



**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

**DEPARTAMENTO DE POSGRADOS**

**“Elaboración y distribución de productos de chocolates artesanales”**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de  
Magíster en Administración de Empresas

**Autor:**

Flavio Kevin Jaramillo Tinitana

**Director:**

Mst. Enma Lucia Méndez Tapia

**Cuenca – Ecuador**

**2023**

## RESUMEN

El chocolate es un producto muy apetecido por niños, jóvenes y adultos; internacionalmente el chocolate ecuatoriano es muy cotizado por su aroma y sabor. El presente trabajo consiste en la elaboración y distribución de productos de chocolates artesanales proveniente del cacao CCN-51, cacao de origen de la provincia de El Oro, en Ecuador, el cual pretende satisfacer las necesidades del mercado identificadas a través de dos métodos de investigación destinados a comprender el comportamiento del consumidor. Para la realización del proyecto, debemos tener un modelo de planificación, por lo cual debemos contar con: área de planificación, ventas, marketing, debido a que en la actualidad las redes comprenden un papel importante en la hora de la publicidad. Para garantizar la viabilidad del proyecto, se emplean métodos financieros, como el de relación entre beneficio, costo. La evaluación de proyectos es importante para ayudar al inversionista a interesarse en el mismo

**Palabras Clave:** Chocolate; Consumidor; Financiero; Negocio; Mercado.

## ABSTRACT

Chocolate is a highly desired product by children, young people and adults. The Ecuadorian chocolate is highly valued internationally for its aroma and flavor. This research project consisted of the elaboration and distribution of artisan chocolate products from CCN-51 cocoa, cocoa of origin from El Oro, in Ecuador, which aimed at satisfying the market needs identified through two research methods intended to understand the consumers' behavior. To carry out the project, we planned a model, for which we had: planning area, sales, marketing, because networks currently play an important role in advertising. To guarantee the viability of the project, financial methods were used, such as the relationship between benefit, cost. The evaluation of projects was important to help the investor to be interested in it.

**Keywords:** Chocolate; Consumer; Financial; Business; Market.



## **TABLA DE CONTENIDO**

<i>INTRODCCION</i> .....	1
Descripción de la empresa.....	1
Problemática y análisis de contexto .....	2
Objetivo General .....	3
Objetivos Específicos.....	3
<i>Capítulo 1 - Análisis Estratégico e Identificación del Modelo de Negocio</i> .....	5
<i>Capítulo 2 – Estrategia Comercial</i> .....	6
<i>Capítulo 3 – Dirección Estratégica</i> .....	10
<i>Capítulo 4 – Dirección Financiera</i> .....	11
<i>CONCLUSIONES</i> .....	14
<i>RECOMENDACIONES</i> .....	16
<i>BIBLIOGRAFIA</i> .....	17

## **TABLA DE ILUSTRACIONES**

<i>Fig 1. Análisis DAFO</i> .....	5
<i>Fig 2 Análisis CANVAS</i> .....	6
<i>Fig 3. Matriz AC</i> .....	7
<i>Fig 4. Proto-persona Chocolates FJ</i> .....	8
<i>Fig 5. Afiche Chocolates FJ</i> .....	9

## INTRODCCION

### Descripción de la empresa

Chocolate FJ, fue creado en el año 2022, en Ecuador, en la provincia de El Oro; que se encuentra ubicada en el sur de la costa ecuatoriana, caracterizada principalmente por ser agrícola, exportadora, minera y acuícola. Cuenta con una zona subtropical compuesta por un sector insular y otro continental, lleno de playas con una belleza particular, zonas de importancia histórica y su principal característica la tierra fértil y pródiga.

Inspirado en el deseo de dar a conocer a varias regiones del ecuador el placer de consumir una sofisticada especialidad de chocolate artesanal, elaborado por materia prima propia, proveniente del cacao CCN-51 obtenida de la provincia de el Oro de nuestra finca familiar. En la actualidad, el presente proyecto se encuentra en elaboración, para poder poner en práctica todo lo aprendido en la maestría de Administración de Empresas y así crear una empresa con bases más sólidas.

Su misión es brindar productos a nuestros clientes en servicio, producción y calidad ligados a estándares de una empresa de clase nacional en cuanto a un constante trabajo en equipo para cumplir nuestros objetivos comerciales, que demuestren nuestro compromiso de responsabilidad en la satisfacción de nuestros clientes.

