



Evaluación de factibilidad de un proyecto para el fortalecimiento del proceso de transformación y comercialización del cacao en la empresa CHOCOCHUCHO S.A.S en el municipio de Amalfi

Edison Jovanny Ospina Úsuga

Jaqueline López Montaña

Jhon Fredy Rivas Barrientos

Monografía presentada para optar al título de Especialista en Evaluación Socio Económica de Proyectos

Tutor

León Jaime Acosta Herrera, Magíster (MSc) en Mercadeo

Universidad de Antioquia

Facultad de Ciencias Económicas

Especialización en Evaluación Socioeconómica de Proyectos

Amalfi, Antioquia, Colombia

2022

Cita	(López Montaña, Ospina Usúga & Rivas Barrientos, 2022)
Referencia	López Montaña, J., Ospina Usúga, E. J. & Rivas Barrientos, J. F. (2022). <i>Evaluación de factibilidad de un proyecto para el fortalecimiento del proceso de transformación y comercialización del cacao en la empresa CHOCOCHUCHO S.A.S en el municipio de Amalfi 2022</i> [Trabajo de grado especialización]. Universidad de Antioquia, Amalfi, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Especialización en Evaluación Socioeconómica de Proyectos, Cohorte XXIV.



Biblioteca Sede Amalfi

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda Céspedes.

Decano/Director: Sergio Iván Restrepo Ochoa.

Jefe departamento: Bernardo Ballesteros Díaz.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	13
1. Problemática	14
1.1. Formulación del problema	15
1.2. Antecedentes	15
2. Objetivos.....	18
2.1. Objetivo General	18
2.2. Objetivos Específicos	18
3. Justificación.....	19
4. Marco Teórico	21
4.1. El Cacao	22
4.2. Transformación del Cacao	24
4.3. Comercialización del Cacao.....	25
4.4. Formulación de Proyectos	26
4.5. Evaluación de Factibilidad.....	28
5. Metodología.....	30
5.1. Análisis del Sector.....	31
5.1.1. <i>Objetivo del Estudio</i>	31
5.1.2. <i>Enfoque</i>	31
5.1.3. <i>Técnicas de Recolección de Información</i>	31
5.1.4. <i>Resultados</i>	32
5.2. Estudio del Entorno.....	34
5.3. Estudio de Mercado.....	36
5.3.1. <i>Objetivo del Estudio</i>	36
5.3.2. <i>Enfoque</i>	36
5.3.3. <i>Técnicas de Recolección de Información</i>	36
5.3.4. <i>Tipo de Investigación</i>	37

5.3.5.	<i>Población y Muestra</i>	37
5.3.6.	<i>Tratamiento de la Información</i>	37
5.3.7.	<i>Resultados</i>	38
5.3.8.	<i>Evaluación de Factibilidad</i>	56
5.4.	<i>Estudio Técnico</i>	56
5.4.1.	<i>Objetivo del Estudio</i>	56
5.4.2.	<i>Tamaño del Proyecto</i>	57
5.4.3.	<i>Tamaño Óptimo del Proyecto</i>	57
5.4.4.	<i>Tamaño y Mercado</i>	57
5.4.5.	<i>Tamaño y Tecnología</i>	58
5.4.6.	<i>Maquinaria y Equipo a Emplear</i>	58
5.4.7.	<i>Localización</i>	59
5.4.8.	<i>Macrolocalización y Microlocalización</i>	59
5.4.9.	<i>Equipos de Producción</i>	61
5.4.10.	<i>Flujograma del Proceso</i>	67
5.4.11.	<i>Distribución Física de la Planta</i>	68
5.4.12.	<i>Evaluación de Factibilidad</i>	69
5.5.	<i>Estudio Administrativo/Organizacional</i>	69
5.5.1.	<i>Tipo de Organización</i>	70
5.5.2.	<i>Direccionamiento</i>	70
5.5.3.	<i>Objetivos Organizacionales</i>	71
5.5.4.	<i>Perfiles y Funciones</i>	71
5.5.5.	<i>Gastos de Administración</i>	82
5.5.6.	<i>Evaluación de Factibilidad</i>	83
5.6.	<i>Estudio Legal</i>	83
5.6.1.	<i>Marco Internacional</i>	84
5.6.2.	<i>Marco Nacional</i>	85
5.6.3.	<i>Marco Departamental</i>	86
5.6.4.	<i>Marco Municipal</i>	87
5.6.5.	<i>Constitución de la Empresa</i>	87
5.7.	<i>Estudio Ambiental</i>	88

5.8.	Estudio Financiero.....	89
5.8.1.	<i>Equipos de Producción</i>	90
5.8.2.	<i>Diferidos</i>	93
5.8.3.	<i>Personal</i>	95
5.8.4.	<i>Productos</i>	96
5.8.5.	<i>Presupuesto de Ventas</i>	97
5.8.6.	<i>Presupuesto de Gastos</i>	99
5.8.7.	<i>Depreciaciones y amortizaciones</i>	100
5.8.8.	<i>Inversiones</i>	101
5.8.9.	<i>Flujo de caja</i>	102
5.8.10.	<i>Estado de Resultados</i>	105
5.8.11.	<i>Estado de Fuentes y Usos</i>	106
5.8.12.	<i>Balance</i>	107
5.9.	Estudio Económico	109
6.	Conclusiones.....	111

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Metodología de un Proyecto de Factibilidad	29
Tabla 2. Análisis del Entorno.....	34
Tabla 3. Cargos y Funciones del Gerente	72
Tabla 4. Manual de funciones del auxiliar administrativo y contable	74
Tabla 5. Manual de funciones del vendedor	76
Tabla 6. Manual de funciones del almacenista y conductor	78
Tabla 7. Manual de funciones del operario.....	80
Tabla 8. Gastos Mensuales en Operación de la Empresa	82
Tabla 9. Normativa a Nivel Internacional.....	84
Tabla 10. Normativa a Nivel Nacional	85
Tabla 11. Normativa a Nivel Departamental	86
Tabla 12. Normativa a Nivel Local.....	87
Tabla 13. Equipos	91
Tabla 14. Costos diferidos anuales	93
Tabla 15. Saldo por año diferidos	94
Tabla 16. Días, horas y minutos laborables al año	95
Tabla 17. Costos de planta	96
Tabla 18. Incrementos precios	97
Tabla 19. Unidades Nacionales.....	98
Tabla 20. Egresos.....	99
Tabla 21. Depreciación de equipo y enseres y gastos preoperativos	100

Tabla 22. Inversiones totales.....	101
Tabla 23. Flujo de caja libre	102
Tabla 24. Estado de Fuentes y Usos	106
Tabla 25. Balance general.....	107
Tabla 26. Indicadores financieros	110

Lista de Gráficas

	Pág.
Gráfica 1. Lugar de residencia	38
Gráfica 2. Edad de los participantes	39
Gráfica 3. Género de los participantes	39
Gráfica 4. Estrato socioeconómico de las personas encuestadas	40
Gráfica 5. Nivel de escolaridad de las personas encuestadas	41
Gráfica 6. Vinculación laboral de las personas encuestadas.....	42
Gráfica 7. Profesión u ocupación de los encuestados	43
Gráfica 8. Ingresos mensuales de las personas encuestadas	43
Gráfica 9. Práctica de algún deporte	44
Gráfica 10. Actividad deportiva que practican las personas encuestadas.....	45
Gráfica 11. Número de personas que conviven con el participante.....	45
Gráfica 12. Consumo de chocolate de mesa	46
Gráfica 13. Frecuencia de consumo del chocolate de mesa.....	47
Gráfica 14. Espacio en que consume el chocolate de mesa	48
Gráfica 15. Marcas de chocolate que ha consumido.....	48
Gráfica 16. Número de personas en la casa que consumen chocolate	49
Gráfica 17. Consumo del chocolate artesanal de Amalfi.....	50
Gráfica 18. Conoce el chocolate de marca CHOCOCHUCO.....	51
Gráfica 19. Consumo de productos de la marca CHOCOCHUCHO	52
Gráfica 20. Consumo del chocolate de mesa CHOCOCHUCHO	52
Gráfica 21. Marcas de chocolatina que ha consumido	53

Gráfica 22. Consumo de chocolatina CHOCOCHUCHO	54
Gráfica 23. Pago por 125 gr de chocolate artesanal CHOCOCHUCO.....	54
Gráfica 24. Motivo por el cual compra chocolate artesanal	55
Gráfica 25. Disposición a pagar un valor mayor por el chocolate artesanal.....	56
Gráfica 26. Flujo de caja proyectado	104
Gráfica 27. Margen ebitda	104

Lista de Imágenes

	Pág.
Imagen 1. Ubicación del Municipio de Amalfi	60
Imagen 2. Ubicación de la Empresa CHOCOCHUCHO.....	61
Imagen 3. Marquesina de 3x4 mts ² para secado de cacao	61
Imagen 4. Sitio de procesamiento del cacao.....	62
Imagen 5. Mesas metálicas para trabajo	62
Imagen 6. Molinos para el cacao	63
Imagen 7. Descascarilladora de cacao	63
Imagen 8. Horno tostador	64
Imagen 9. Mezcladora del cacao.....	64
Imagen 10. Biopreparados para fertilizar los cultivos de cacao	65
Imagen 11. Proceso de compostaje elaborado con cascarilla de cacao	66

Resumen

El presente proyecto de modalidad monográfica se centró en evaluar la factibilidad del proyecto de fortalecimiento del proceso de transformación y comercialización del cacao en la empresa CHOCOCHUCO S.A.S en el municipio de Amalfi. La metodología para el desarrollo del mismo, estuvo orientada bajo el enfoque mixto, ya que, se buscó analizar la situación desde su naturaleza, realizando una interpretación de la realidad existente a partir del estudio del entorno, del sector, técnico, organizacional, ambiental, legal, como también analizar los datos numéricos y estadísticos de los estudios de mercado, económico y financiero. Este estudio arrojó una viabilidad desde el punto de vista, técnico, de mercado, administrativo, financiero, económico y ambiental.

Palabras Clave: Factibilidad, fortalecimiento, proceso, transformación, comercialización, cacao, productos derivados.

Abstract

This monographic modality project focused on evaluating the feasibility of the project to strengthen the process of transformation and marketing of cocoa in the company CHOCOCHUCO S.A.S in the municipality of Amalfi. The methodology for its development was oriented under the mixed approach, since it sought to analyze the situation from its nature, making an interpretation of the existing reality from the study of the environment, the sector, technical, organizational, environmental, legal, as well as analyze the numerical and statistical data of market, economic and financial studies. This study yielded a feasibility from a technical, market, administrative, financial, economic and environmental point of view.

Keywords: Feasibility, strengthening, process, transformation, marketing, cocoa, derived products.

Introducción

Los proyectos inclusivos de cacao buscan generar alternativas de emprendimiento exitosas que aporten al desarrollo sostenible de las poblaciones, por medio de un modelo de cultivo de cacao que integra componentes tecnológicos, empresariales y sociales.

La región del Nordeste Antioqueño, cada vez es más representativa por sus cualidades agropecuarias en el cultivo del cacao, y existen varios productores de cacao fino de aroma en la región, quienes procesan el grano para la elaboración del chocolate artesanal y demás productos derivados. Amalfi, es uno de los municipios que está siendo cada vez más reconocido por ser productor del cacao, y allí existen algunas empresas constituidas, como CHOCOCHUCHO que elabora productos 100% orgánicos y artesanales con el cacao, como es el chocolate de mesa, chocolatinas, e incluso su envoltura es biodegradable puesto que el papel es elaborado con la fibra de mismo cacao. Aunque, actualmente enfrenta el desafío de mejorar su proceso de transformación y, con ello, la comercialización de los productos que elabora. Por tal razón, el presente proyecto buscó evaluar la factibilidad de un proyecto que logre fortalecer dicho proceso del cacao en la empresa; de manera que, se desarrolló cada uno de los estudios: del sector, del entorno, de mercado, técnico, administrativo, legal, financiero y ambiental, dando cumplimiento a cada uno de los objetivos específicos, para determinar si era viable o no su implementación.

