la propuesta para la implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de las pastas de chocolate “cacao”.

4.1.13.- Objetivo del Plan de Marketing

Los objetivos se representan como los siguientes:

- ✓ Establecer nuestra imagen como la mejor microempresa que elabora pastas de chocolate en el la localidad el Sena. Con el mejor producto y una buena calidad.
- ✓ Incrementar nuestra participación en el mercado local.
- ✓ Brindar un valor agregado a la materia prima principal el “cacao”
- ✓ Fidelizar a nuestros clientes que reciban un producto con una buena calidad, logrando que se pueda identificar como una microempresa capaces de satisfacer la demanda existente.

Por el mismo motivo de ser una microempresa con éxito, un estricto seguimiento ya que a su vez una vez puesta en marcha la operación, se revisará semanal y mensualmente, todos los indicadores y metas propuestas para así poder evidenciar el objetivo trazado y lograr alcanzar.

4.1.14.- Beneficiario

La implementación del proyecto será de beneficio para toda la población y alrededor del sector, ya que, aprovechará la materia prima de las comunidades del municipio El Sena, con la finalidad de dar un valor agregado, generando fuentes de empleo y dinamizando la economía.

4.1.15.- Marketing Mix

Se basa en las 4P del marketing, su finalidad es lograr alcanzar una respuesta a la propuesta descrita, desarrollando estrategias, basadas en información de la investigación de mercado con el objetivo de posesionar el producto de la pasta de chocolate “cacao” en la localidad El Sena.

4.1.16.- Producto

La principal actividad de esta empresa es la producción y comercialización de la pasta de chocolate “cacao”, para lo cual se cuenta con los recursos materiales, económicos y humanos necesarios, lo que permitirá cumplir todas las actividades con eficacia y eficiencia.

Dentro de este concepto se brindará la prestación del producto denominado “PASTAS DELICIA (CACAO)” la cual tendrá como objetivo mejorar la calidad del servicio y una buena atención al cliente.

Del mismo modo dentro de los servicios ofrecidos se contará con personal que esté atento al cliente, con ese único objetivo de lograr la satisfacción en el cliente, para que nos puedan recomendar a sus conocidos por el buen producto ofrecido, de la misma manera suplir las necesidades y demandas de los clientes, y así mismo poder suplir las necesidades y demandas de los usuarios, poniendo en práctica todos nuestros conocimientos de manera eficiente y eficaz.

Figura diseño del producto

4.1.17.- Precio

Para realizar el análisis de precios, es necesario tener en cuenta que las políticas de precios determinan la forma en que se comportara la demanda, por ello el establecimiento del precio para poder determinar las estrategias de precios las cuales se utilizaran para ingresar al mercado actual

- **Estrategias de Precios de Penetración en el Mercado:** Esta estrategia de precio es muy importante al momento de ingresar al mercado, ya que para ello es lógico atraer a los primeros clientes, con el señuelo de un precio igual a mayor que el competidor.
- **Estrategia de Precio en Función de la Competencia:** Usar a la competencia como referencia, para fijar los precios ya que es una de las estrategias que se usa de forma habitual.

Tabla 21 Precio unitario del producto

N°	PRODUCTOS	PRECIO UNITARIO PROMEDIO (BS)
1	Pastas de Chocolate	16Bs

Fuente: elaboración propia

4.1.18.- Plaza o Lugar

Para la comercialización de las pastas de chocolate “cacao” su peso será de 350 gramo peso neto, se realizará por dos tipos de canales.

En el primer canal se comercializará directamente en la microempresa a los consumidores mayoristas.

En el segundo se realizará a través canal a través de las tiendas y mercado municipal, para que se

encarguen de llegar al consumidor final con el producto para que esté accesible al público, en una zona estratégica cerca del público objetivo ya sea que se encuentre de ida al trabajo o camino a casa, de esta manera ser eficientes para lograr el posicionamiento en el mercado

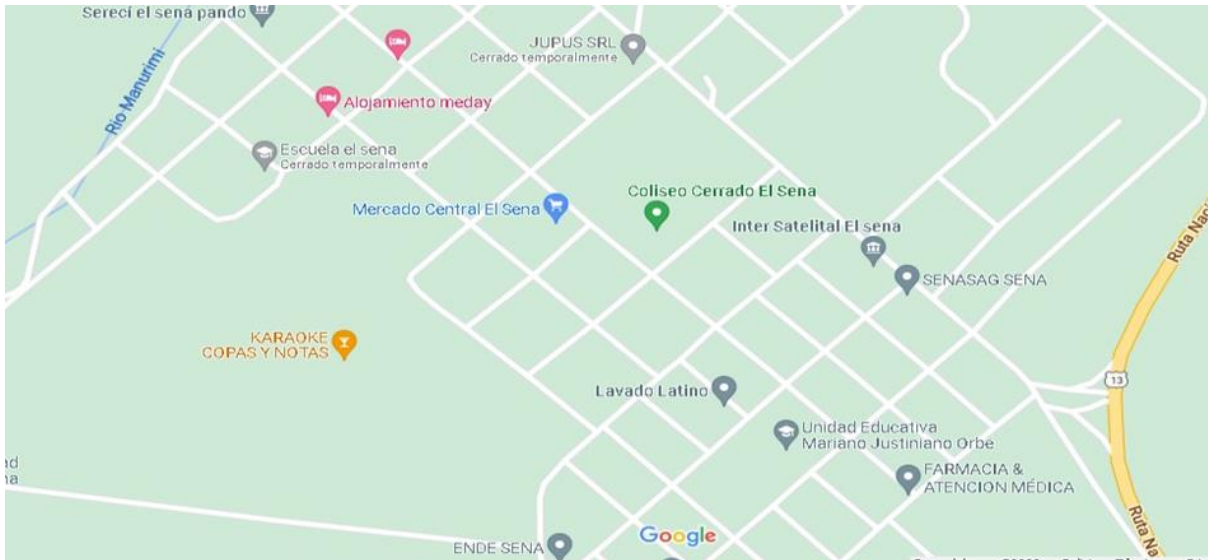


Tabla 22 plaza o lugar

Figura 14: Ubicación geográfica del proyecto de Sena

Fuente: <https://www.google.com/maps/@-11.4886897,-67.2444509,16.5z>

4.1.19.- Promoción

Como parte de la comunicación de nuestra microempresa “PASTAS DELICIAS” se realizará por los medios de comunicación tradicional existente en nuestra población, como radios FM y redes sociales.

4.1.20.- Estrategias de Marketing Digital

En la actualidad vivimos en un mundo muy amplio rodeado de tecnologías que ya son partes de la vida humana, en ese contexto se dará el uso adecuado a la tecnología.