El cacao ecuatoriano es considerado en el mercado internacional como productos de lujo, donde las cualidades nutricionales y sensoriales son indicadores competitivos clave, especialmente en términos de sabor, aroma y beneficios para la salud del consumidor. En primer lugar, la producción de chocolates artesanales la calidad la garantiza la materia prima, obteniendo los mejores beneficios a través de excelentes chocolates artesanales y ofreciendo además una amplia gama de productos de chocolate como ejemplo: bombones, trufas, bebidas, postres y otros productos de consumo local.

Se pretende convertirse en líder y referente nacional en los procesos aplicados a la producción y beneficio del cacao, dando el bienestar y satisfacción tanto de los que hacemos chocolate, así como de nuestros clientes.

## Problemática y análisis de contexto

Ecuador es conocido por la diversidad de materia prima que produce, según INEC el resumen estadístico del ESPAC 2021 de la superficie plantada de cacao representa el 41.83% del total nacional, y es una de la principal producción anual de cacao, el cual es importado a múltiples países y que se genera en varias ciudades siendo una de las principales la provincia de El Oro. Son varias las multinacionales a nivel mundial encargadas de la elaboración del chocolate las cuales adquieren la materia prima en nuestro país, y posteriormente la materia prima vuelve a ser ingresado a Ecuador en forma de producto a un precio más elevado debido al costo de fabricación que conlleva.

La falta de estrategias, la escasez de información de costo-producción, y los canales de comercialización acerca del chocolate obtenido del cacao orgánico, son uno de los principales obstáculos en los productores de cacao. Debido a estas problemáticas presentadas que enfrentan los agricultores productores de cacao se realizó el presente proyecto, con el propósito de identificar un modelo basado en la implementación de nuevas estrategias para su producción empleando el uso de la tecnología y de esta manera obtener un producto más eficaz obtenido de la materia prima que es producida por los agricultores de nuestro país.

Son estas algunas de las razones por las cuales los productores buscan alternativas de comercialización, basándose en la innovación utilizando la tecnología como su principal herramienta para aportar un valor agregado a su materia prima. Sin embargo, pocas son las compañías multinacionales que dominan, la transformación, la producción de chocolate, siendo esto una gran oportunidad para los agricultores de El Oro comercializarlo de forma directa o indirecta empezando dentro de nuestro país. Con los resultados obtenidos en el presente estudio, varios productores evaluarán si la decisión darle un valor agregado al cacao es factible desde el punto de vista de mercado y de esta manera ayudar a incrementar sus rubros, lo que conlleve a incrementar el número de empleos, beneficios socio económicos en las familias de los productores y conocimientos en la actividad industrial.

## Objetivo General

Desarrollar una estrategia de distribución y elaboración de chocolate artesanal en el sector donde se obtiene la materia prima mediante el uso de la tecnología para mejorar los procesos de producción, elaboración y comercialización de productos de cacao.

## Objetivos Específicos

- Contar con una materia prima en óptimas condiciones para la elaboración de productos de chocolate.
- Determinar el precio del producto de modo que será competitivo en el mercado sustentado con el conocimiento de nuestra competencia.
- Determinar el segmento del mercado al cual se dirigirá el presente proyecto.
- Obtener la información adecuada para determinar el tamaño del proyecto.

Se tiene presente para el desarrollo del trabajo las consideraciones de diferentes personas y autores que han formado parte del ámbito empresarial en creación de chocolate.

Santiago Peralta y Carla Barbotó - Creadores de PACARI, es una empresa que nace de un sueño que busca generar un impacto positivo en el mundo, cambiando su historia a través del chocolate. Cada barra de chocolate es el resultado de un proceso humano, inspirado en la sostenibilidad y la cultura ancestral del chocolate. Esta es una de las principales empresas analizadas y tomadas como ejemplo para la realización del proyecto, debido a que se busca promover un mayor impacto basado en la sostenibilidad del sabor y aromas del chocolate ancestral, que sea orgánico, sin el empleo de agroquímicos que además de acabar con la flora de nuestra naturaleza, podría acabar con nuestra salud. Además es inspirador el realce que se logra brindar a los agricultores ecuatorianos, pagando un precio justo por la labor que realizan a diario. (Barbotó & Peralta, 2002)

Ray Kroc – fundador de la cadena de Mc Donalds, con su lema “es cierto que tuve éxito de la mañana a la noche pero 30 años son una noche muy, pero muy larga”. Es uno de los principales motivadores para la ejecución de proyectos, así como menciona Ray el éxito se construye con perseverancia y no de la noche a la mañana, es más como su historia relata, el no fue el creador, sin embargo sus ideas llevaron a crecer la empresa y paso a convertirse en uno de los principales fundadores. (Love, 1995)