1. Problemática

En Amalfi, Antioquia, la producción del cacao se sustenta en actividades familiares de baja escala con pocas hectáreas de producción. Si bien, es una región que produce cacao de buena calidad, la cantidad de producción es poca. Uno de los mayores problemas de los cacaocultores del municipio es la baja productividad con rendimientos que están estimados en 0.5 toneladas por hectárea, con una producción anual de 334 toneladas aproximadamente. La fertilidad varía según el manejo del cultivo de cada producto, aunque son poco tecnificados.

CHOCOCHUCO, S.A.S, es una empresa ubicada en la finca La Rosa del municipio Amalfi, constituida hace más de dos años, y cuenta con nueve (9) empleados, habitantes del municipio. En la actualidad, tiene la capacidad de cultivar 5 hectáreas de cacao. El chocolate que producen es artesanal, 100% cacao. Adicional al chocolate de mesa artesanal han diseñado nuevos productos y conceptos: un chocolate para cada día” en siete presentaciones de chocolate; el chocolate es empacado artesanalmente con fibras de árbol de cacao por mujeres campesinas, haciendo de éste, un producto biosaludable.

A pesar de que la empresa tiene un desarrollo en el tema de chocolatería y el proceso de sus productos es orgánico, en la actualidad enfrenta dificultades en su proceso de transformación y en la comercialización de sus productos. Para la transformación del grano de cacao, la maquinaria y tecnología que utiliza en el momento es muy rudimentaria. Así mismo, las técnicas de elaboración son muy artesanales, alcanzando a transformar solo 300 kilos de grano mensual; es decir, que la cantidad de productos de chocolate de mesa y chocolatinas que logra producir solo alcanza a distribuirse en los mercados locales y no ha sido suficiente para ampliar su oferta a otros mercados.

1.1. Formulación del problema

¿Cómo realizar un estudio de factibilidad de un proyecto para fortalecer el proceso de transformación y comercialización del cacao en la empresa CHOCOCHUCHO S.A.S en el municipio de Amalfi?

1.2. Antecedentes

Es menester en esta investigación mencionar algunos estudios desarrollados con respecto a la factibilidad técnica, económica, financiera, bien sea para la creación de una empresa, o la mejora de un proceso, etc. Por tanto, se describe en este apartado sobre estudios a nivel internacional, nacional y local referentes al tema de estudio.

En el estudio realizado por Vences (2017) en Perú, el autor buscó determinar la Prefactibilidad técnica, económica y financiera para la instalación de una planta de proceso de licor de cacao de variedad blanco porcelana en el sector de Puerta Pulache en Piura. Al realizar el estudio de mercado; y determinar el estudio técnico del tamaño de la planta, maquinaria de tecnología adecuada y organización; además, de establecer los presupuestos de ingresos y egresos del proyecto y los indicadores financieros y económicos, recomendó a partir de los resultados proceder con el estudio de factibilidad para realizar el proyecto por ser técnica, económica y financieramente rentable.

Por su parte, Tilve (2021) como proyecto final de ingeniería, propuso realizar un estudio o de factibilidad técnica y económico-financiera para mejorar la línea de chips de chocolate que busca abastecer una nueva oportunidad de mercado. Respecto a la viabilidad técnica, recomendó reemplazar solo parte de la maquinaria de la línea actual, la moldeadora, por una más eficiente tanto a nivel de consumo eléctrico como en mano de obra; de esta manera, se obtendría una

mejora en la capacidad actual de línea de producción del 96%. En cuanto a la viabilidad económico-financiera, se demostró que el proyecto bajo análisis con una inversión de \$ 303.811 dólares es rentable, ya que, gracias a las mejoras técnicas propuestas, cumple con las condiciones de aprobación exigidas por la compañía aún bajo un escenario pesimista.

En cuanto al contexto colombiano, Núñez (2020) realizó un estudio de factibilidad para la producción de cacao en sistemas agroforestales para la finca La Linda, de la vereda San Jerónimo, Mariquita, en Tolima. La metodología en la cual se basó el estudio, destaca varias etapas a desarrollar, como: técnica, administrativa, financiera y legal, desde las cuales se explican los requerimientos necesarios para que el cultivo de cacao sea viable y pueda producirse en el escenario más favorable. Por tanto, el estudio facilitó al propietario vislumbrar la rentabilidad del sistema agroforestal de cacao en asocio con frutales o maderables, y desde el punto de vista técnico se evidencia un panorama favorable para la implementación del cultivo de cacao, siempre y cuando se lleve a cabo las metodologías sugeridas.

En el ámbito local, Posada et al (2021) buscaron evaluar la factibilidad de la adecuación de un centro de servicios para la promoción de la participación e inclusión de la población con discapacidad del municipio de Amalfi; estudio basado en la metodología de enfoque mixto, de tipo descriptivo no experimental, ya que se llevaron a cabo una serie de procesos que permitieron recoger y analizar información cuantitativa y cualitativa de manera integral. El estudio se basó en un análisis de mercado, técnico, administrativo, económico, financiero para estimar los costos y gastos, de igual manera las inversiones pre operativas que se deben llevar a cabo para la adecuación del espacio.

En el caso de la empresa en estudio CHOCOCHUCHO S.A.S ha logrado en varias convocatorias salir favorecida. La primera, con Triple G de Peanuts y la embajada de Noruega en

el tema ambiental; que tuvo en cuenta el cacao como protagonista de la conservación del medio ambiente. En este se otorgó una beca con un recurso de 2.300.000 mensual por un año, y además todo el fortalecimiento para llegar a nuevos clientes y buscar cofinanciadores para el proyecto de Ecoturismo. El segundo, fue con la promotora de comercio social e ISA, para el tema de formación y comercialización del producto de chocolate. El tercero, con la fundación Bancolombia, en el cual se les brinda formación, para la introducción de nuevos mercados. En la actualidad, la empresa está participando en Reconocimiento Emprender SENA, 2022.

Por otro lado, en los procesos adelantados para fortalecer la empresa, ha recibido certificación de Negocios Verdes por la Corporación Autónoma Regional de Antioquia. Está en el proceso de certificación BPA de buenas prácticas agrícolas con Fedecacao y el ICA. Certificación de producción orgánica con el Ministerio de Medio Ambiente, Empresas Públicas y otras entidades que hacen parte de un convenio en la región. Sobre la Concesión de aguas con la Corporación Autónoma Regional, ya se han adelantado procesos la Secretaria de Salud Departamental.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad del proyecto de fortalecimiento del proceso de transformación y comercialización del cacao en la empresa CHOCOCHUCO S.A.S en el municipio de Amalfi

2.2. Objetivos Específicos

- Analizar el sector económico del cacao a nivel internacional, nacional y local.
- Realizar un estudio de mercado en donde se identifique la demanda de los habitantes de Amalfi, sobre los productos derivados del cacao, y aquellos elaborados por la empresa CHOCOCHUCO.
- Desarrollar un estudio técnico que determine la capacidad de la empresa para industrializar el proceso de transformación del cacao.
- Identificar la normatividad vigente aplicable al proyecto.
- Establecer los fundamentos administrativos de acuerdo a los principios, teorías y situación particular del proyecto.
- Determinar mediante el estudio ambiental, las acciones que permitan prevenir y mitigar impactos negativos del proyecto.
- Desarrollar el componente financiero para determinar la rentabilidad financiera, económica y social.
- Evaluar la viabilidad económica, analizando las inversiones, costos e ingresos del proyecto.

3. Justificación

Si bien, la empresa no cultiva muchas hectáreas de cacao, el grano que origina es de muy buena calidad, con una gran variedad. Las buenas prácticas agrícolas que utiliza, sin químicos ni herbicidas en los abonos, hacen que sea un producto orgánico, con un valor agregado, que es artesanal; lo que ha llevado a la empresa y al municipio a distinguirse por su cacao, y su chocolate y a tener unos productos apetecidos a nivel local y en municipios cercanos.

A pesar de su baja producción, CHOCOCHUCO S.A.S se ha sostenido en el tiempo, generando ingresos que benefician al empresario y a los empleados Amalfitanos; sin embargo, la empresa necesita mejorar sus prácticas para producir más cacao y expandir su mercado para ser más reconocida no solo a nivel local sino además departamental y nacional. Igualmente, con una capacidad mucha más amplia de producción busca generar nuevas combinaciones y formas del producto en cuanto a sus presentaciones.

Teniendo en cuenta esto, lo que se pretende con este estudio es evaluar si es factible llevar a cabo un proyecto que fortalezca el proceso de transformación y comercialización del cacao que produce CHOCOCHUCO S.A.S, ya que, hace falta tecnificar los procesos para escalar su producción. Ante esto, la empresa no solo tiene un reto técnico, sino también financiero de respaldo a través de crédito.

Primeramente, el proyecto propuesto beneficia a la empresa, ya que, si fortalece los procesos de producción tendrá la oportunidad de atender nuevos y potenciales clientes. Es importante para la empresa, además, la participación en convocatorias que financien o patrocinen este tipo de proyectos, generando alianzas público-privadas. En segunda medida, el proyecto beneficia al municipio de Amalfi, puesto que, a través de este tipo de empresas, tendría un mejor

reconocimiento a nivel regional, departamental y nacional, como un municipio referente del cacao y sus derivados, el cual es muy particular en su aroma y sabor.

Fortaleciendo la empresa se podría generar un precio más competitivo y, a su vez, competir con marcas mucho más grandes reconocidas a nivel nacional. Es importante su fortalecimiento tanto en su proceso de transformación como en la comercialización para incrementar la fuerza de trabajo que se tiene, buscar vincular mayor personal del municipio al proceso productivo, poder adquirir de otros productores del municipio su producción o cosecha, y esto por supuesto mejoraría la economía de los hogares y del municipio.

4. Marco Teórico

La economía mundial está basada en el desarrollo de los sectores económicos: primario, secundario y terciario. Estos forman el conjunto de actividades productivas, comerciales y de servicios de las cuales se sustenta cada país. El sector primario de una economía abarca las actividades de extracción de materias primas; el secundario involucra las actividades de manufactura, y el terciario engloba las actividades relacionadas con los servicios ofrecidos a la sociedad, a las personas y a las empresas (Linero, 2017).

Estos tres sectores se retroalimentan teniendo como resultados productos de calidad que ayudan al crecimiento económico de un país. El sector primario o agropecuario es de gran importancia ya que sus productos son utilizados como materia prima en las producciones industriales. El secundario reúne la actividad artesanal e industrial manufacturera, mediante las cuales los bienes derivados del sector primario se transforman en nuevos productos para ser ofrecidos al mercado.

El sector agropecuario está compuesto por las actividades de producción primaria en los ámbitos agrícola, pecuario, forestal, pesquero y acuícola; su función esencial es la de producir alimentos y materias primas para satisfacer las demandas de los mercados interno y externo (Ministerio de Agricultura, 2017). Según Linero (2017) este sector ha sido relevante para la economía colombiana, puesto que “ha contribuido a la generación de empleo en más del 25% del total de puestos de trabajo generados en el sector agrícola y cerca del 7% sobre el empleo total de la economía en el país” (p.11).

El subsector agrícola hace referencia a aquellas actividades desarrolladas para obtener productos agrícolas; es decir, materia prima de origen vegetal como alimentos, fibras vegetales, semillas, etc., y estas iniciativas forman parte del sector primario. De acuerdo con el Ministerio

de Agricultura (2017) para el desarrollo de este subsector se requiere de extensiones de tierra, capital, maquinaria, tecnología, conocimiento e información de las dinámicas del mercado y, por supuesto, la mano de obra rural dirigida a la producción agrícola.