4.1.21.- Marca del negocio

El propósito de nuestro negocio es que pueda ser reconocido casi de forma inmediata por los valores nutricionales, para todo cliente potenciales de la microempresa “PASTAS DELICIAS”



Figura 12 eslogan

Fuente: Elaboración propia

4.1.21.1.- Eslogan

PASTAS DE CHOCOLATE 100% “CACAO”

4.1.21.2.- Marketing en redes sociales

Todas las personas con acceso a internet recurren con más frecuencia a las redes sociales, y es por eso que se utilizará el WhatsApp, ya que será un medio para poder realizar consultas, pedidos, características de la empresa, anuncios y fotos del producto.

4.1.21.3.- Estrategia de Productividad

Si bien el precio es importante para nuestros clientes, también para la empresa es muy importante la rentabilidad, es por ello que la estrategia de productividad se enfocara en el adecuado proceso producción para la obtención de nuestro producto terminado.

4.1.21.4.- Presupuesto de Marketing

Se establece el desarrollo de la estrategia de marketing, ya que se estableció un presupuesto para lograr los objetivos de las estrategias que se mencionan en la siguiente tabla 13.

- ✓ **Radio.** Se establecerá el número de cuñas y el horario de difusión dependiendo de

la sintonía del segmento al que queremos llegar.

- ✓ **Redes sociales.** Por las principales redes sociales como son: Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp, se brindará información del producto.

Tabla 23 presupuesto de publicidad

PUBLICIDAD				
TIPO	HORARIO	TIEMPO (3M)	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL
Radio	de 6:00am a 12: 00 pm	todos los días	5,00	125,00
WhatsApp	grupos	todos los días	6,00	150,00
SUMA TOTAL				275,00
SUMA TOTAL ANUAL				3.300,00

Fuente: elaboración propia

4.1.21.5.- Servicio de facilitación

Lo que se pretende es que nuestros consumidores tengan la mayor información posible sobre la venta de y adquisición del producto, que consta de:

- Dirección respectiva de la microempresa (Google Maps).

Horarios de atención.

- Confirmación de compra por medio de las redes sociales.

4.2.- ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se refiere a la definición de los requerimientos físicos y procesos técnicos que se demandan para producir nuestro producto.

4.2.1.- Metodología para Realizar el Estudio Técnico

Para la realización de la evaluación del estudio técnico del proyecto, se tomó como guía este marco metodológico que nos ayuda para la elaboración de evaluaciones financieras para la implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de “PASTAS DELICIAS, DE CHOCOLATE (CACAO)” en la localidad el Sena como se puede evidenciar en la siguiente tabla 23.

Tabla 24 metodología del estudio técnico

OBJETIVO	ACCIONES
Realizar el estudio técnico	❖ Tamaño del proyecto
	❖ Flujograma de proceso
	❖ Diseñar la Distribución de la micro empresa
	❖ Estudio Técnico

Fuente: elaboración propia

4.2.2.- Tamaño del Proyecto

El tamaño excelente en un proyecto se determina especialmente la capacidad instalada las cuales se expresan en unidades de producción por año, es decir la capacidad de producción son las que se expresan en unidades de rendimientos por año. El negocio es considerado optimo, cuando opera con los menores costos posibles con una máxima rentabilidad económica.

Con este análisis se determinará algunas limitaciones que talvez se podrían generar en lo que lleva el proyecto, por eso se busca lograr un equilibrio en lo que es la demanda, tecnología y el capital de la empresa.

El tamaño optimo del proyecto es de 40.008 unidad de pastas que serán producidos en un año, como lo explica detalladamente en la tabla 17.

4.2.3.- Descripción del Proceso Productivo

Procedimiento sirve de una manera óptima para la obtención de la materia prima lo que es el chocolate “cacao” en grano, conservando prácticamente íntegras sus propiedades originales en cuanto a vitaminas, proteínas, lo cual supone ventajas en su transporte y almacenamiento, dejando igualmente de depender de la estacionalidad de las cosechas o de las pérdidas por un exceso de maduración. Se detallan los siguientes procesos:

- **Zona de Descarga:** la descarga es el espacio donde se recepción la materia prima, donde se tiene en cuenta el medio de transporte que acude a depositar.
- **Recepción de la Materia Prima:** Es la primera etapa en la elaboración del producto que es muy importante para cualquier producto.

- **Zona de Elaboración:** un proceso de elaboración, es un conjunto de tareas y procedimientos productivos que una empresa lleva a cabo para transformar ciertos materiales o factores en bienes o servicios con el objetivo de aumentar la satisfacción de los consumidores.



Figura 13 del chocolate Seco

Fuente: <https://www.nutricion.utralca.cl/noticias/nota18.html>

- **Pelados:** en el pelado se realiza de la siguiente manera después de estar secado se lo tostara para que la chala puede ser eliminada, quedando el grano de cacao pequeños trozos. Lo cual se evidencia en la figura 17.



Figura 14 chocolate en cacao

Fuente: <https://www.freepik.es/fotos-premium/manos-sosteniendo-granos-cacao-crudos>

- **Sección del cacao y la chala del mismo:** para poder utilizar la materia prima principal se la pasará por un proceso de limpieza, donde se quitará la chala para poder darle

utilidad en su elaboración de la pasta de chocolate, brindar un producto de una muy buena calidad.

Zona de molido: en la zona de molido se colocará los granos de cacao en el molino eléctrico de maíz para así poder obtener la masa bruta y darle forma en pastas.



Figura 15 molino eléctrico

Fuente:

https://www.google.com/search?q=https&rlz=1C1CHBD_esBO1017BO1017&sourceid=chrome&ie=UTF-8

REF VITRIMETALICAS 1503

Frente: 42 cm

Fondo: 70 cm

Altura: 1 mts



Figura 16 Balanza Electrónica

Fuente: <https://casapazmino.com.ec/producto/balanza-digital-de-mesa-acs-shine/>

Bascula Electrónica Balanza Digital Pesa 40 Kg Pesa 1 A 1gm

Fuente: <https://casapazmino.com.ec/producto/balanza-digital-de-mesa-ac-s-shine/>

➤ Zona de empaque

Una vez que el producto sea pesado luego será empaquetado en bolsa de aluminio con la etiqueta de la que indica toda la información posible del producto.



Tabla 25 empaque del producto

Fuente: elaboración propia

- Almacenamiento: una vez lista la pasta de chocolate se procede a empacar y pasar por la selladora y la absorción de aire ya sellara herméticamente, la cantidad colocada de 12 cajas por columnas, depende de las condiciones del almacenamiento. Para su posterior comercialización y distribución.



Figura 19: almacenamiento de las pastas de chocolate

Fuente: m.blog/logistica/zonas-de-almacenaje-almacenamiento-en-el-suelo-o-almamimento

11. Zona de carga:

Es el almacén o espacio donde se recepción y se envía la mercancía; se puede decir que es el nexo de unión entre el transporte exterior y el almacén en sí.