Michele Ferrero y Pietro Ferrero, creadores de chocolate Ferrero; bajo su lema de “trabajar, crear, dar” en el cual sus principales donaciones se realizan a familia para mejores condiciones de vida hacia las comunidades donde operan. Esto es de gran inspiración al crear el proyecto debido a que mediante el trabajo que se le brindara hacia el agricultor que habita alrededor de las fincas

productoras de cacao le ayudara a mejorar sus condiciones de vida, ofreciendo un precio justo por el trabajo que realizan. (Ferrero, 2021)

Milton Hershey, creador de chocolates Hershey; quien trabajaba bajo el lema de su padre “Si al principio no tienes éxito, intenta, intenta y vuelve a intentarlo”; es muy importante el entendimiento y la reelevancia de esta frase, sin embargo, el fracaso para varias empresas es una derrota, pero, puede resultar ahí el comienzo de su verdadero triunfo, tal como lo fue para Milton Hershey, quien la perseverancia lo llevo a alcanzar el limite. (Company, 2023)

Fulvio Salvador Pagani, creador de chocolates bon o bon, con su lema: nuestro mercado es el mundo, argumentando que la sustentabilidad como parte de la empresa, parte del negocio, no como algo complementario. Todo el accionar de la empresa debía estar basado en procesos sustentables. Y desde la cabeza de la organización hasta el portero deben estar comprometidos. (Berger, Niño, Giomi, & Bradford, 2021)

## Capítulo 1 - Análisis Estratégico e Identificación del Modelo de Negocio

En este capítulo se definirá la idea del negocio considerando que se debe realizar la adquisición de maquinaria que faciliten el proceso de fabricación y obtención del chocolate; a partir de esto se identifica la necesidad de realizar un análisis DAFO para generar una visión de puntos estratégicos de enfocar el proyecto. La empresa se dedicará a la elaboración de chocolates ofreciendo un producto de calidad a precios muy accesibles aplicando estándares sanos y saludables, responsable a los requerimientos de la sociedad satisfaciendo las necesidades de aquellos consumidores que buscan un producto innovador y que además se destaca por su tradición y alta calidad.

PLAN DAFO	
PED,S.L.	
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p><i>Falta de experiencia en el mercado</i>  <i>Financiamiento</i>  <i>Costos de producción</i></p> <p><i>Negocio nuevo, sin experiencia propia</i>  <i>Control de las variables de comercialización</i>  <i>Necesidad de un plan de formación para el resto del personal</i>  <i>La planificación de distribución y ventas</i>  <i>Falta de imagen de marca</i></p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p><i>Mayores costos de empleo por las medidas sociales.</i>  <i>Competencia establecida</i>  <i>Falta de capital</i>  <i>Incremento del riesgo país lo que limita la inversión extranjera</i></p> <p><i>Suba de precios de insumos (Cacao).</i></p> <p><i>Limitada difusión de publicidad sobre el producto</i></p> <p><i>Herramientas para ampliar la producción.</i></p>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p><i>Incentiva el ahorro energético</i>  <i>Comprometido con la calidad del producto</i>  <i>Presentación e imagen de los productos</i>  <i>Introducción de nuevas tecnologías</i></p> <p><i>Calidad y muy buen sabor</i>  <i>Precio accesible</i>  <i>Elaboración del producto con materiales naturales (Cacao).</i>  <i>Visibilidad en sus redes sociales.</i>  <i>Agregar productos adicionales</i>  <i>Promueve valores internamente a los trabajadores</i>  <i>Dirección estratégica</i>  <i>Materia prima CCN-51</i></p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p><i>Expansión en el territorio nacional</i>  <i>Crecimiento Regularmente sostenido de la demanda</i>  <i>Materia prima de alto rendimiento</i>  <i>Materia prima CCN-51</i></p> <p><i>La aceptación del chocolate ecuatoriano en el extranjero</i></p> <p><i>Expandirse en el mercado exterior.</i>  <i>MIP y MES</i></p>

Fig 1. Análisis DAFO



Una vez analizado y teniendo conocimientos del DAFO, se establece el CANVA, el cual define una guía a seguir para que la empresa pueda permanecer en el mercado y obtener una rentabilidad deseada.