Ahora bien, el Cacao es uno de los productos agrícolas con mayor proyección en el mundo, y Colombia hace parte de los principales países productores de esta semilla y sus derivados, caracterizándose por sus cualidades como un Cacao Fino de Aroma. Este concepto y sus características se describen a continuación.

4.1. El Cacao

El uso de esta semilla se remonta a los mayas y aztecas. Los aztecas aprendieron de los mayas el cultivo y el uso del cacao. Llamaban cacahuat al cacao y xocolatl a la bebida aromática que se obtenía de sus frutos. También utilizaban sus semillas como monedas de cambio; costumbre que perduró hasta años después de consumada la Conquista (Girón et al, 2012).

Por su origen y características biológicas, el cacao se ha clasificado en dos tipos genéticos: el criollo, que está tipificado como el cacao de buen sabor y de alta calidad, y los forasteros los de mal sabor y baja calidad. Existen otras características que distinguen este tipo de grano, como el tamaño de las hojas, su color, forma, grosor, y algo muy importante, el sabor (Enríquez y Paredes, 1983).

Por ser una planta que debe estar bajo sombra, la temperatura del aire, la precipitación pluvial, el viento y la radiación solar son factores críticos que pueden afectar el desarrollo normal del cultivo. No soporta temperaturas bajas, siendo su límite medio anual de temperatura los 21°C, y las temperaturas más altas pueden generar alteraciones fisiológicas en el árbol. Por otra parte, esta planta es sensible a la escasez de agua, pero también al encharcamiento, por lo que,

precisa de suelos con buen drenaje. Estas exigencias han hecho que el cultivo de cacao se concentre en las tierras bajas tropicales.

El cacao se ha posicionado en el tercer lugar en el mercado mundial, después del azúcar y el café (Superintendencia de Industria y Comercio, 2019). La mayor cantidad de área destinada a su cultivo la tiene Costa de Marfil, con más de 2 millones de hectáreas, seguido por Indonesia y Ghana con más de 1.6 millones de hectáreas. En América Latina, Brasil es país con más producción de este grano (661 mil hectáreas), y le sigue Ecuador con 360 mil hectáreas de cultivo (Cámara de Comercio de Medellín, 2021). Este producto en grano es la materia prima para las industrias de confitería y de producción de chocolates, cosméticos y farmacéuticos. La cadena productiva del cacao comprende tres tipos de bienes: el bien primario, que es el grano de cacao; los bienes intermedios, como el aceite, manteca, polvo y pasta de cacao; y los bienes finales, como el chocolate y sus preparados. Se desarrolla en gran medida bajo un método de producción campesina, es decir, el productor que vive en su finca, cultiva el grano y deriva la mayor parte de su sustento de este (Superintendencia de Industria y Comercio, 2019). De acuerdo a esto anterior, el cacao se convierte en un cultivo de economía de subsistencia del cual el agricultor percibe la totalidad o gran parte de su ingreso económico.

Según datos del Ministerio de Agricultura (2021) Colombia, en los últimos años ha registrado un aumento considerable respecto al área sembrada y cosechada de cacao. El periodo comprendido entre 2015 y 2020 el área sembrada en cultivos de cacao tuvo un crecimiento del 13% y la producción incrementó en un 15%. Para el 2021, se proyectó un crecimiento del 3% en el sector cacaotero, llegando a las 193.953 ha y 65.174 ton. De acuerdo con este mismo Ministerio, en 2020, el aumento en la producción del 2020 de cacao fue producto de dos aspectos fundamentales: primeramente, las condiciones climáticas durante todo el año fueron favorables

para su cultivo y, en segundo lugar, los precios del cacao en los últimos dos años han estado por encima del \$7.500/kilo, que contribuye a que los productores tengan disponibilidad económica para la fertilización de sus cultivos.

4.2. Transformación del Cacao

La primera fase para su transformación se da con la cosecha del cacao, luego, se eligen aquellas plantas (de color amarillo) que serán usadas para la transformación en chocolate. El proceso de quebrado es necesario para retirar el mucílago. Posteriormente, las semillas se vuelven a colocar bajo sombra para que continúen su fermentación natural y después se secan bajo el sol; proceso que dura entre 5 a 7 días. Al igual que la fermentación, el proceso de secado es lo que hace que el cacao emane sus aromas y sabores propios. Posterior al proceso de secado se seleccionan los granos que pasarán al proceso de tostado, lo que permite que su sabor y color se intensifiquen. En el procedimiento de descascarillado, como su nombre indica, se descascarillan los granos para que queden las semillas de cacao solas. Finalmente, el proceso de triturado y molienda se realiza a una temperatura constante entre 60° y 80° (Mosquera, 2020).

De acuerdo con Gómez et al (2019), los granos de cacao son efectivos en la obtención de productos semielaborados en la gastronomía mundial. Parte de este interés en la industria alimentaria se basa en la diversidad de productos a base de cacao; la pasta, el polvo, la manteca y el licor alcohólico son los principales subproductos de la producción de chocolate, bebidas y otras mezclas. De igual forma, el cacao tiene aplicaciones en la industria farmacéutica, y en la producción de medicamentos, cosméticos y jabones.

4.3. Comercialización del Cacao

El mercado internacional del cacao en grano y sus productos derivados es altamente dinámico. Quintero y Díaz (2014) señalan que en el nivel de comercialización de cacao en grano se pueden distinguir diferentes actores y procesos de comercialización; intervienen así productores, intermediarios (brokers), casas de bolsa, empresas consumidoras (transformadoras y comercializadoras de productos con base de cacao). Este mercado está regulado por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) a la cual pertenecen los principales exportadores e importadores del grano.

En los países productores de cacao existen tres sistemas de comercialización: La Junta de comercialización; sistema conocido como monopolios estatales de comercialización interna y externa del grano. Los fondos de estabilización; a pesar de que presenta similitudes con la forma anterior, existe menos intervención por parte del Estado ya que el manejo físico del grano se encuentra en manos privadas. El libre mercado; en él existen múltiples actores a lo largo de la cadena de comercialización, el Estado no ejerce controles directos y los precios son fijados de acuerdo con los que se establecen en el mercado internacional (Quintero y Díaz, 2014).

De acuerdo con Arévalo (2020) la comercialización del cacao es a nivel global un mercado que tienden a ser muy concentrado. Países como Costa de Marfil y Ghana producen cerca de la mitad del cacao que se consume en todo el mundo a precios muy competitivos, generalmente por debajo del precio internacional. Adicionalmente, en el tema del consumo existen una serie de compañías transnacionales muy fuertes que se dedican a la compra del cacao con especificaciones muy básicas de calidad.

Si bien, desde el año 2011 Colombia ha tenido un avance significativo en cuanto al crecimiento del cacao en términos de área (más de 170.000 hectáreas en el país), la realidad es

que, ha entrado un poco tarde a esa escena de mercados internacionales. Esta producción está en cabeza de pequeños productores que tienen menos de 5 hectáreas y, por tanto, el país ofrece condiciones de clima y suelo para producir cacao de muy alta calidad y no necesariamente son plantaciones de alta productividad. Por otra parte, Colombia tiene un mercado interno muy fuerte, que está concentrado en dos compañías que compran cerca del 80% del cacao que aquí se produce (Arévalo, 2020).

Dicho lo anterior, cabe preguntarse ¿cómo orientar a los productores y también a las organizaciones de productores para el desarrollo de una actividad comercial competitiva? El foco debería estar en la formación técnica y la capacitación, para mejorar la productividad y aprender a controlar los procesos de segmentación por calidad, de modo que las organizaciones y las empresas que tienen proyectos alrededor del cacao puedan segmentar su oferta por calidad y destinar cada uno de esos segmentos al nicho o canal de venta adecuado.

Ahora bien, la comercialización se realiza a través de distintas actividades económicas y esto requiere de inversiones y demás; por tanto, estas se llevan a configurarse mediante proyectos.

4.4. Formulación de Proyectos

Distintos autores han dado definiciones del concepto de proyecto. Para Otero et al (2004) un proyecto es el conjunto de acciones destinadas a resolver un problema ya identificado, priorizado y explicado; estructurado para lograr un objetivo que, a su vez, debe cumplir con una serie de objetivos específicos. Según Vigo (2018) un proyecto se trata de la planificación y búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana. Los proyectos son respuestas a grandes problemas, y ese

problema que se busca solucionar es la decisión más importante del diseño del proyecto. Un problema describe una situación que expresa insatisfacción o inconveniencia desde el punto de vista social, “se puede caracterizar como una necesidad insatisfecha o una oportunidad de mercado deficientemente aprovechada” (Vigo, 2018, p. 29).

Trillos (2017) señala que la pregunta de investigación parte del problema que es una brecha en el conocimiento entre lo que es en la realidad y lo que debería ser. Este interrogante nos guía hacia lo que se debe investigar. Una buena pregunta nos da las pautas para justificar de forma sólida la investigación, orienta la adecuada redacción de los objetivos, define el diseño y guía la metodología y el análisis.

Según la procedencia del capital, los proyectos se desarrollan como públicos, privados y mixtos. Los primeros, se financian en su totalidad con fondos públicos que provienen de instituciones gubernamentales, Este tipo de proyectos forman parte de los programas y planes de desarrollo económico y social de los distintos organismos de la administración pública. En los proyectos privados, sus aportes provienen exclusivamente de la iniciativa privada o de empresas con capital particular, y su objetivo principal es generar rentabilidad. Los proyectos mixtos son promovidos y realizados coordinadamente entre los sectores público y privado (Tapias, 2014).

Por tanto, un proyecto de inversión, que puede ser público o privado, se trata de un plan al que, si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad. Los proyectos de inversión surgen de las diferentes necesidades individuales y colectivas de las personas y se concretan con la producción de un bien o servicio, ya que son éstas las que deben ser satisfechas, a través de una adecuada asignación de recursos teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política de una comunidad. (Mokate, 2013).

Según Meza (2013) el estudio de proyectos se lleva a cabo en una sucesión de etapas, en cada una de las cuales se reduce el grado de riesgo o incertidumbre. Cada una de las etapas que recorre el proyecto, desde la concepción de la idea hasta su materialización en una obra o acción concreta, debe presentar suficientes elementos para profundizar en las subsiguientes, de tal forma que el paso de una etapa a otra se efectúa como resultado de una toma de decisión. Cada etapa representa inversiones, lo que significa que la profundidad y extensión de cada una de ellas no debe ir más allá de lo necesario para adoptar la decisión de continuar o detener el estudio del proyecto. La primera decisión ocurre cuando un inversionista desea saber si una idea aceptada por él puede materializarse en un proyecto. Según esto, el ciclo de vida de un proyecto contiene cuatro grandes etapas: idea, preinversión, inversión y operación.

4.5. Evaluación de Factibilidad

La evaluación de proyectos de inversión constituye hoy en día un tema de gran interés e importancia, ya que mediante este proceso se valora cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a una iniciativa específica. Según Echeverría (2017) los estudios que se realizan para determinar la factibilidad de un proyecto brindan la confianza para tomar la decisión de proceder con la inversión para ejecutarlo. Los propósitos u objetivos de este tipo de estudios, según Luna y Chaves (2001) es poder determinar si se puede producir algo, saber si se venderá un producto o servicio, identificar si se obtendrán ganancias o pérdidas, definir si se puede realizar o, por el contrario, se debe buscar otro negocio, reconocer cuáles son los puntos débiles de una empresa y fortalecerlos, aprovechar las oportunidades de financiamiento y de mercado.

La metodología para determinar la factibilidad de un proyecto se basa en el desarrollo de cinco fases, que son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio económico y financiero, además, de evaluaciones: financiera, económica, social, y ambiental si es necesario (Echeverría, 2017), como se describe en la tabla 1.