12. Plataforma de carga:

Es la estructura auxiliar instaladas, sobre las diferentes plantas con la finalidad de poder apoyar y dejar debidamente depositadas.



Figura 17 Proceso de producción

Fuente elaboración Propia

4.2.3.1.- Distribución de la Microempresa

La distribución de la planta está encaminada a ahorrar recursos, actividades y tiempos. El principal objetivo es adecuar las áreas de la empresa y del equipo de trabajo, con eficiencia eficacia, al mismo tiempo garantizar la seguridad y satisfacción de los empleados.

La distribución de la planta industrial permitirá:

- Circulación adecuada para el personal, equipos, materiales y productos en elaboración, etc.
- Seguridad del personal y reducción de accidentes.
- Mejorar la calidad del producto en menor tiempo
- Mejorar las condiciones de trabajo

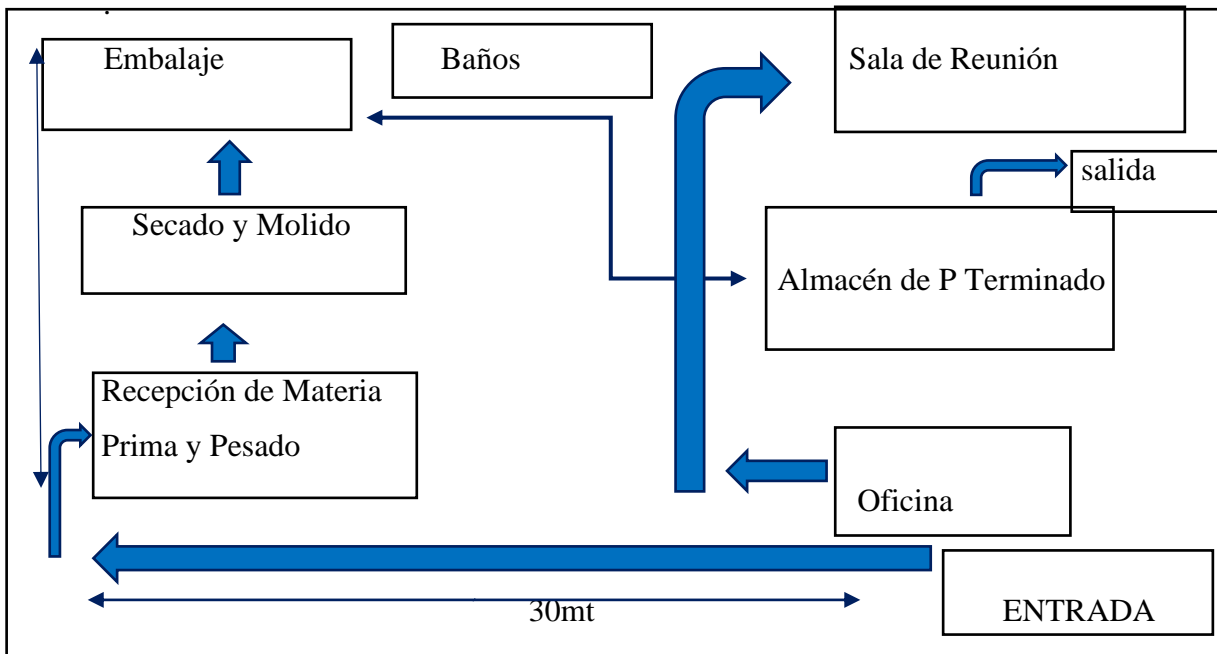


Figura 18 Distribuciones de la Microempresa

Fuente: Elaboración Propia

4.3.- Estudio económico

4.3.1.- Inversión

La inversión inicial alcanza la adquisición de todos los activos fijos tangible o diferidos intangibles, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa en el primer año, con excepción del capital de trabajo que solo puede cubrir para los primeros 3 meses del año. Este análisis tiene como objetivo calcular el monto total de la inversión, es decir el dinero necesario para la puesta en marcha del negocio.

4.3.2.- Terreno e Infraestructura

De acuerdo al desarrollo del proyecto, la microempresa va contar con una infraestructura adecuada para la elaboración, comercialización de las pastas de chocolate “cacao”, espacio físico de la microempresa.

TERRENO E INFRAESTRUCTURA				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Terreno de 15 x 30 Mt	1	80.000,00	80.000,00
2	Infraestructura	1	200.000,00	200.000,00
SUMA TOTAL				280.000,00

Tabla 26 Terreno e infraestructura

Fuente: elaboración propia

4.3.3.- Maquinarias Disponibles

Para llevar a cabo y ejecutar el proyecto es muy necesario tener conocimientos sobre los equipos necesarios para la producción adecuada, es decir tener una información previa de los equipos requeridos por el proceso, tanto como la adquisición de las maquinarias y equipos para el proceso, producción de las pastas de chocolate “cacao”.

Estas son las herramientas para la elaboración de los productos, asegurando que es una tecnología adaptable a las condiciones y resultados que se pretenden obtener como se describe en la tabla.

PRESUPUESTO DE MAQUINARIAS				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Balanza Digital	2	1.800,00	3.600,00
2	Molino Eléctrico	1	39.893,00	39.893,00
4	selladora térmica	2	4.500,00	9.000,00
6	Motocicleta	2	12.500,00	25.000,00
SUMA TOTAL				77.493,00

Tabla 27 Presupuesto de Maquinaria

Fuente: elaboración propia

❖ **Mesas de acero**

- Dimensión (Longitud*Ancho*Altura): 1.84*0.62*1.16m

Material: acero inoxidable



Figura 19 mesa de acero

Fuente: <https://www.shutterstock.com/es/search/mesas-metalicas>

❖ **Selladora de empaque**



Figura 20 sellador térmico

Fuente: <https://torotrak.com/products/oe-selladoraterminca-1>

Motocicleta, medio de transporte

Figura 21 medio de transporte



Fuente: [Motocicleta%2C+medio+de+transporte+&tbm=isch&ved=2ahUKEwj5rN6lhZP-AhUDBrkGHcIqA3AQ2](https://www.google.com/search?q=Motocicleta%2C+medio+de+transporte+&tbm=isch&ved=2ahUKEwj5rN6lhZP-AhUDBrkGHcIqA3AQ2)

4.3.3.1.- Equipo de computación

Es una herramienta de trabajo que será muy esencial para cuando se deberá

almacenar información en la empresa, para obtener datos importantes.