## CANVAS

<b>PARTNERS CLAVE</b>  Nestlé Ecuador S.A. Universal Sweet Industries S.A. Pacari Confiteca C.A.	<b>ACTIVIDADES CLAVE</b>  Producto Precio Promoción Distribución	<b>PROPUESTA DE VALOR</b>  El mejor cacao del mundo se produce en Ecuador, por lo tanto, el mejor chocolate en tabletas.	<b>RELACIONES CON LOS CLIENTES</b>  Impulsar ventas mediante el diseño y reproducción de material promocional e informativo sobre características, garantías y costo del producto. Promoción del producto en ferias internacionales y naciones para dar a conocer la calidad del mismo.	<b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b>  Empresas de consumo masivo de corporación La Favorita como Supermaxi, Megamaxi; Corporación el Rosado como Mi comsariato
	<b>RECURSOS CLAVE</b> Aranceles de exportación en los acuerdos comerciales del MERCOSUR, CAN y ALAI.		<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b>  Supermercados o empresas de comercialización masiva de productos alimenticios e insumos del hogar y tiendas especializadas en venta de chocolates	
<b>ESTRUCTURA DE COSTES</b>  Variable: compras aproximadas del 60% Fijos: arriendo local, seguros, publicidad.		<b>FLUJOS DE INGRESOS</b>  Venta masiva de chocolate		

Fig 2 Análisis CANVAS

## Capítulo 2 – Estrategia Comercial

Para conocer la estrategia comercial, se debe iniciar realizando la Matriz de Atractividad-Competitividad (Matriz AC) de esta manera las estrategias planteadas se enfocarán en esta premisa.

### Matriz A-C

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO			
FACTOR	Peso	Calificación	Valor
TAMAÑO DE MERCADO EN GENERAL	25%	3	0.75
CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL	30%	3	0.90
NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	45%	5	2.25

Obtenemos la matriz

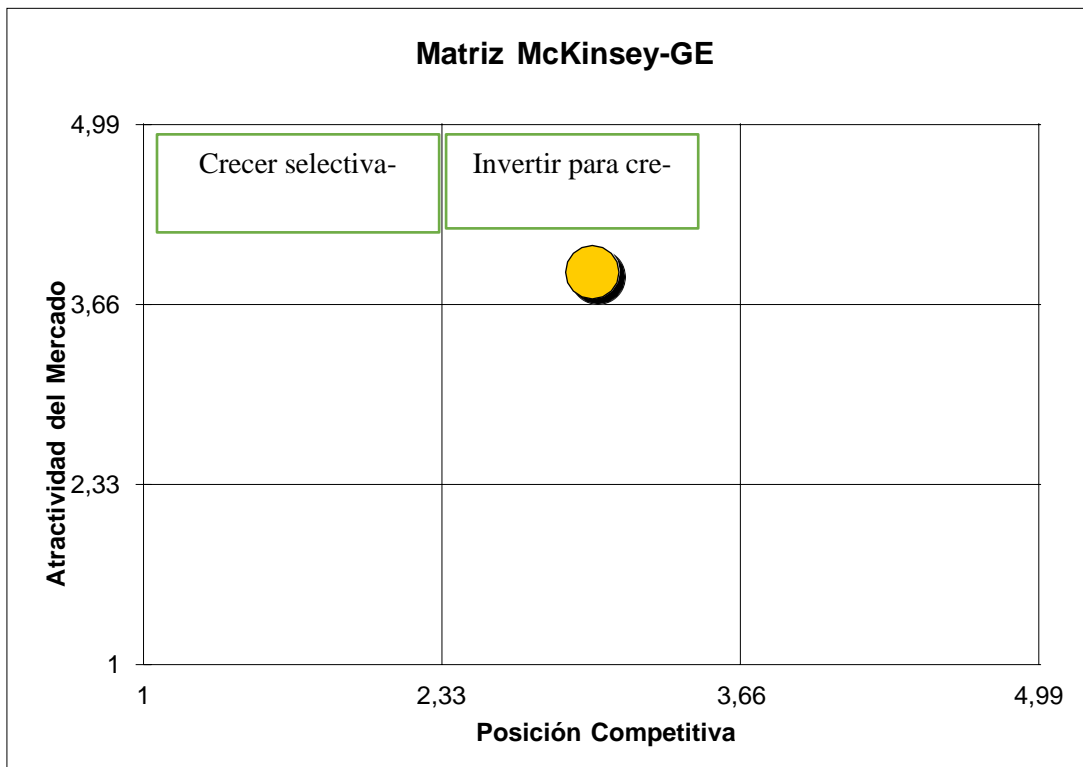


Fig 3. Matriz AC

De la matriz, se concluye la posición actual y se describirá una posición futura para las mejoras del producto.