Tabla 1

Metodología de un Proyecto de Factibilidad

Fases	Objetivos
Estudio de mercado	Es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización
Estudio técnico	Em este estudio se determina la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto.
Estudio Administrativo	Es la estructura organizativa que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de operación.
Estudio Económico y financiero	Es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto.
Evaluaciones: financiera, económica, social.	Esta etapa es dedicada a presentar criterios de evaluación financiera a partir de las inversiones, costos e ingresos de una propuesta de inversión distribuidos en el tiempo, con el fin de componer indicadores que sirvan la base estable y firme y confiable para la toma de decisiones. El estudio económico comprende el análisis sistemático de todos los aspectos necesarios para establecer en primer lugar la rentabilidad de un proyecto, por ejemplo, inversiones, costos, ingresos.

La evaluación social se ocupa de identificar y valorar los beneficios y costos sociales de un proyecto en particular.

Nota. La tabla describe las fases que intervienen en la evaluación de factibilidad de un proyecto.

5. Metodología

Esta investigación estuvo orientada bajo el enfoque mixto, es decir, cuantitativa y cualitativa que, según Hernández, Fernández & Baptista (2014) este enfoque, “no trata de reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación para lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno en cuestión” (p. 531). Es cualitativa porque se analizó la situación desde su naturaleza, realizando una interpretación de la realidad existente a partir de los estudios: del entorno, del sector, técnico, organizacional, ambiental, legal, y del estado actual del segmento de mercado. Es cuantitativa porque se analizan datos numéricos y estadísticos con el estudio de mercado, económico y financiero.

Esta investigación se ajustó al método inductivo, porque buscó con cada uno de los estudios, analizar si era o no factible el proyecto de fortalecimiento del proceso de transformación y comercialización del cacao en la empresa CHOCOCHUCHO S.A.S

El tipo de investigación fue descriptivo no experimental, dado que, se pretendió describir las características de la situación o fenómeno a partir del análisis de los estudios, pero no manipular de forma intencional ninguna variable.

Los instrumentos de recolección para esta investigación fueron: primeramente, la revisión documental para conocer a partir de la literatura existente, datos sobre el sector económico del cacao, para luego analizar esta economía en Amalfi. Así mismo, documentación sobre la

normatividad vigente aplicable al proyecto. En segunda instancia, se recurrió a la elaboración y aplicación de una encuesta para el análisis del estudio de mercado. Por otra parte, se realizó un encuentro con el gerente de la empresa, quien a modo de dialogo compartió información relevante para el estudio técnico y administrativo/organizacional sobre el funcionamiento actual y las expectativas de la empresa.

5.1. Análisis del Sector

5.1.1. *Objetivo del Estudio*

Este estudio tuvo como finalidad analizar el sector económico del cacao a nivel internacional, nacional y local.

5.1.2. *Enfoque*

Este estudio se realizó bajo el enfoque mixto de investigación, puesto que, se indagó sobre el comportamiento del mercado del cacao a nivel mundial y local, presentando información descriptiva, entre ella, algunos datos numéricos y estadísticos.

5.1.3. *Técnicas de Recolección de Información*

Como técnica de recolección de información se recurrió a la revisión de bibliográfica, en la que se indagó sobre información relevante del sector económico del cacao y sus derivados a nivel internacional, nacional y, posteriormente, analizarlo en el contexto local. Los datos generales de distintas fuentes fueron importantes para el análisis macro de este estudio; sin

embargo, la información que logró recopilar en campo fue fundamental para el análisis micro del sector.

5.1.4. Resultados

El mercado del cacao constituye actualmente una fuente de economía muy importante para la mayoría de los países subdesarrollados. Según datos del Banco de Desarrollo de América Latina (2020) cerca del 80% de la producción mundial de del cacao proviene de Latinoamérica, con una gran diversidad genética. Esta misma institución financiera ha indicado que, la mayor parte de la producción de cacao en el mundo se distribuye a granel, mientras que el cacao fino representa una fracción muy pequeña de esta producción; que si bien, puede alcanzar el doble del precio del cacao convencional, los trámites y demoras en la comercialización hacen de esta operación un proceso más complejo que la del mercado a granel.

Por su posición geográfica y diversidad de ecosistemas, países como Brasil, Ecuador, Perú, Bolivia, Colombia, Costa Rica, México, Panamá y República Dominicana, han sido los principales proveedores de cacao fino de aroma a nivel internacional, claro que, la producción del cultivo varía en cada país. Ecuador y Perú, por ejemplo, logran niveles entre 600 Kg/Ha y 700 Kg/Ha respectivamente, y República Dominicana alcanza una productividad promedio de 477 Kg/Ha (Banco de Desarrollo de América Latina, 2020).

Tras un proceso que inició en el año 2019, la Organización Internacional del Cacao a finales del 2021 anunció el ingreso de Colombia a esta organización como país miembro, a fin de promover aún más el desarrollo del cacao como actividad económica sostenible del país, pues, aunque su cultivo beneficia directamente a los productores, promueve indirectamente la inclusión económica y mejora en los estándares de vida de millones de colombianos. Con la

participación de Colombia en la ICCO, actualmente son 52 países miembros, de los cuales 29 son importadores y 23 son exportadores (ICCO, 2021).

En los últimos años, la demanda mundial del cacao ha ido gradualmente en aumento y trascendiendo gustos culturales. Gracias a las buenas prácticas de beneficio (fermentación y secado) que se implementan con el cacao, Colombia es uno de los más competitivos en el mercado internacional; sin embargo, existe una preocupación en términos de contaminantes, debido a la presencia del cadmio en las semillas del cacao, producto de la minería ilegal desarrollada en varias regiones del país (Cruz y Cañas, 2018).

Colombia, a pesar de ser uno de los países más apetecidos para la exportación del grano y productos derivados de este, todavía las empresas tienen grandes limitaciones con su escala de producción, debido a la falta de tecnificación en los procesos, lo que restringe directamente la comercialización.

De cara a la necesidad latente que tiene Colombia de incrementar su participación en las exportaciones de productos agrícolas y sus derivados, y equilibrar su balanza comercial, el cacao se convierte en una importante alternativa en la industria mundial del chocolate. En esta línea, es importante mencionar que:

En el Plan de Desarrollo Cacaotero del país para el período 2012-2021 se propuso una meta de aumento de la producción nacional, en una primera etapa, pasar de 42.000 toneladas en 2012 a 79.800 en 2016, correspondiéndole a Antioquia un total de 15.500 hectáreas nuevas y 9.000 hectáreas en renovación, principalmente en la zona Urabá y algunos municipios del Nordeste (Cámara de Comercio de Medellín, 2021a)

Lo anterior, indica una gran oportunidad para el departamento y estas regiones que tienen una ventaja competitiva por la variedad de las condiciones del suelo que poseen, la temperatura,

altitud, entre otras características óptimas para la producción de cacao finos y su aroma, que son tan apetecidos en el mercado.

Es importante entender que, para asistir estos desafíos ha sido trascendental la generación de dinámicas de desarrollo y articulación empresarial en donde prima la estrategia centrada en mercados de alto valor y en las que, por ende, se maximicen los resultados que se derivan de aprovechar una oportunidad favorable del mercado, como la expuesta anteriormente para el negocio del cacao. El resultado de dicho proceso es la estructuración de “la iniciativa cluster cacao de Antioquia, cuyo objetivo es incrementar la competitividad del sector cacaocultor en Antioquia a través de la generación de valor en los segmentos de cacao en grano y cacao transformado” (Cámara de Comercio de Medellín, 2021b).

5.2. Estudio del Entorno

Este análisis consistió en la visión del contexto dentro del cual operará el proyecto de fortalecimiento que se propone. Para ello, se utilizó la Matriz PESTEL con la cual se analizaron los factores: político, económico, social y ambiental; identificando las oportunidades y posibles amenazas.

Tabla 2

Análisis del Entorno

Factores externos	Oportunidades	Amenazas
Político	La Alcaldía de Amalfi, como entidad fundamental de la división político administrativa del Estado, es orientadora en la planeación, construcción y	Voluntad política y funcionarios que no estén interesados en apoyar los proyectos de transformación y comercialización del cacao.

	ejecución de planes, programas y proyectos de emprendimiento para el desarrollo económico y social de la región.	
Económicos	Aprovechamiento de la economía agrícola desde el impacto socioeconómico de la producción, transformación y comercialización del cacao. Por tanto, existe un convenio entre Fedecacao y la Gobernación departamental, para el apoyo al fortalecimiento de la actividad cacaotera en el departamento mediante la siembra y sostenimiento de cultivos de cacao y fortalecimiento del comité regional de la cadena productiva de cacao-chocolate.	Que no se cumplan las metas de siembra de hectáreas comprometidas para esta producción. Que no se implementen los proyectos que son financiados con recursos de regalías.
Sociocultural	Fortalecimiento de capacidades de las familias y organizaciones de pequeños productores mediante actividades de acompañamiento técnico integral, difusión, intercambio de saberes y accesos a tecnologías e innovación. Gestión de la creación de la marca propia de los productos de origen Amalfitano.	Tiene que continuar la asistencia técnica y fomento de la productividad en red para la competitividad y generación de desarrollo rural con mercados justos y programado. Debe haber más apoyo a las iniciativas de emprendimiento e innovación en la producción tecnificada que aporte a la reactivación de la economía.
Ambientales	A partir del Acuerdo N° 6 dado en 2020, Amalfi adopta el plan de	Que no se promueva la alianza estratégica por la reactivación

	desarrollo territorial 2020-2023, destinado a orientar y promover a corto y mediano plazo los proyectos articulados para el desarrollo socioeconómico a nivel regional.	económica, que también involucra el sector agropecuario.
--	---	--

5.3. Estudio de Mercado

5.3.1. Objetivo del Estudio

Este estudio tuvo como finalidad identificar la demanda de los habitantes de Amalfi, sobre los productos derivados del cacao, y aquellos elaborados por la empresa CHOCOCHUCHO S.A.S.

5.3.2. Enfoque

Este estudio se realizó bajo el enfoque cuantitativo, debido a que, los datos que se analizaron se representan de manera numérica y estadística.

5.3.3. Técnicas de Recolección de Información

La técnica que se utilizó para la recolección de la información fue la encuesta, la cual se estructuró con 26 preguntas para recopilar la información requerida sobre la demanda de dicho mercado. La aplicación del cuestionario se realizó de manera física, con una duración aproximada de 15 minutos cada uno, en el que se indagó inicialmente por las características socioeconómicas, como: edad, genero, estrato, número de habitantes en el hogar, nivel de

escolaridad y ocupación. Posteriormente, se interrogó sobre el consumo del chocolate de mesa y otros derivados del cacao, la frecuencia con que lo consumen, si han consumido chocolate artesanal, si conocen los productos que elabora y comercializa CHOCOCHUCHO, y otros ítems que permitieron ampliar este estudio, como se describe en el análisis de la información.

5.3.4. *Tipo de Investigación*

El estudio tuvo un alcance descriptivo, puesto que, se buscó describir las características de lo indagado a partir de las preguntas del cuestionario. Es decir, únicamente se pretendió medir o recoger información de manera conjunta sobre los conceptos a los que se refieren, más su objetivo no fue indicar cómo se relacionan éstos.

5.3.5. *Población y Muestra*

La población definida fueron los habitantes y visitantes del municipio de Amalfi; como criterio de inclusión se tuvo en cuenta aplicar el instrumento a personas mayores de edad. El tamaño de la muestra al que se determinó aplicar la encuesta fue a 282 personas, entre hombres y mujeres.

5.3.6. *Tratamiento de la Información*

Las preguntas y respuestas fueron tabuladas mediante Excel, y numeradas cada una para evitar posibles errores.