EQUIPOS DE COMPUTACION				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Computador de Escritorio	1	4.500,00	4.500,00
2	Computador Portátil	1	5.000,00	5.000,00
3	Impresora Multifuncional	1	2.000,00	2.000,00
SUMA TOTAL				11.500,00

Tabla 28 Equipo de Computación

Fuente: elaboración propia

4.3.3.2.- Muebles y enseres

Los muebles y enseres estos ayudaran para el complejo trabajo que se realiza en toda la microempresa que esta denominada pastas Delicias, la cual da conocer la tabla: 29.

MUEBLES Y ENSERES				
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
1	Escritorio	2	1.800,00	3.600,00
2	Silla de Escritorio	2	500,00	1.000,00
3	Sillas de Espera	8	90,00	720,00
4	Mesa de acero	4	3.500	14.000,00
Suma Total				19.320,00

Tabla 29 Muebles y enseres

Fuente: Elaboración Propia

4.3.3.3.- Costos y gastos administrativo

Dentro de los costos de la administración se tomó en cuenta los sueldos del plantel administrativo, y los costos de los materiales administrativos

4.3.3.4.- Herramientas para y Material de trabajo

HERRAMIENTAS DE TRABAJOS					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO (BS)	TOTAL(BS)
1	Bañadores	Unidad	5	25,00	125,00
2	Lona 4x4	Unidad	2	350,00	700,00
3	Molde	Unidad	10	20,00	200,00
SUMA TOTAL					1.025,00

Tabla 30 Herramientas de Trabajo

Fuente: Elaboración Propia

4.3.3.5.- Materiales de oficina y limpieza

Para los gastos de oficina se considerarán principalmente materiales que son de mucha importancia para para el buen funcionamiento de las diferentes áreas administrativas

MATERIALES DE OFICINA					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO(BS)	TOTAL
1	Caja de Bolígrafos	Cajas	2	30,00	60,00
2	Papel Boom	Resma	4	50,00	200,00
3	Grampa	Cajas	2	10,00	20,00
4	Saca Grampa	Unidad	2	10,00	20,00
5	Perforadora	Unidad	2	30,00	60,00
6	Tinta para Impresora	Unidad	8	80,00	640,00
Total					1.000,00

Tabla 31 Material De Oficina

Fuente: Elaboración propia

MATERIAL DE LIMPIEZA					
N°	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO(BS)	TOTAL
1	Clorito	caja	5	100,00	500,00
2	Guante	caja	3	100,00	300,00
3	Trapeador	caja	2	90,00	180,00
4	Escoba	unidad	6	20,00	120,00
5	Goma de jalar agua	unidad	6	25,00	150,00
Suma Total Anual					1.250,00

Tabla 32 Material de Limpieza

Fuente: elaboración propia

4.3.3.6.- Licencia de Funcionamiento

Los activos fijos tangibles, son muy necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa, estos permisos servirán para el adecuado funcionamiento legal de la empresa.

Tabla 33 Licencia de Funcionamiento

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO				
N°	DETALLE	TIPO (AÑO)	PRECIO(Bs)	TOTAL(Bs)
1	Licencia	1	250,00	250,00
2	Padrón Municipal	1	150,00	150,00
SUMA TOTAL				400,00

4.3.4.- Publicidad

Publicidad				
TIPO	HORARIO	TIEMPO (3M)	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL
Radio	de 6:00am a12: 00 pm	todos los días	5,00	125,00
WhatsApp	grupos	todos los días	6,00	150,00
SUMA TOTAL				275,00
SUMA TOTAL ANUAL				3.300,00

Tabla 34 publicidad

Fuente: elaboración propia

4.3.4.1.- Resumen de los Gastos Administrativo

GASTOS ADMINISTRATIVO		
N°	DETALLE	TOTAL(Bs)
1	Herramienta de Material de Trabajo	1.025,00
2	Material de Oficina	1.000,00
3	Material de Limpieza	1.250,00
4	Publicidad	3.300,00
5	Licencia de funcionamiento	400,00
SUMA TOTAL		6.975,00

Tabla 35 Gasto Administrativo

Fuente: elaboración propia

4.3.4.2.- personal Administrativo y Operativo

MANO DE OBRA DIRECTA							
DETALLE	CANTIDAD	HABER BASICO MENSUAL	HABER BASICO ANUAL	AGUINALDO	APORTES PATRONALES (16.71)	TOTAL, DE BENEFICIO	SUELDO TOTAL
Auxiliar de elaboración	1	2.600,00	31.200,00	2.836,36	5.213,52	8.049,88	39.249,88
Auxiliar de elaboración 2	1	2.600,00	31.200,00	2.836,36	5.213,52	8.049,88	39.249,88
SUMA TOTAL							78.499,77
MANO DE OBRA INDIRECTA							
DETALLE	CANTIDAD	HABER BASICO MENSUAL	HABER BASICO ANUAL	AGUINALDO	APORTES PATRONALES (16.71)	TOTAL, DE BENEFICIO	SUELDO TOTAL
Gerente	1	3.000,00	36.000,00	3.272,73	6.015,60	9.288,33	45.288,33
personal de limpieza	1	2.400,00	28.800,00	26.400,00	4.812,48	31.212,48	38.088,33
SUMA TOTAL							83.376,65

Tabla 36 sueldos para el personal administrativo y operativo en Bs

Fuente: elaboración propia

4.3.4.3.- Costo del producto

Para poder determinar los costos del producto, se tienen que tomar en cuenta todos aquellos gastos directos que se involucran para la prestación del servicio propuesto, como los costos de insumos, costo de la energía eléctrica, la mano de obra directa y entre otros gastos que son necesarios.

4.3.4.4.- Materia prima e insumo

Para la elaboración de este producto se requiere principalmente del insumo de la materia prima que se podrá evidenciar en la siguiente tabla 38.

Tabla 37 Materia prima

MATERIA PRIMA E INSUMOS					
Nro.	DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD (por mes)	PRECIO (Bs.)	TOTAL (Bs.)
	INSUMO				
	MATERIA PRIMA				
1	Chocolate (cacao)	kg (@)	23	250,00	5.750,00
	Suma Anual				69.000,00
	SUMA TOTAL DE MATERIA PRIMA MÁS HE INSUMO				70.725.000,00

Fuente: elaboración propia

4.3.4.5.- Gastos de energía eléctrica

Dentro de los gastos de producción también se considera el costo de consumo de energía eléctrica, para poder obtener el cálculo por el consumo de la energía eléctrica, se considera el costo energético de Bs/KW 1.635, Según lo establecido en la categoría general de la empresa (ENDE) de la población el Sena.