Posición actual:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecer selectivamente</li> <li>• Invertir para crecer</li> </ul>
Posición futura:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta atractividad del mercador</li> <li>• Invertir selectivamente</li> </ul>

## Proto-persona del cliente ideal

Al crear una empresa, se debe definir segmento de mercado, las cuales deben ser “Empresas relacionadas del grupo se dediquen a la fabricación y elaboración de chocolates artesanales” teniendo en cuenta su posicionamiento “Lo mereces”. Lo anterior mencionado, permitio delimitar a la protoperonas, siendo Dalton, un quimico de 28 años, que obtiene informacion por internet el cual presenta un gusto peculiar a consumir chocolates



Fig 4. Proto-persona Chocolates FJ

## Afiche



Fig 5. Afiche Chocolates FJ

Con lo establecido anteriormente, es posible construir las estrategias de las 4P las cuales brindaran beneficios para la empresa, el cliente, posicionamiento en el mercado y a su vez su expansión. En el producto se basa en el analisis de características de productos de otras marcas elaborados; en el precio, se busca un pago justo por el servicio y la atencion brindada al cliente. En el canal, se define un multicanal, teniendo como receptor final el cliente, usando diversos medios.

### Presentación de las 4 P de la validación de la idea

Tabla 1 Presentacion de las 4P

Característica	Descripción
- Identificación	Logo de la empresa
- Naturaleza del producto	Características del producto: 100% natural.
- Origen del producto	Origen del producto: Ciudad y país.
- Especificación técnica	Especificación técnica: fecha de elaboración, fecha de expiración y registro sanitario.
- Instrucciones	Información sobre la preparación del producto.
- Contacto	Número de teléfono para contacto y email institucional

Elaborado por: Flavio Jaramillo

### Capítulo 3 – Dirección Estratégica

El capítulo se enfoca en realizar un análisis de la línea de negocio buscando oportunidades de para desarrollarse en el mercado, en el que se encuentra la empresa. Por lo cual se empieza observando los ocho roles fundamentales, siendo así 1) ventaja competitiva en la cual se evidencia la competencia, diferenciación y segmentación; 2) estrategia empresarial, en donde se analiza la estrategia para el posicionamiento de la empresa; 3) tendencia de clientes, lo cual es fundamental para la reducción de costos; 4) investigación profunda, se analiza la razón y la emoción; 5) construcción de marca, la cual se posiciona con la frase “¡lo mereces!”; 6) servicio como apalancamiento de diferenciación; 7) mejora de modelo y concepto de la empresa; y 8) internacionalización, lo cual no se lo hace actualmente, pero no se descarta a futuro.

A partir de los aspectos analizados se establece un modelo de planificación basado en las áreas claves, marketing, logística y finanzas, partiendo desde la definición de los objetivos de cada una, así como los recursos estratégicos a utilizarse, evaluando el área más importante, que es el recurso humano, de los diferentes departamentos como un coordinador del área de logística, marketing, finanzas, producción; es importante que se establezca el recurso material como activos fijos, activos intangibles y los sistemas de post-venta, costeo y planificación.

Como último análisis, se realiza enfocado a oportunidades y amenazas que están presentes en el mercado, mediante el método PESTALL, el cual inicia en un análisis político considerando elecciones, fomento, comercio exterior, incentivos empresariales, estabilidad gubernamental; se continúa con un análisis económico, otorgado por el departamento de financiación para la empresa, a su vez un análisis social revisando el nivel de salud, vivienda, educación, se realiza un análisis tecnológico, análisis ambiental y por último y no menos importante un análisis legal y análisis laboral considerando las leyes laborales y códigos de aplicación obligatoria en toda empresa.

## Capítulo 4 – Dirección Financiera

Las actividades microempresariales en la actualidad aportan un gran valor a las familias ecuatorianas, porque constituyen una fuente generadora de empleo. Sin embargo, debido a las grandes cifras de sobrepoblación a la cual se enfrenta el país y el mundo, en 20 años las ofertas de empleos actuales no serán suficientes. En la creación de una empresa, se debe aplicar conocimientos y herramientas de Administración de Empresas, de modo que, al realizar un negocio, este cumpla con todos los puntos requeridos para iniciarlos. En el presente proyecto, se analizará la viabilidad para la implementación de la microempresa dedicada a la distribución y elaboración de chocolates artesanal.