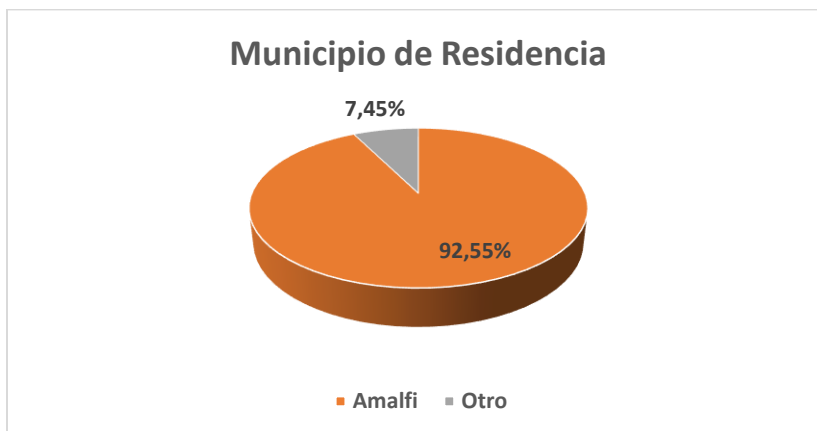
5.3.7. Resultados

Con este análisis se buscó caracterizar a los consumidores actuales y potenciales de los productos derivados del cacao, identificando sus hábitos de consumo, preferencias, cuánto estarían dispuestos a pagar por los productos, etc., tal como se muestra en las siguientes gráficas.

De las 282 personas encuestadas, el 92,5% residen en Amalfi, y el 7,45% viven en otros municipios, como indica la gráfica 1: tres (3) personas viven en Remedios, 2 en Yolombó, 3 en Anori, 2 en Segovia, 1 en Yali, 1 en Agardenia, 1 en Zaragoza, 1 en Vegachi, 1 en Itagüí, y 5 son de Medellín.

Gráfica 1

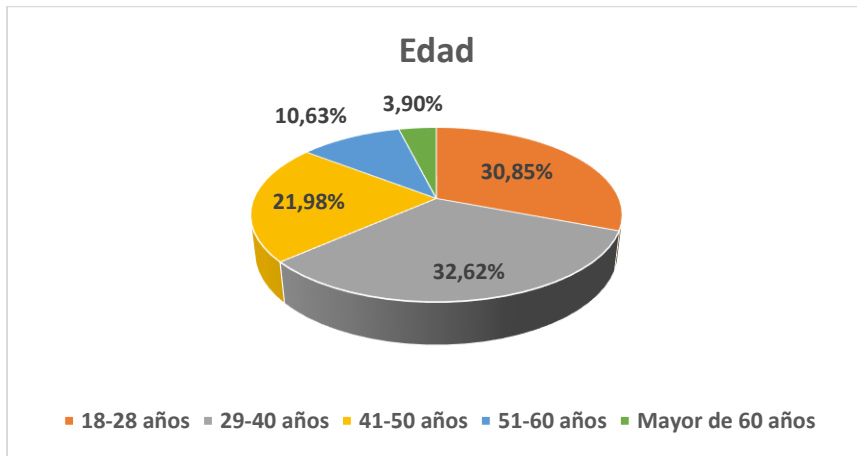
Lugar de residencia



Del total de las personas encuestadas, aproximadamente el 22% se encuentran en el rango de edad entre 18-28 años, el 32,6% tienen entre 20-40 años, el 30,85% tienen entre 41-50 años, el 10,63% son adultos entre 51-60 años, y solo el 3,90% son adultos mayores de 60 años, como indica señala la gráfica 2.

Gráfica 2

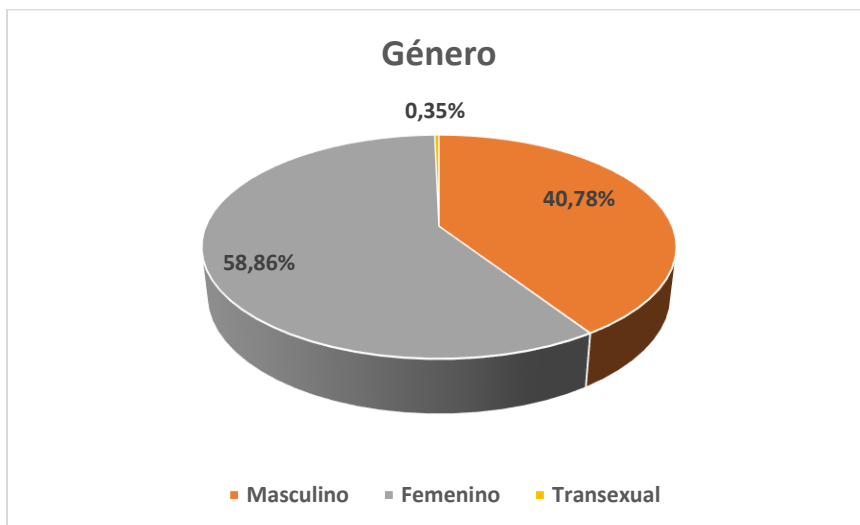
Edad de los participantes



De las 282 personas encuestadas, el 58,86% son hombres, el 40,78% son mujeres, y 1 persona es transexual, como indica la gráfica 3.

Gráfica 3

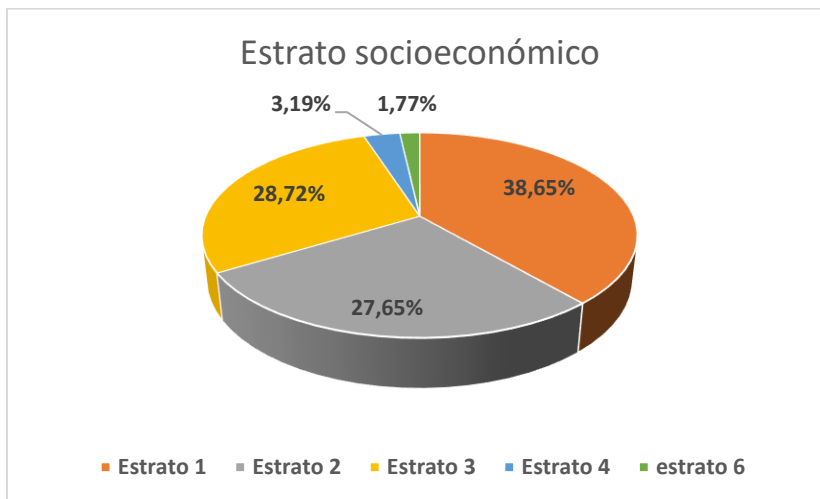
Género de los participantes



Acerca del estrato socioeconómico, el 38,65% de las personas encuestadas son de estrato 1, el 27,65% son de estrato 2, el 28,72% son estrato 3, el 3,19% son estrato 4, y solo el 1,77%, equivalente a 5 personas, son estrato 6, como muestra la gráfica 4.

Gráfica 4

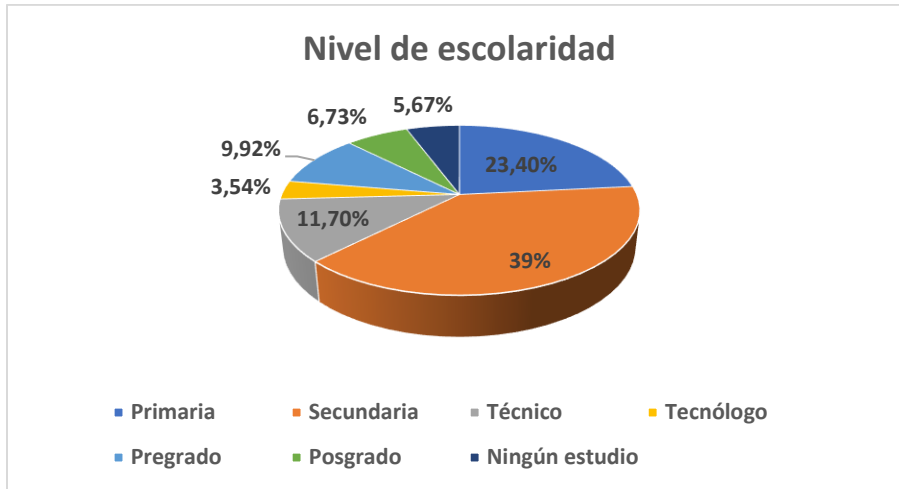
Estrato socioeconómico de las personas encuestadas



Del total de personas encuestadas, el 23,4% cursaron solo la primaria; el 39% cursaron secundaria, aunque de ellos, algunos no la culminaron; el 11,7% han realizado estudios técnicos; únicamente el 3,5% son tecnólogos, el 6,73% tienen pregrado, y el 5,67% no han realizado ningún estudio en su vida, como muestra la gráfica 5.

Gráfica 5

Nivel de escolaridad de las personas encuestadas



Con respecto a la vinculación laboral, el 50,7% de las personas encuestadas (141 participantes) son empleados en empresas privadas y entidades públicas; el 36,5% son personas que trabajan como independientes, la mayoría de ellos tienen trabajos informales; y el 12,76%, es decir, 36 personas de las encuestadas están desempleadas, como indica la gráfica 6.

Gráfica 6

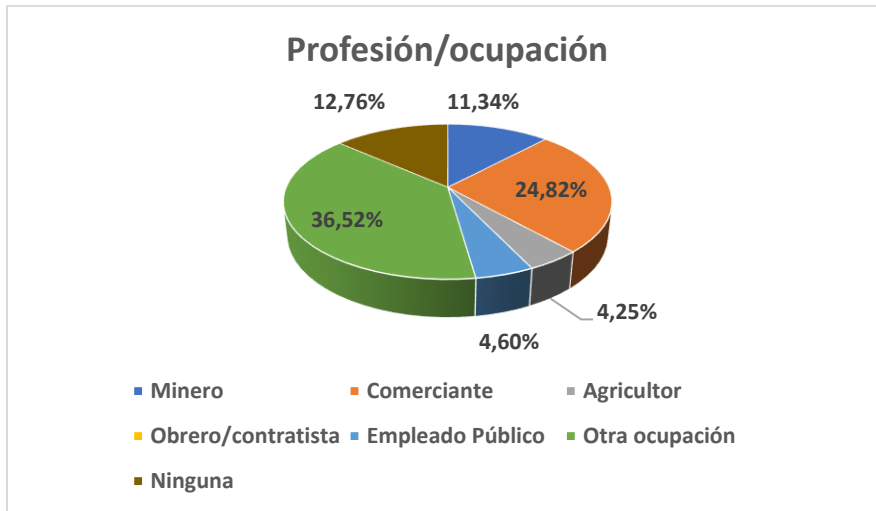
Vinculación laboral de las personas encuestadas



En cuanto a la profesión u ocupación, del total de las 282 personas encuestadas, solo el 4,6% son empleados públicos, como policías, docentes, enfermeras y administrativos de la alcaldía; el 24,82% son comerciantes independientes; el 4,25% son agricultores, en su mayoría caficultores y cacao cultores, el 11,34% se dedican a la minería, el 12,76% no tienen ocupación o están desempleados, y el 36,52% tienen otras ocupaciones, como amas de casa, obreros/contratistas, panderos, zapateros, carniceros, entre otros, como señala la gráfica 7.

Gráfica 7

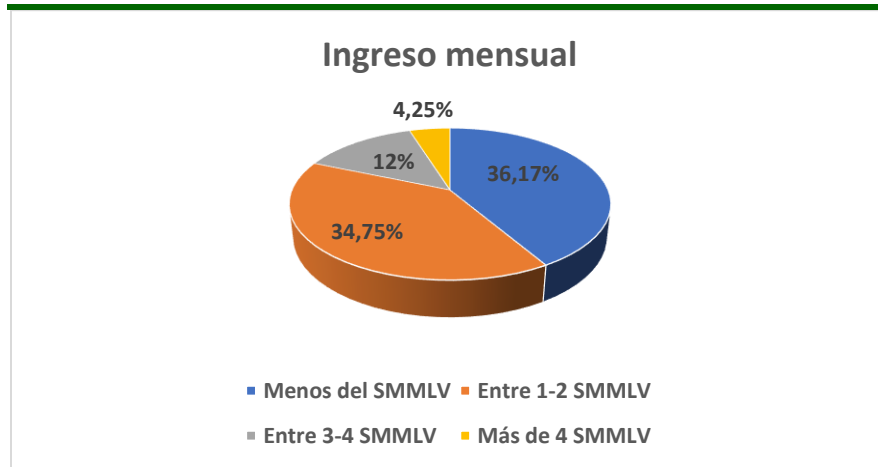
Profesión u ocupación de los encuestados



Con respecto al ingreso mensual, el 36,17% de las personas encuestadas, indicaron que ganan menos de 1 SMMLV, el 34,75% reciben entre 1-2 salarios mínimos mensuales, el 12% reciben entre 3-4 salarios mínimos, solo el 4,25% ganan más de 4 SMMLV, como muestra la gráfica 8, y el 12,76% al no tener empleo, no reciben ingresos fijos.