DETALLE	UNIDAD	POTENCIA EN KW	COSTO UNITARIO (BS)	VALOR MENSUAL EN (BS)
Molino Industrial	1	0,77	1,37	126,13
Computadora	1	0,28	1,37	45,86
Impresora	1	0,25	1,37	40,95
Balanza Digital	2	0,10	1,37	16,38
Aire Acondicionado	2	2,40	1,37	393,12
Focos	4	0,08	1,37	13,10
SUMA TOTAL MENSUAL				635,54
SUMA TOTAL ANUAL				7.626,53

Tabla 38 Consumo de Energía Eléctrica

Fuente: elaboración Propia

Proyección de consumo de energía eléctrica

AÑO (1 a 5) AÑOS	VALOR ACTUAL + 5% EN BS
2022	7.626,53
2023	7.626,58
2024	7.626,63
2025	7.626,68

2026	7.626,73
2027	7.626,78

Figura 22 Proyección del Consumo de Energía Eléctrica

Fuente: elaboración propia

Se calculó el consumo energético, de todas las maquinarias activas se obtiene el resultado del costo de energía eléctrica anual de 7.626,53 Monto que será solo el primer año

4.3.4.6.- servicio Básico

Dentro de la inversión está presupuestada todos los costos indirectos de fabricación que se muestran en la siguiente tabla.

SERVICIO BASICOS				
Nro.	DETALLE	UNIDAD	MES (Bs.)	ANUAL (Bs.)
1	Servicio de Agua	Servicio	34	408,00
2	Servicio de Luz Eléctrica	Servicio	739,26	8.871,12
3	Internet	Servicio	100	1.200,00
4	Telefonía	Servicio	180	2.160,00
SUMA TOTAL			1.053,26	12.639,12

Tabla 39 Servicio Básico

Fuente: elaboración Propia

4.3.5.- Depreciación

Se puede decir que la depreciación es la disminución del activo de una empresa, que se demuestra en la siguiente Tabla 42

Nro	DETALLE	PRECIO (Bs.)	VIDA UTIL	DEPRECIACIO N	VALOR EN LIBRO(Bs.)
				AÑOS 1-5 (Bs.))
	INFRAESTRUCTURA				
1	Infraestructura	280.000,00	40	7.000,00	245.000,00
	PRESUPUESTO DE MAQUINARIAS				
2	Balanza Digital	1.800,00	10	180,00	900,00
3	Molino Eléctrico	39.893,00	4	9.973,25	- 9.973,25
5	selladora térmica	4.500,00	8	562,50	1.687,50
7	Motocicleta	12.500,00	5	2.500,00	-
	EQUIPOS DE COMPUTACION				
8	Computador de Escritorio	4.500,00	4	1.125,00	- 1.125,00
9	Computador Portátil	5.000,00	4	1.250,00	- 1.250,00
10	Impresora Multifuncional	2.000,00	4	500,00	- 500,00
	EQUIPOS DE OFICINA				
11	Aire Acondicionado	4.000,00	10	400,00	2.000,00

12	Extintor	800,00	10	80,00	400,00
MUEBLES Y ENSERES					
15	Escritorio	1.800,00	10	180,00	900,00
16	Silla de Escritorio	500,00	10	50,00	250,00
17	Sillas de Espera	90,00	10	9,00	45,00
SUMA TOTAL		357.383,00	139	23.809,75	238.334,25

Tabla 40 Depreciación

Fuente: elaboración Propia

4.3.5.1.- Costos Anuales del producto

El costo de producción por producto se tomó de acuerdo a la demanda y el costo de producción por pastas producida según la tabla 41

DATALLE	UNIDAD	CANTIDAD (KG)	PRECIO (BS.)	CANTIDAD UTILIZADA (UNID)	DETERMINACION DE PRECIO POR UNIDAD (BS.)	COSTO (BS.)
Chocolate	por kg	12kg	280,00	400gram	9,33	3,73
Empaque	Rollo	1	30,00	1	0,30	0,09
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA						3,82
COSTO DE PRODUCCION MANO DE OBRA						
TECNICO						
MANO DE OBRA DIRECTA						3,76
ADMINISTRADOR Y PERSONAL DE LIMPIEZA						4,52

GASTOS OPERATIVO	0,40
SUMA TOTAL MENSUAL	16,32

Tabla 41 Costo de Producción

Fuente: elaboración propia

PROYECCION DE VENTAS				
PERIODO	AÑO	DEMANDA POR PASTAS	COSTO (BS)	TOTAL(BS)
1	2023	40.008,00	16,00	640.128,00
2	2024	40.428,00	16,00	646.848,00
3	2025	40.852,00	14,00	571.928,00
4	2026	40.280,00	14,00	563.920,00
5	2027	40.713,00	14,00	569.982,00
TOTAL, SUMA PARA LOS 5 AÑOS				2.992.806,00

Tabla 42 Costo de Producción Anual

Fuente: elaboración propia

4.3.6.- Determinación de Ventas

En nuestra determinación de ventas se pretende satisfacer un 100% de la capacidad instalada ya que está en todas las condiciones preparada.

4.3.6.1.- Determinación de ingreso

El precio de venta se determinó de acuerdo al costo de producción según la figura número 6 y el margen de ganancia un 10%

Tabla 43 precio de venta

PRECIO DE VENTA		
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO(BS)
Pasta de chocolate	400g	Bs 16

Fuente: elaboración propia

4.4.- ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Metodología del estudio económico financiero

Para la realización de la evaluación económica financiera se ha tomado como guía este mercado que esta mostrado en la siguiente tabla.

Metodología del estudio económico financiero

Tabla 44 Metodología del estudio económico Financiero

Realizar la evaluación económica financiera	Elaborar el flujo de caja	Flujo de caja	Flujo de efectivo neto
	Realizar una evaluación económica	VAN económico, TIR económico RBC económico	Rentabilidad del proyecto

Fuente: elaboración propia

4.5.- Elaboración del Flujo

El estado del flujo de caja nos permitirá determinar el flujo generado y la factibilidad que tendrá el proyecto.

Para realizar el flujo de caja se calculan algunos datos necesarios para obtener el flujo de caja subyacente, que es el siguiente:

4.6.- Tiempo de vida de un proyecto

La vida útil de un proyecto es considerable que sean 5 años, la misma se definirá de

acuerdos al criterio de vida útil de los proyectos en la actualidad.