Para el análisis del proyecto se realizó el estado de situación financiera al 01 de enero del 2023, el cual muestra los recursos disponibles de la Empresa Comercializadora de Chocolate Artesanal, así mismo se evaluó los costos de producción, ventas, administración y demás recursos financieros, que se emplearan para el proyecto. Posterior, se analiza el ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS, con proyección de 5 años, y estimación del 5% en las ventas de cada año, dando como resultado en todos los años una utilidad considerable, restando el 15% participación de trabajadores y el 22% impuesto a la renta a pagar. Además se calculó el PUNTO DE EQUILIBRIO el cual es indispensable para poder analizar la rentabilidad, y conocer el tiempo aproximado que necesitará el negocio para empezar a obtener beneficios.

*Tabla 2. Punto de Equilibrio*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 2023</b>
COSTOS FIJOS	31.374,67
COSTOS VARIABLES	24.640,00
COSTO TOTAL	56.014,67
INGRESOS	110.380,00
COSTO VARIABLE UNITARIO	7,00
VOLUMEN DE VENTAS	3.519,00
PRECIO DE VENTAS	15,00
PUNTO DE EQUILIBRIO(KLG)	3.921,83
PUNTO DE EQUILIBRIO(DOLARES)	40.223,94

Elaborado por: Flavio Jaramillo

Como se puede observar en la tabla y en las fórmulas aplicadas, el punto donde no existe ni pérdida ni ganancia es en los Kilogramos de chocolate. 3,921.83, obteniendo \$40,223.94 en dólares, tomando en cuenta los costos fijos y variables durante el primer año de proyección.

Para la evaluación del proyecto, se ha aplicado el método de la relación entre beneficio, costo. El cual ha permitido indicarnos que la relación beneficio-costo del proyecto es 4,69 y la relación de beneficio-costo del inversionista es de 5,72; por lo que se puede comprobar que la relación beneficio-costo es mayor, el proyecto si es viable.

*Tabla 3. Relación beneficio – costo del proyecto*

INVERSION	41.500,00
FLUJOS DESCONTADOS	194.687,38
<b>RELACION B/C</b>	<b>4,69</b>

Elaborado por: Flavio Jaramillo

#### **Relación beneficio – costo del inversionista**

INVERSION	31.125,00
FLUJOS DESCONTADOS	177.900,77
<b>RELACION B/C</b>	<b>5,72</b>

Elaborado por: Flavio Jaramillo

La evaluación de proyectos es muy importante para ayudar al inversionista a engancharse con el proyecto es por ello, que además se debe evaluar el TIR, para tener en cuenta el periodo de recuperación del capital, La TIR en el caso del proyecto es de 98,17%, lo cual quiere decir que es una tasa mayor a la tasa mínima aceptable que es de 20.38%, por lo que es considerado que el proyecto es aceptable.

*Tabla 4. Período de recuperación del inversionista*

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS DE CAJA</b>	<b>INGRESOS ACUMULATIVOS</b>
0	-31.125,00	-31.125,00
1	34.366,72	3.241,72
2	40.971,38	44.213,10
3	40.752,83	84.965,93
4	36.005,46	120.971,38
5	56.929,38	177.900,77
TIO	18,14%	18,14%
VPN	\$95.256,09	\$194.229,03
TIR	117,79%	110,43%
TVR	56,35%	75,53%

**Elaborado por:** Flavio Jaramillo



## CONCLUSIONES

El chocolate es uno de los productos de mayor consumo por niños, jóvenes y adultos e internacionalmente; el chocolate ecuatoriano forma parte de uno de los productos más cotizados por su aroma y sabor, por lo cual al presentar un chocolate de una manera innovadora e implementando la tecnología se puede llegar a más personas, teniendo una mayor rentabilidad.

Es de vital importancia siempre para la creación de una empresa tener una dirección estratégica, para lo cual se necesita analizar, las ventajas competitivas de la empresa en creación, para así conocer las fortalezas que se posee contra otras empresas. Es importante siempre tener una idea de negocio, para poder convertirse en el líder y referente nacional en los procesos aplicados a la producción y beneficio del cacao, dando el bienestar y satisfacción tanto de los productores de chocolates y clientes.