Gráfica 8

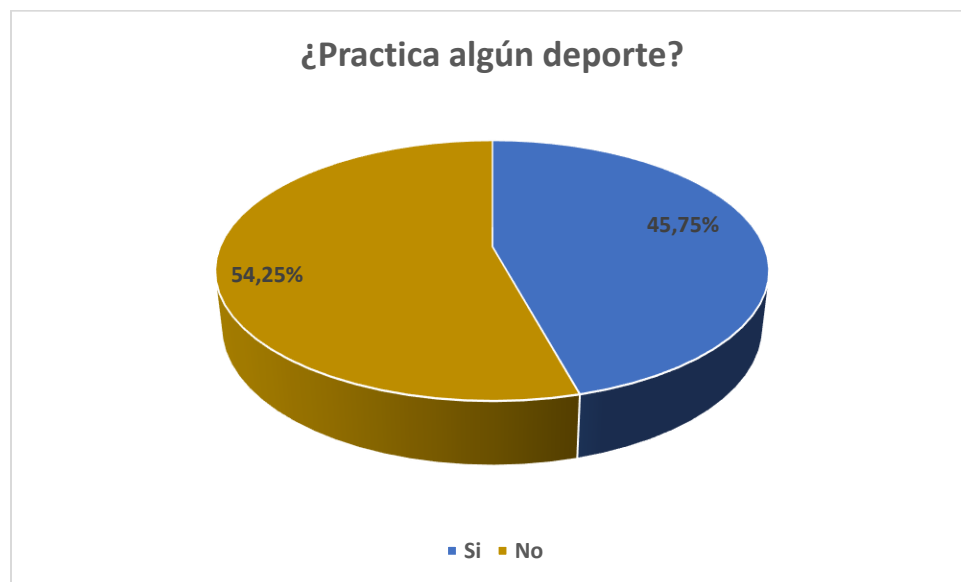
Ingresos mensuales de las personas encuestadas



De los 282 encuestados, el 45,75% practican algún deporte, mientras que el 54,2% expresaron que no practican ninguno, como indica la gráfica 9. Esta pregunta se realiza con la finalidad de conocer si quienes practican deporte, consumen el chocolate como energizante.

Gráfica 9

Práctica de algún deporte

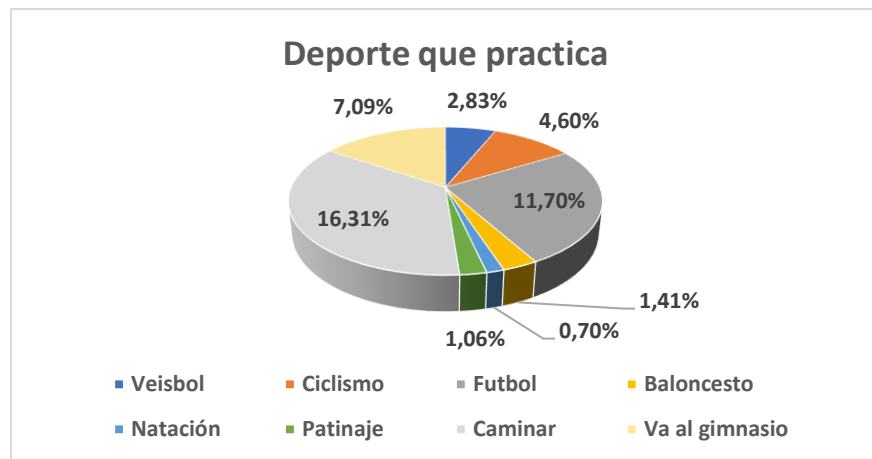


En cuanto al tipo de deporte que practican, el 11,7% indicaron que el futbol, el 2,8% practican béisbol, el 1,4% practican baloncesto, el 4,6% practican ciclismo, el 7% les gusta

asistir al gimnasio, solo el 1% practican patinaje, y el 16,31% se dedican al senderismo, como muestra la gráfica 10.

Gráfica 10

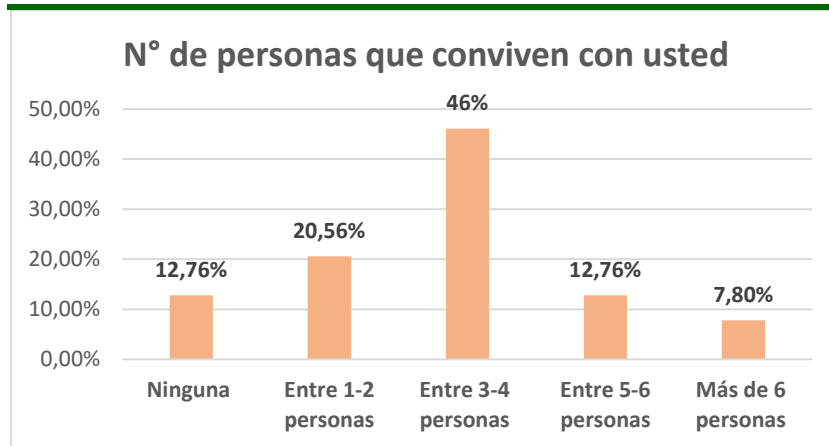
Actividad deportiva que practican las personas encuestadas



Del total de 282 personas que fueron encuestadas, el 20,56% indicaron que conviven con 1 o 2 personas más, el 46% conviven con 3 o 4 personas, el 12,76% conviven con 5 o 6 personas, el 7,80% conviven con más de 6 personas, mientras que el 12,76% restante, manifestaron que no conviven con ninguna persona, como muestra la gráfica 11.

Gráfica 11

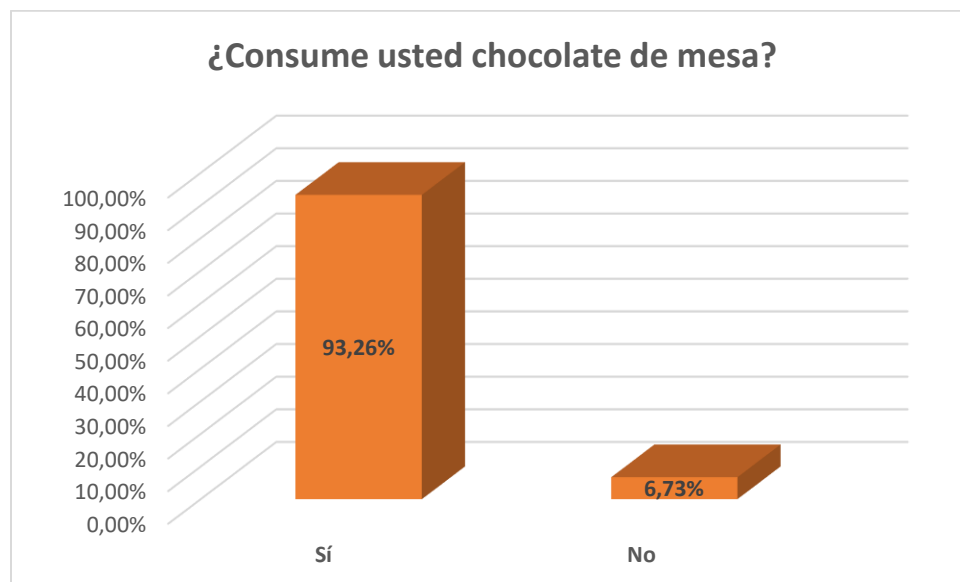
Número de personas que conviven con el participante



Del total de las personas encuestadas, el 93,26 %; es decir, 263 personas indicaron que consumen chocolate de mesa, mientras que el 6,73% señalaron que no les gusta, tal como lo muestra la gráfica 12.

Gráfica 12

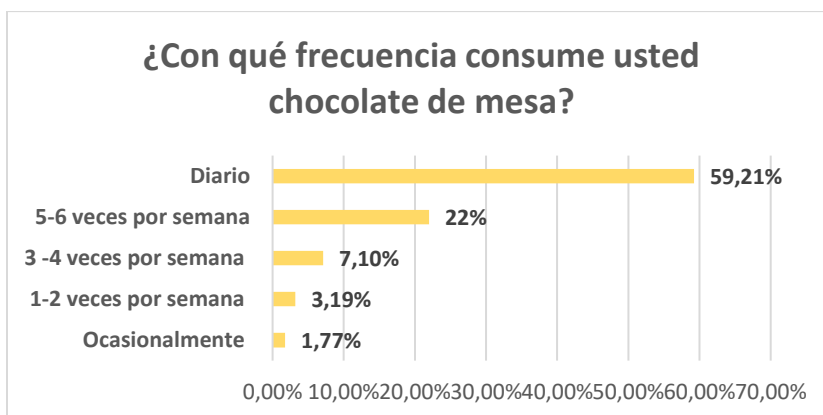
Consumo de chocolate de mesa



Con respecto a la frecuencia de consumo del chocolate de mesa, el 59,21% señalaron que lo consumen a diario, el 22% lo consumen de 5 a 6 veces por semana, el 7,1% lo consumen de 3 a 4 veces por semana, el 3,19% lo consumen 1 o 2 veces por semana, y solo 1,77%, es decir, 5 personas manifestaron que lo consumen ocasionalmente, como indica la gráfica 13. El 6,73% habían manifestado no consumir chocolate de mesa.

Gráfica 13

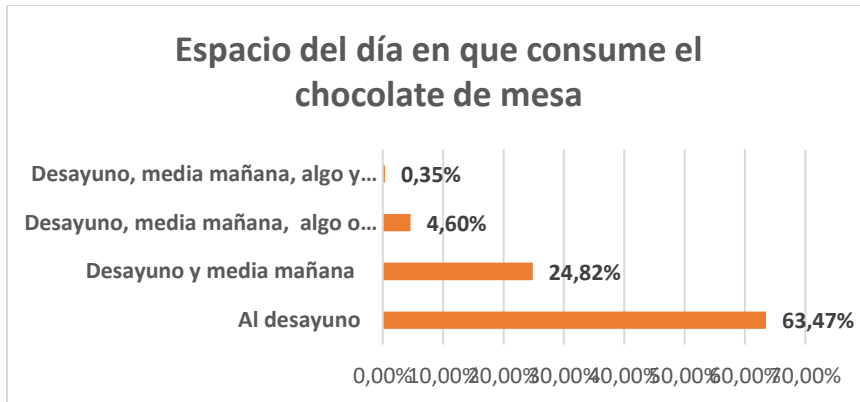
Frecuencia de consumo del chocolate de mesa



Del total de personas encuestadas, el 63,47% señalaron que consumen el chocolate de mesa solo al desayuno, el 24,82% dijeron que lo consumen en el desayuno y la media mañana, el 4,60% indicaron que lo consumen en el desayuno, de media mañana, a veces de algo y en la merienda, y solo 1 persona dijo que lo consume al desayuno, de media mañana, de algo y en la merienda, como muestra la gráfica 14. Cabe indicar que se tuvo en cuenta no incluir el número de personas que inicialmente dijeron que no consumen este chocolate.