En la tabla 46 se muestra el flujo efectivo proyectada para 5 años

Tabla 45 flujo de caja

Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
inversión	488.127,12					
INGRESO		640.128,00	646.848,00	571.928,00	563.920,00	569.982,00
ventas		640.128,00	646.848,00	571.928,00	563.920,00	569.982,00
2.- Costos		274.300,29	274.300,29	274.300,29	274.300,29	274.300,29
Gasto Administrativo		6.975,00	6.975,00	6.975,00	6.975,00	6.975,00
Mano de Obra Directo		78.499,77	78.499,77	78.499,77	78.499,77	78.499,77
Mano de Obra Indirecta		83.376,65	83.376,65	83.376,65	83.376,65	83.376,65
Servicio Básico		12.639,12	12.639,12	12.639,12	12.639,12	12.639,12
Costo de Producción		69.000,00	69.000,00	69.000,00	69.000,00	69.000,00
Depreciaciones		23.809,75	23.809,75	23.809,75	23.809,75	23.809,75
Utilidad Bruta		571.128,00	577.848,00	502.928,00	494.920,00	500.982,00
IUE 25%		142.782,00	144.462,00	125.732,00	123.730,00	125.245,50
Utilidad Neta		428.346,00	433.386,00	377.196,00	371.190,00	375.736,50
Depreciaciones (+)		357.383,00	357.383,00	357.383,00	357.383,00	357.383,00
Flujo Neto	0,00	785.729,00	790.769,00	734.579,00	728.573,00	733.119,50

fuelle: elaboración propia

4.1.- Flujo de caja económico

El flujo financiero nos permitirá la evaluación y la administración del peligro, con el objetivo de evitar imprevistos que puedan provocar en un futuro las grandes pérdidas económicas

4.2.- Indicadores económicos del proyecto

La evaluación de este proyecto tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable para poder asignar los recursos económicos a la mejor alternativa. De dicho proyecto. Para la evaluación económica del proyecto se ha utilizado los criterios del Valor Neto

(VPN) sobre los flujos de caja proyectados, Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación contemplados en un tiempo de 5 años.

En base a la información de flujo de caja se puede realizar la evaluación financiera del proyecto mediante el análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN).

4.2.1.- Flujo de ingreso

FLUJO DE INGRESO (Bs.)		FLUJO DE EGRESO (Bs.)		FLUJO DE EFECTIVO NETO POR AÑOS (Bs.)	
AÑOS	VALOR	AÑOS	VALOR	AÑOS	VALOR
1	640.128,00	1	274.300,29	1	158.278,21
2	646.848,00	2	274.300,29	2	164.998,21
3	571.928,00	3	274.300,29	3	90.078,21
4	563.920,00	4	274.300,29	4	82.070,21
5	569.982,00	5	274.300,29	5	88.132,21
SUMA TOTAL	2.992.806,00		1.371.501,46		583.557,04

Tabla 46 flujo de ingreso

Fuente elaboración propia

4.2.2.- Valor actual net

Proceso Para Determinar el VAN

VAN	=	Flujo Neto Actualizado - Inversión Inicial	
VAN	=	583.557,04	- 488.127,12
VAN	=	95.429,92	

Tabla 47 VAN

Fuentes: elaboración propia

4.2.3.- Tasa interna de retorno

Proceso Para Determinar La TIR

TIR	=	Inversión Inicial/Flujo de Efectivo Actualizado	
TIR	=	488.127,12	/ 583.557,04
TIR	=	83,65%	

Tabla 48 TIR

Fuente: elaboración propia

4.2.4.- Relación beneficio costo

Proceso Para Determinar RBC

RBC	=	Flujo de Ingreso/Flujo de Egreso	
RBC	=	2.992.806,00	/ 1.371.501,46
RBC	=	2,18	

Tabla 49 RBC

Fuente: elaboración propia

4.3.- Implementación de la propuesta central

Descripción de la microempresa

El propósito de la microempresa que se estará dedicando al proceso de la pasta chocolate, que se inicia con la gestión empresarial, local en la población el Sena para a si formarse.

La microempresa “PASTAS DELICIAS” es una microempresa comercial por que prestara servicio al municipio. Ofreciendo la pasta de chocolate riquísima con una buena calidad.

Se proyecta como microempresa de elaboración, fortalecida con un nuevo modelo de gestión para poder brindar un apoyo oportuno y eficiente con una inversión 100% capital propia

Bs 488.127,12

El objetivo es poder capturar un mercado sin explotar, para producir la pasta de chocolate con altos estándares de mucha calidad que garantice la salud y nutrición de todos los consumidores sobre todo a los niños que están en crecimiento. Ser una empresa líder, estabilizada y razonable en el mercado, con responsabilidad social y que garantice el precio justo tanto a los consumidores como a los proveedores de la materia prima.

4.3.1.- Definición del negocio

Mediante esta propuesta sugerida para la microempresa Pastas “DELICIAS” se busca establecer con ideas clara poder transmitir las mejores atenciones y responsabilidades, y así poder obtener buenos resultados profesionales para la microempresa al igual se establecerá el cumplimiento de los objetivos, la Misión y la Visión de la microempresa y así llevar un orden hacia el cumplimiento de las metas.

Por lo tanto, se busca definir y formalizar los cargos correspondientes a las áreas, de la microempresa para que así las persona encarga tenga conocimiento y un desempeño laboral, se igual forma ayudar al desarrollo integral de la organización mejorando productividad, comunicación e integración a todas las áreas departamentales.

4.3.2.- Característica

Tabla 50 característica de la microempresa

Nombre	Pasta delicias
Por su Tamaño	Microempresa
Por su Actividad	Prestación
Por Ámbito de Actividad	Local
Tipo de sociedad	Unipersonal

Fuente: elaboración propia

4.3.3.- Misión

Ser una microempresa reconocida, y así poder elaborar y comercialización pastas de chocolate Delicias comprometidos con una buena calidad, para nuestro cliente interesados en consumir, producto, promoviendo y apoyando la comercialización Artesanal.

4.3.4.- Visión

Consolidarnos como una microempresa líder en la comercialización de las pastas de chocolate “Delicias” dentro de la localidad el Sena.

4.3.5.- Valores

Los valores de una empresa declaran su creencia respetando de unos a otros, transmitiendo sus bases y principios éticos, llegando a construir una cultura empresarial, que se determina en la forma de comportarse ante situaciones que le presentan en relaciones empresariales, sociales y su actuar de manera responsable los valores de la microempresa pastas de chocolate Delicias son los siguiente:

- Transparencia
- Honestidad
- Calidad
- Compromiso
- Responsabilidad
- Integridad
- Solidaridad

4.3.6.- Estudio organizacional

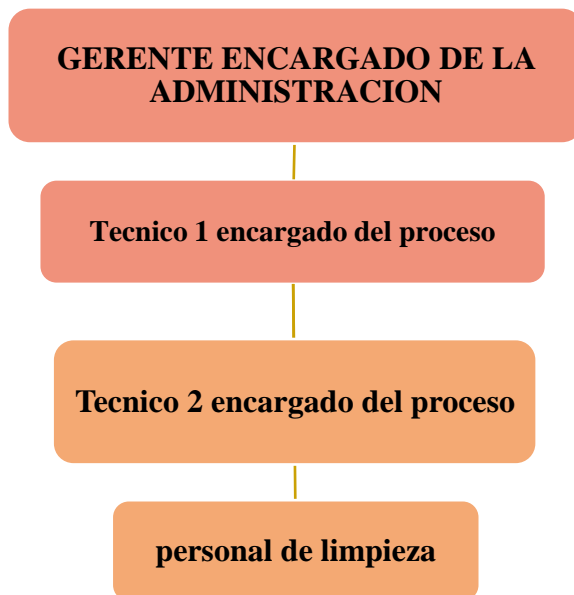


Figura 23 organigrama

Fuente: Elaboración propia

4.3.7.- Clasificación de los puestos de trabajo

Es muy importante poder conocer a fondo cuales son serán las áreas en la que estará dividida la microempresa, cuáles serán las funciones de los puestos de trabajo con el cual contara para su desempeño laboral.