Es importante la construcción de la marca, debido a que esto permite conectar y generar un mayor impacto en el cliente, por ello para la creación de Chocolate FJ El vínculo se llevara a cabo de manera tradicional lo cual permite una alta conexión simbólica, generando un posicionamiento positivo a través de su: aroma, energía, sabor.

Al evaluar una propuesta de proyecto es importante tener una estructura financiera permitiera conocer si la ejecución del proyecto será factible, utilizando fuentes de financiamiento que pueden ser estas internas que son los recursos correspondientes a cada socio, que forma parte de la empresa y que tienen como objetivo servir como garantía para el financiamiento externo o externas hace referencia a todas aquellas instituciones financieras independientemente si son entidades públicas o privadas, los cuales proporcionarían recursos financieros con intereses y en un periodo de tiempo determinado a la empresa en creación.

Para la ejecución del presente proyecto se ha establecido un capital de 10.375,00 dólares, los cuales representarían el 25,00% del total de la inversión. El crédito se tramitará en la Cooperativa Once de Junio a una tasa de interés del 13% a 3 años plazo y se lo realizará como crédito de consumo. Otro de los aspectos importantes es realizar una tabla de amortización, mediante la cual nos ayuda a equilibrar nuestras finanzas personales mientras va pasando mes a mes con los pagos de un producto financiero. Además, los cuadros de amortización son indispensables para lograr planear de manera más eficaz los pagos relacionados a un préstamo.

El Ecuador es productor de chocolate de buena calidad lo cual lo hace más beneficioso el proyecto, sin embargo, para garantizar la viabilidad del proyecto, se debe emplear varios métodos financieros el cual, hallando el valor actual neto, ayuda a corroborar que sustentable o viable

puede ser, en este caso si es viable, y debido a que el VNA obtenido es un valor mayor que cero, lo cual indica cuanto más ricos será usted.

El punto de equilibrio es otra de las partes indispensables conocer en es aquel que se instaura a traves de una hoja de cálculo cuya funcion es visualizar en momento en el cual los ingresos de una empresa empiezan a cubrir los gastos fijos y variables, es decir, cuando la empresa ya se encuentre en capacidad de vender lo mismo que gasta, es decir no hay ganancias ni perdidas, solo hay un punto de equilibrio.

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) o también conocido como payback hace referencia al tiempo que le toma a un negocio recuperar el capital invertido desde su incio. A través de una fórmula se calculan los años, los meses y días que demora; lo cual ayuda a determinar si un proyecto es rentable. Para la evaluación del proyecto, se ha aplicado el método de la relación entre beneficio, costo. El cual ha permitido indicarnos que la relación beneficio-costos del proyecto es 6,06 y la relación de beneficio-costos del inversionista es de 5,72; por lo que se puede comprobar que la relación beneficio-costos es mayor, el proyecto si es viable.

## RECOMENDACIONES

Entre las recomendaciones que se pueden realizar en cuanto a la producción, se aconseja revisar con frecuencia cual será la estrategia de producción del chocolate artesanal, debido a que actualmente una producción diaria máxima de chocolate que se puede lograr con productos industriales es de 2.8 kg, siendo la capacidad de la máquina de 3.5 kg, para así evaluar el incremento al cual se puede llegar en cuanto a la producción, logrando mayor eficiencia en los costos.

Se recomienda evaluar uno a uno los aspectos incluidos en el entorno PESTEL gestionar los registros sanitarios de 100% de los productos, con el objetivo de gestionar y garantizar la comercialización en microestablecimientos comerciales. Otro aspecto a evaluar es el precio de venta al público de las diversas presentaciones de chocolates FJ, debido a que se ha verificado que otros chocolates con porcentajes más bajos de cacao tienen un precio superior a al precio de venta calculado.

Chocolates FJ debería participar en varias ferias gastronómicas o agrícolas de la ciudad o provincia, de esta forma lograra impulsar y dar a conocer la empresa para que sea reconocida dentro del mercado de chocolates orgánicos y también ampliaría su cartelera de clientes. Otra recomendación es evaluar el empaque del producto, a fin de mejorar la percepción del producto por los diversos clientes.

Es de vital importancia el definir una estrategia de colocación del producto dentro del mercado evaluando el tiempo oportuno, entre otros aspectos, se aconseja establecer a una persona la cual sea la responsable de llevar las finanzas de la empresa, en este caso al tratarse de una empresa familiar, se debe tener presente que los recursos con los cuales cuenta la empresa no deben asociarse con las finanzas familiares, lo cual suele ser muy común en empresas de este tipo.