Gráfica 14

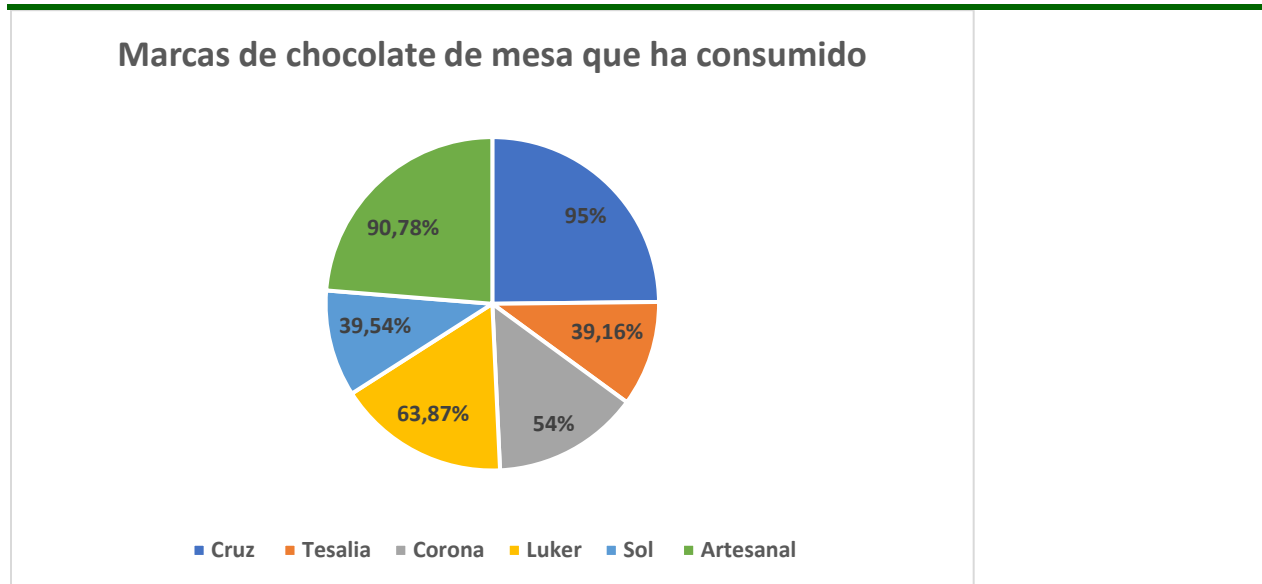
Espacio en que consume el chocolate de mesa



De las 263 personas que dijeron que consumen chocolate de mesa, el 95% de ellas indicaron que han consumido chocolate Cruz, el 54% han consumido Corona, el 39,54% chocolate Sol, el 39,16% Tesalia, y el 90,78% han consumido chocolate artesanal de la región, como muestra la gráfica 15.

Gráfica 15

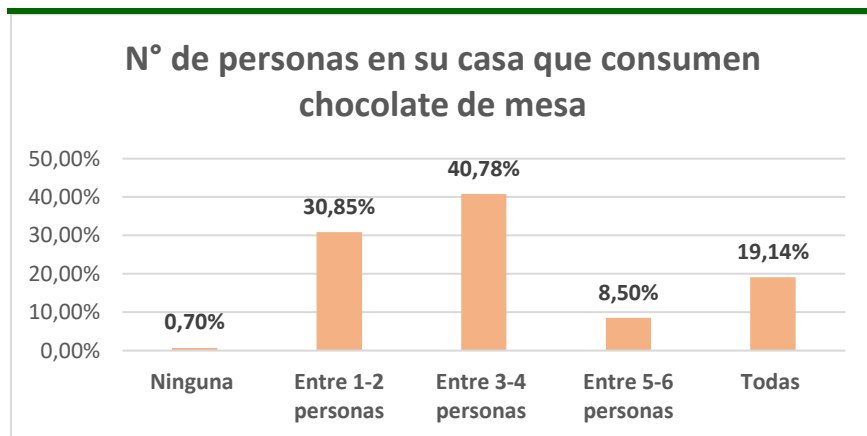
Marcas de chocolate que ha consumido



De las 282 personas encuestadas, solo 2 indicaron que en su casa nadie consume chocolate de mesa. El 30% afirmaron que solo 1-2 personas lo consumen, el 40,78 % indicaron que lo consumen 3 o 4 personas, el 8,5% dijeron que 5 o 6 personas, y el 19,14% señalaron que todas consumen el chocolate, como ilustra la gráfica 16.

Gráfica 16

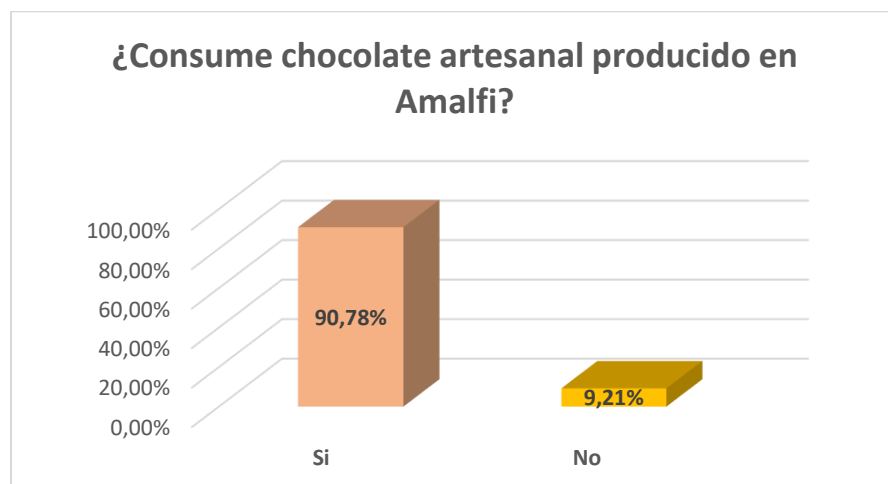
Número de personas en la casa que consumen chocolate



Del total de personas encuestadas, el 90,78% manifestaron que consumen el chocolate artesanal que se produce en Amalfi, mientras que el 9,21% indicaron que no, como indica la gráfica 17. Del porcentaje que dijeron que no consumen chocolate artesanal, se incluye el 6,73% que inicialmente señalaron que no utilizan ningún chocolate de mesa.

Gráfica 17

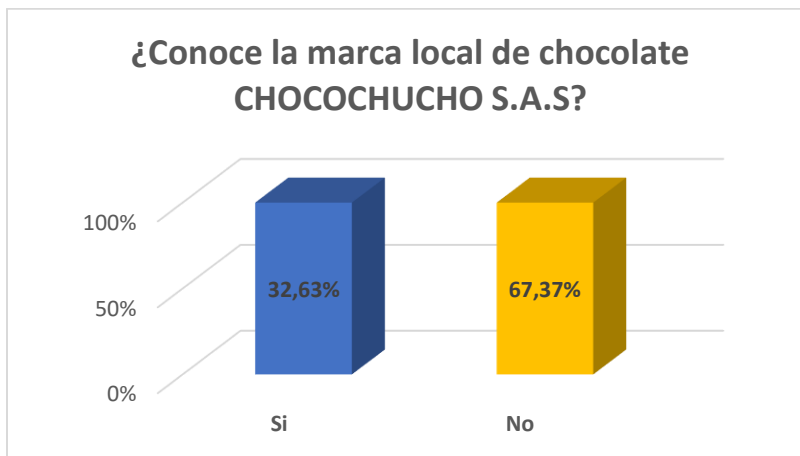
Consumo del chocolate artesanal de Amalfi



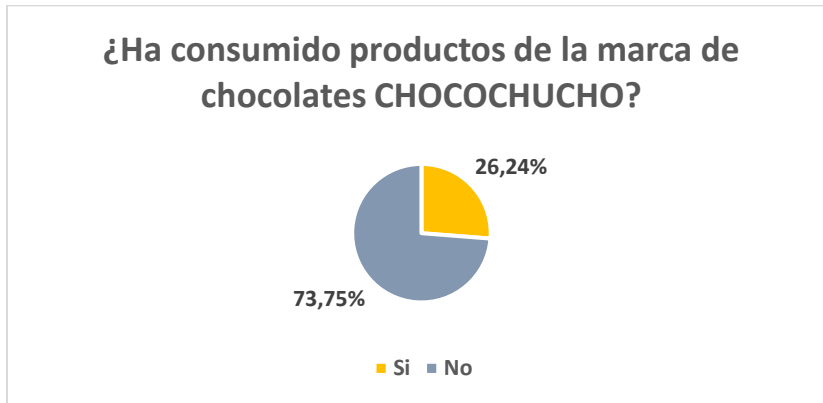
Con respecto a la pregunta, si conocen la marca local de chocolate CHOCOCHUCHO S.A.S, solo el 32,63% de las 282 personas encuestadas indicaron que la conocen, tal como señala la gráfica 18.

Gráfica 18

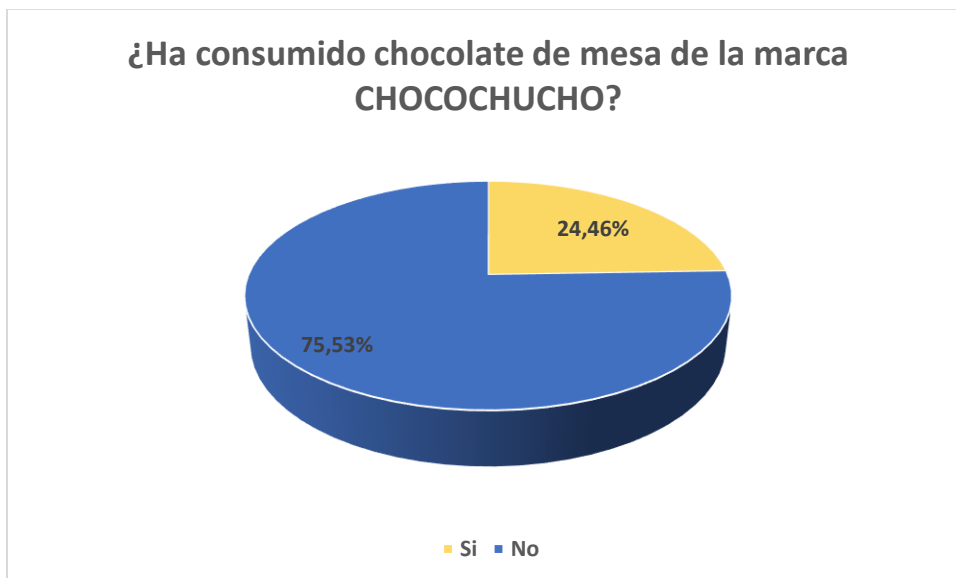
Conoce el chocolate de marca CHOCOCHUCO



De las 92 personas que afirmaron conocer la marca de chocolate CHOCOCHUCHO, solo el 26,24% han consumido sus productos, como muestra la gráfica 19.

Gráfica 19*Consumo de productos de la marca CHOCOCHUCHO*

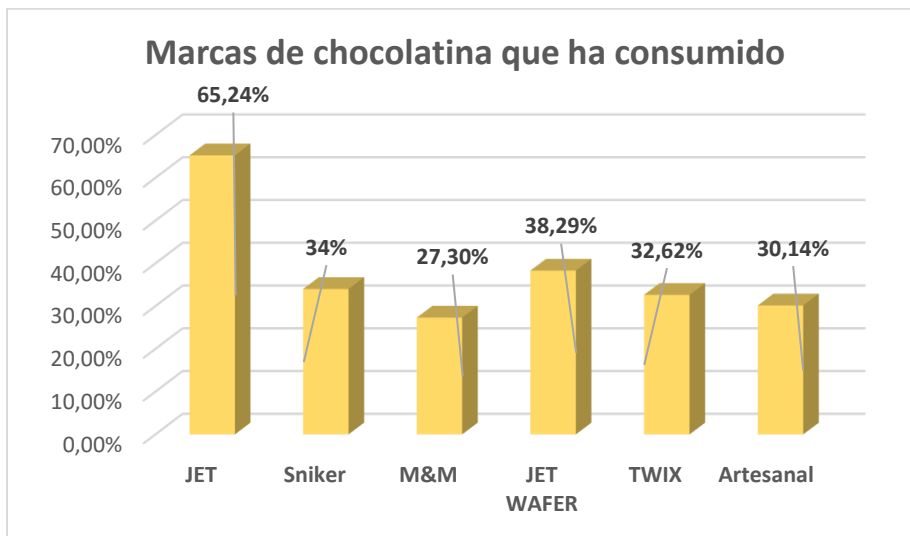
De las personas que han consumido los productos de CHOCOCHUCHO, el 75,53% indicaron que solo han probado el chocolate de mesa de esta marca, como muestra la gráfica 20.