4.3.8.- Funciones del administrador

- ❖ Representante legal de la microempresa.
- ❖ El que tomara las decisiones.
- ❖ Persona que plantea estrategias.
- ❖ Implementar políticas para el personal, con el fin de brindar un producto de calidad.
- ❖ Dar a conocer el servicio disponible.

4.3.9.- Funciones del personal técnico especializado

- Encargado de cumplir con el proceso del producto.
- Cumplir con las seguridades, para poder brindar un producto de calidad.
- Cumplir con las políticas establecidas por la empresa

4.3.10.- Funciones del personal de limpieza

- Cumplir con la limpieza.
- Limpieza al sector de operaciones.

Capítulo V

Presupuesto y
cronograma

5.- PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN DE LA PROPUESTA

5.1.- Inversiones Fijas

Son los recursos tangibles (muebles y enseres, maquinarias, equipos etc.) necesarios la realización del proyecto, estos tipos de inversiones fijas solo se las realizará el primer año de la implementación del proyecto, proyectada los 5 años.

INVERSION		
Nro.	DETALLE	TOTAL (Bs.)
1	Terreno e Infraestructura	280.000,00
2	Maquinarias	77.493,00
3	Equipos de Computación	11.500,00
4	Equipos de Oficinas	11.200,00
5	material de oficina	1.000,00
6	material de limpieza	1.250,00
7	licencia de funcionamiento	400,00
8	publicidad	3.300,00
9	Material de Trabajo	1.025,00
10	Muebles y Enseres	19.320,00
10	Materia Prima	69.000,00
11	servicio básico	12.639,12
	SUNA TOTAL	488.127,12

Tabla 51 Inversión

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 52 cronograma de Actividad

ACTIVIDADES	GESTION 2023																							
	Marzo				Abril				Mayo				Junio				julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis del proyecto																								
Compra de terreno																								
Construcción																								
Herramienta																								
Equipo de computación																								
Muebles y enseres																								
Escritorio																								
Sillas																								
Materiales de oficina																								
Maquinaria, Máquina para el triturado del chocolate																								
Capital de trabajo																								
Sueldo y salario																								
Plazo de ejecución																								

Fuente: Elaboración propia

5.2.- Conclusión y recomendación

5.2.1.- Conclusión

en conclusión, el presente proyecto de investigación se ha determinado que es un buen momento para la implementación de la microempresa, de elaboración comercialización de las pastas de chocolate “Delicias “como se pudo evidenciar el proyecto es factible y rentable.

- La muestra poblacional está enfocada en las edades desde los 18 a 60 años de ambos sexos la clase social media-alta, dándonos un resultado de 362 personas que se tuvo que realizar la encuesta, mediante el formulario de Google Drive.
- Para lograr los objetivos de la presente investigación se realizó investigación de datos, obteniendo información necesaria para ser plasmada en el estudio de factibilidad, para la implementación de una microempresa de elaboración y comercialización de la pasta de chocolate “Delicias “
- En el estudio de mercado se pudo evidenciar mediante la realización de las encuestas, que el producto de las pastas de chocolate “Delicias” tendría un alto grado de aceptación en la localidad el Sena.
- En el estudio técnico la capacidad utilizada de la microempresa es de un 70% ya que atreves de una buena publicidad y un buen plan de marketing se podría utilizar el 100% esto se debe a que se está incursionando en el mercado con un producto nuevo y con una marca nueva.
- Al realizar el estudio financiero pudimos observar que el proyecto es viable-factible ya que el valor actual neto muestra un resultado de Bs 694.460,93 una tasa interna de retorno del 42,20% y una relación de beneficio costo de 1,33 lo que nos permitirá alcanzar los objetivos planteados y los ingresos esperados.

5.2.2.- Recomendaciones

- ❖ Ejecutar periódicamente investigaciones de mercado que nos permita monitorear los cambios que se dan en los gustos, preferencias y necesidades de los clientes en cuanto al chocolate para que de esta manera la microempresa pueda desarrollar estrategias de innovación.

- ❖ Realizar campañas intensivas de publicidad para el producto, debido a que este no es muy conocido su venta en empresas sino solo en mercados y además va a contar con todos los reglamentos vigentes que la ley exige, y de esta manera se podrá evitar una disminución en las ventas.
- ❖ Establecer alianzas estratégicas con los distribuidores del producto para minimizar los costos y obtener ventaja competitiva para poder hacer frente a la competencia que son principalmente los mercados.
- ❖ Supervisar cada producto entregado por los proveedores para verificar que todos cumplan con los requisitos exigidos por la empresa, pero sobre todo que se encuentren en buen estado para poder comercializar.
- ❖ Aprovechar los meses de mayor demanda en la que se pueda vender el chocolate para poder impulsar las ventas, para que en los meses de menos ventas poder solventar posibles bajas.
- ❖ Desarrollar y programar talleres de capacitación continua para el personal, para ofrecer un servicio de calidad y seguro para nuestros futuros clientes.
- ❖ Hacer énfasis en el diseño y actualización de políticas, procedimientos, manuales de conducta, código de ética y todos los instrumentos que sirvan para que los empleados se sientan dentro de un ambiente de trabajo seguro.