Otro aspecto a evaluar es el realizar un análisis anual para conocer cuál es el impacto que está ocasionando el producto en el mercado y como se encuentra la observación en el público objetivo. Se propone analizar si la obra gráfica creada ayuda en la mejora de la imagen del producto, y proponer un nuevo sistema publicitario el cual vaya enfocado en lograr los objetivos mencionados. Además es recomendable, estar en constante evaluación de la presentación de productos innovadores generar interés en el target objetivo.

## BIBLIOGRAFIA

Barbotó, C., & Peralta, S. (2002). PACARI.

[https://www.researchgate.net/publication/337957901\\_Chocolate\\_Pacari\\_Preservando\\_la\\_biodiversidad\\_viviendo\\_sin\\_remordimientos](https://www.researchgate.net/publication/337957901_Chocolate_Pacari_Preservando_la_biodiversidad_viviendo_sin_remordimientos)

Berger, G., Niño, L., Giomi, C., & Bradford, B. (2021). Arcor, Una empresa sustentable. Centro de Innovación Social (CIS), 1, 1–122.

[https://web.udesa.edu.ar/sites/default/files/publicaciones\\_-\\_25mar22\\_vp.pdf](https://web.udesa.edu.ar/sites/default/files/publicaciones_-_25mar22_vp.pdf)

Company, T. H. (2023). The Man Behind Good Business and Good Chocolate.

[https://www.thehersheycompany.com/en\\_us/home/about-us/milton-hershey.html](https://www.thehersheycompany.com/en_us/home/about-us/milton-hershey.html)

Ferrero, G. (2021). LA HISTORIA DE FERRERO ROCHER.

<https://www.ferrerorocher.com/es/es/acerca-de-ferrero-rocher/la-historia-de-ferrero-rocher>

Love, J. F. (1995). McDonalds: Behind the Golden Arches (Bantam har). New York.

[https://books.google.com.ec/books/about/McDonalds.html?id=ujjPqahQ2F0C&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ec/books/about/McDonalds.html?id=ujjPqahQ2F0C&redir_esc=y)

Gómez Manotoa, O. X. (2017). Evaluación financiera y análisis de riesgos de un proyecto de inversión para la elaboración de chocolate artesanal orgánico en el Ecuador (Master's thesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador).

<http://hdl.handle.net/10644/6092>

Vallejo Lizalde, C. S., Barberi Duarte, A. D., & Flores, R. (2019). Plan de negocios para la exportación de barras de chocolate orgánico con chía hacia el mercado Alemán. Observatorio de la Economía Latinoamericana, (enero).

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2398>

Carrillo Alquina, P. B. (2023). Elaboración de un proyecto de factibilidad para la instalación de una microempresa artesanal de trufas de chocolate veganas enriquecidas con amaranto, quinua y semillas de sambo en la ciudad de Ambato (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencia e Ingeniería en Alimentos y Biotecnología. Carrera de Alimentos).

<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/412/browse?type=author&order=ASC&rpp=20&value=Carrillo+Alquina%2C+Patricia+Belen>

INEC, (2021). Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua (ESPAC)

[https://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/935/related\\_materials#:~:text=ECUA-DOR%20-%20Encuesta%20de%20Superficie%20y%20Producci%C3%B3n%20Agropecuaria,Agropecuaria%20Continua%202021%20Descripci%C3%B3n%20de%20la%20operaci%C3%B3n%20estad%C3%ADstica](https://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/935/related_materials#:~:text=ECUA-DOR%20-%20Encuesta%20de%20Superficie%20y%20Producci%C3%B3n%20Agropecuaria,Agropecuaria%20Continua%202021%20Descripci%C3%B3n%20de%20la%20operaci%C3%B3n%20estad%C3%ADstica)

Muñoz, D. A. F., & López, D. S. D. (2022). Método de fermentación y secado para el beneficio de la obtención del chocolate blanco a partir del cacao criollo (*Theobroma cacao* L.), ecuatoriano. *Universidad y Sociedad*, 14(S2), 323-329.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27419180002>

Londoño Arango, J. D. (2021). Plan de negocio para la creación de una empresa de chocolates a base de alto contenido de cacao en la ciudad de Bogotá.

<http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/5139/1/2021JuanDavidLondon%CC%83oArango.pdf>

Aswath Damodaran, (2023). Multiple data services. Damodaran Online. Nueva York, NY 10012

<https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>