6.- BIBLIOGRAFÍA

- Aleman, J. (18 de abril de 2018). *Fabricación de chocolates (Producto artesanal)*. Recuperado el 25 de 08 de 2022, de <https://www.clubensayos.com/Tecnolog%C3%ADa/Fabricaci%C3%B3n-de-chocolates-Producto-artesanal>
- Análisis y descripción del cargo*. (s.f.). Obtenido de <https://cerasen.webnode.com.co/analisis-y-descripcion-de-cargos/>
- BURBANO RUIZ, J. (s.f.). *ESTUDIO FINANCIERO*. Obtenido de Presupuestos Enfoque de planeación y control de recursos. 2da. edición.: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1153/4/T-ESPE-021594-4.pdf#:~:text=La%20inversi%C3%B3n%20est%C3%A1%20definida%20como%20el%20%20monto%20de,destina%20a%20una%20actividad%20alternativa%20de%20similar%20%20riesgo.>
- Castro Prieto, V. (28 de septiembre de 2012). *La exportación del cacao al mercado europeo y su incidencia en la economía boliviana*. Recuperado el 28 de agosto de 2022, de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/1992>
- Catrillo G. Martha N, L. A. (marzo de 2009). *Chocolate Organico Tesis Mercado revisado.doc*. Recuperado el 23 de enero de 2023, de <https://repositorio.una.edu.ni/805/1/tne70c355.pdf>
- Chalán, A. (2014). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE CHOCOLATE NATURAL EN POLVO EN LA PARROQUIA ZUMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE*". Recuperado el 24 de 08 de 2022, de repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3496/1/T-UTC-00773.pdf
- Chavez, L. D. (03 de 2001). *estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Recuperado el 24 de 08 de 2022, de https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf
- chocolate, q. (28 de 11 de 2016). *Publicado en Curiosidades*. Recuperado el 2022 de 08 de 07, de <https://quierochocolate.com/blog/origen-los-bombones-del-rey-sol-tus-manos>

- CORDOVA, F. G. (2002). *Univercidad de sonora Unidad Regional Centro División de Ciencias Exactas Y Naturales*. Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elcuestionario.pdf>
- DELGADO, D. (febrero de 2011). <http://dspace.ucuenca.edu.ec/>. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/>
- ECONOMICA, Z. (s.f.). *Estudio Financiero*. Obtenido de Estudio Financiero <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- ECURED. (s.f.). Obtenido de https://www.ecured.cu/Material_de_oficina
- educacion, j. (17 de julio de 2017). *Universitat Oberta*. Recuperado el 2023 de 11 de 2022, de https://www.google.com/search?q=canales+de+comercializaci%C3%B3n&rlz=1C1CHBD_esBO1017BO1017&oq=canales+de+comwerci&aqs=chrome.1.69i57j0i13i512l9.5604j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Elizabeth, A. T. (05 de 2016). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE ARTESANAL GRANULADO DEL CACAO NACIONAL (THEOBROMA CACAO)*. Recuperado el 24 de 08 de 2022, de repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3496/1/T-UTC-00773.pdf
- Espinoza sofia, O. m. (2013). *Producción del cacao y del chocolate en bolovia*. Recuperado el 22 de noviembre de 2022, de https://www.conservation-strategy.org/sites/default/files/field-file/Produccion_del_cacao_y_del_chocolate_en_Bolivia.
- Espinoza Sophia, Olivera Manuel, Ledezma Juan C. (2013). *Producción del cacao y del chocolate en Bolivia*. Recuperado el 24 de enero de 2023, de https://www.conservation-strategy.org/sites/default/files/field-file/Produccion_del_cacao_y_del_chocolate_en_Bolivia.pdf
- ESTUDIO ADMINISTRATIVO*. (s.f.). Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADHE0000713/C3.pdf>
- ESTUDIO ORGANIZACIONAL*. (s.f.). Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADGE0000948/C3>.

- Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1015/Ind-Riv-Lla-17.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Olivera, M. (2014). *produccion del cacao y el chocolate en Boliva*. Recuperado el 22 de noviembre de 2022, de https://www.conservation-strategy.org/sites/default/files/field-file/Produccion_del_cacao_y_del_chocolate_en_Bolivia.pdf
- QUIROA, M. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/producto-marketing.html>
- REPOSITORIO. (27 de agosto de 2017). *Manual de Facilitadores de Procesos de Innovación Comercial*. Recuperado el 23 de 11 de 2022, de . Distribución: canales,; <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3153/BVE17089159e.pdf?sequence=10>
- Ruales, J., Morales, W., & Rengifo, D. (24 de 07 de 2020). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION DE CHOCOLATE DE MESA 100% NATURAL*. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/047d6152-1e87-40b5-b023-d4fb5e3ade90/content>
- Salazar, C. (22 de 05 de 2009). *MEMORIA DEL PRIMER ENCUENTRO A EL “APROVECHAMIENTO SOSTENIBLE DEL CACAO SILVESTRE BOLIVIANO: ORIGEN – IDENTIDAD – CALIDAD”*. Recuperado el 24 de 08 de 2022, de <http://repiica.iica.int/docs/B1596E/B1596E.pdf>
- Salazar, C. (22 de 05 de 2009). *MEMORIA DEL PRIMER ENCUENTRO PARA EL “APROVECHAMIENTO SOSTENIBLE DEL CACAO SILVESTRE BOLIVIANO: ORIGEN – IDENTIDAD – CALIDAD”*. Recuperado el 24 de 08 de 2022, de <http://repiica.iica.int/docs/B1596E/B1596E.pdf>
- Sánchez, M. R. (agosto de 2020). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CRE*. Obtenido de <https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/196/1/Cadena%20S%c3%a1nchez%20Michael%20Richard%2035AE11.pdf>
- velazque, C. (s.f.). *El chocolate es un alimento nutricionalmente*. Obtenido de nfoalimenta.com/ciencia/65/65/el-chocolate-y-sus-beneficios-sobre-la-salud/

ANEXO

Anexo 1 encuestas realizadas

ENCUESTAS

1.- ¿Cuál es su Genero?

Femenino Masculino

2.- ¿su edad es aproximadamente?

- 17años a 27años
- 28años a 37años
- 38años a 50años
- Mas de 50años

3 ¿Sabía usted que el chocolate natural tiene excelentes beneficios para la salud?

SI NO

4 ¿usted consume la pasta de chocolate “cacao”?

SI NO

5.- ¿usted estaría dispuesto a consumir nuestro producto de la pasta de chocolate (cacao) si aviese una microempresa que lo elabore?

SI NO

6.- ¿en caso de que lo consuma cuanto estaría dispuesto a pagar?

a) bs5 b) bs10

7 ¿Usted cuántas pastas de chocolate consumiría a la semana?

- a) 1 a 2
- b) 3 a 4
- c) 4 a 5

8.- ¿en cuál área de la población le gustaría que hubiese ubicado nuestro punto de venta, de nuestro producto?

- a) barrios
- b) centros de la población (Sena)



Anexo 2 Logotipo del Producto

Fuente: Elaboración Propia

PERIODO noviembre 2022				
CATEGORIA DOM				
Escola	Consumo kWh	Tarifa Bs.	Monto Bs.	
minimo	0 a 20	20.00	14.757	14.757
	2 21 a 50	5.00	0.836	4.18
	3 51 a adel		0.984	0
		25.00		18.94
CATEGORIA GEN				
Escola	Consumo kWh	Tarifa Bs.	Monto Bs.	
minimo	0 a 20	20	50.861	50.861
	2 21 a 50	30	1.425	42.75
	3 51 a adel	50	1.635	81.75
		100		175.36

Anexo 3 Tarifas de consumo según la empresa (ENDE) de la Población el Sena

Fuente: Elaboración Propia