Gráfica 20*Consumo del chocolate de mesa CHOCOCHUCHO*

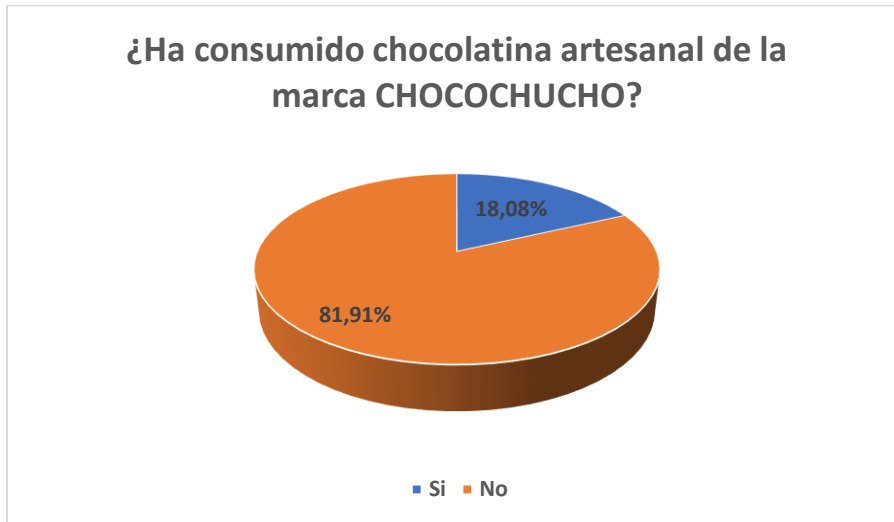
Del total de 282 personas encuestadas, el 65,24% indicaron que han consumido chocolatina JET, el 38,3 % han consumido la JET Wafer, el 34% la Sniker, el 27,3% la de marca M&M, el 32,62% y el 30,14% chocolatina artesanal, como se indica en la gráfica 21.

Gráfica 21

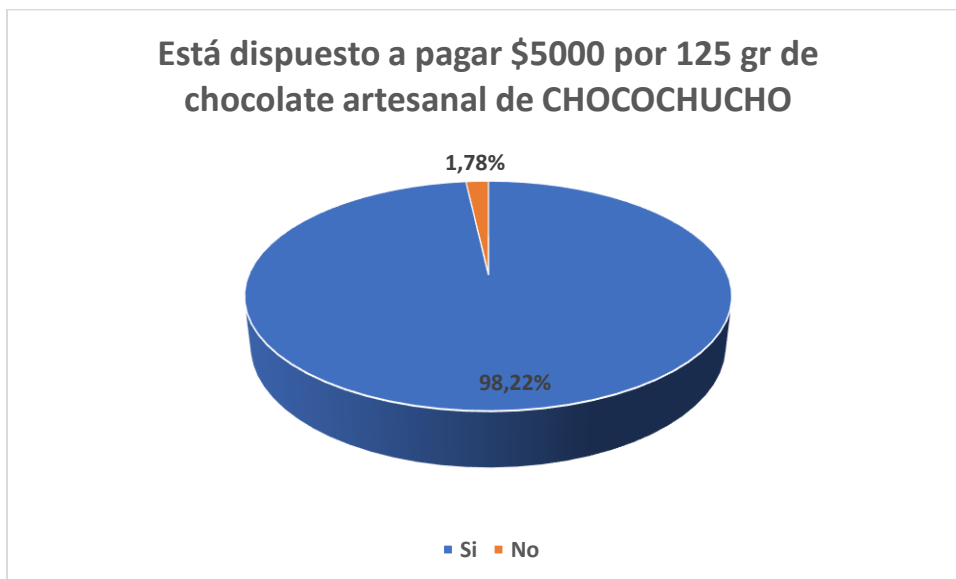
Marcas de chocolatina que ha consumido



De las personas que han consumido los productos de CHOCOCHUCHO, el 18% dijeron que han consumido la chocolatina artesanal de esta marca, como enseña la gráfica 22.

Gráfica 22*Consumo de chocolatina CHOCOCHUCHO*

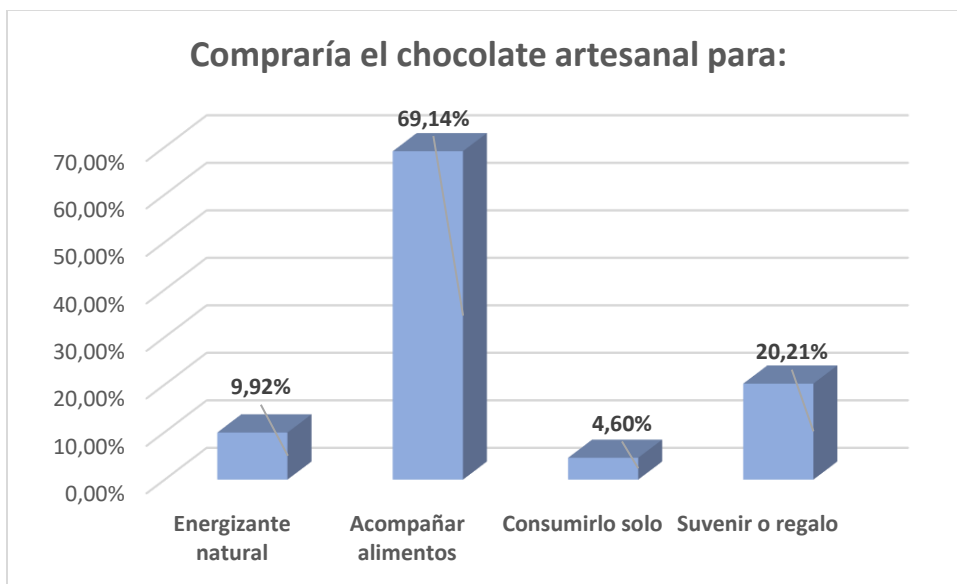
De las 282 personas que se encuestaron, el 98,22% señalaron que están dispuestos a pagar 5.000 pesos por 125 gr de chocolate de mesa artesanal 100% chocolate proveniente de la agricultura ecológica de CHOCOCHUCHO S.A.S, como muestra la gráfica 23.

Gráfica 23*Pago por 125 gr de chocolate artesanal CHOCOCHUCHO*

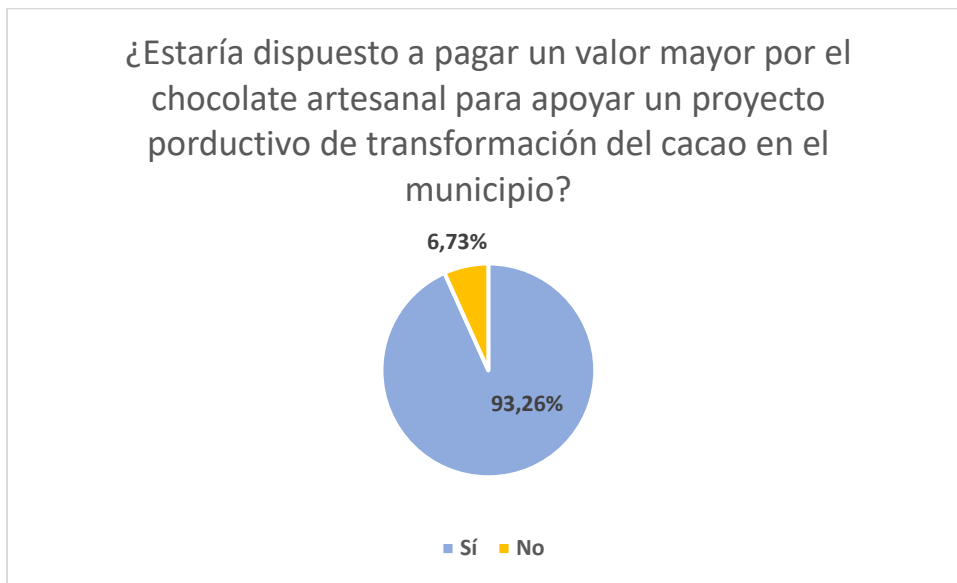
Del total de personas encuestadas, el 69,14% señalaron que comprarían y consumirían el chocolate artesanal para acompañar alimentos, mientras que 9,92% indicaron que solo como energizante, únicamente 12 personas dijeron que lo consumirían solo, y el 21,2% manifestaron que lo comprarían como regalo o souvenir, puesto que dentro de este porcentaje están incluidas las personas que dijeron que no consumen chocolate de mesa, como indica la gráfica 24.

Gráfica 24

Motivo por el cual compra chocolate artesanal



De las 282 personas que fueron encuestadas, solo el 6,73% dijeron que no pagarían un precio más alto por el chocolate artesanal para apoyar un proyecto de transformación del cacao, que sea más productivo, como ilustra la gráfica; las personas que indicaron que no lo apoyarían son quienes inicialmente manifestaron que no consumen ningún chocolate.

Gráfica 25*Disposición a pagar un valor mayor por el chocolate artesanal***5.3.8. Evaluación de Factibilidad**

Se identificó que la demanda de chocolate de mesa es alta (93,26 % de las personas encuestadas) y lo consumen con frecuencia. En cuanto al consumo del chocolate artesanal, aproximadamente el 70% de los encuestados lo comprarían y consumirían, y el 93% pagarían un precio más alto por el chocolate artesanal para apoyar un proyecto de transformación del cacao, por tanto, desde el punto de vista del mercado, el proyecto es viable.

5.4. Estudio Técnico**5.4.1. Objetivo del Estudio**

Desarrollar un estudio técnico que determine la capacidad de la empresa para industrializar el proceso de transformación del cacao.

5.4.2. *Tamaño del Proyecto*

Basado en la experiencia personal en el hogar se identifica un gramaje óptimo de venta para el producto en dos presentaciones distintas unas de 250 gr y otra de 125gr, permitiendo una mejor distribución y aceptación en el mercado, debido que es la presentación más común de este producto, además que el empaque con el que se hará el embalaje conservará el aroma a cacao permitiendo que el cliente perciba el aroma al momento de abrir el producto.

5.4.3. *Tamaño Óptimo del Proyecto*

Teniendo en cuenta la oferta que se tiene de aproximadamente una tonelada de cacao al mes y las condiciones de transformación con las que se van a contar en la planta de procesamiento y transformación del cacao. Se proyecta que se tenga una capacidad de procesamiento de 150 kg al mes para mantener una buena cobertura de la demanda básica del producto.

5.4.4. *Tamaño y Mercado*

El producto tendrá un embalaje en caja fabricada con madera del árbol de cacao, la pasta de chocolate estará envuelta en papel producido de la misma manera, el cual ayudará a conservar el aroma del producto, así el cliente tendrá una experiencia grata al sentir el aroma del cacao desde el momento que lo compra, lo desempaca y procede a realizar el proceso de cocción para su consumo.

5.4.5. *Tamaño y Tecnología*

Con la presentación de este producto se tendría de manera innovadora el embalaje, debido que es orgánico y biodegradable, se estará contribuyendo con el medio ambiente con un envoltorio biodegradable con fácil descomposición.

5.4.6. *Maquinaria y Equipo a Emplear*

Para el proceso de transformación del cacao a chocolate es necesario una maquinaria especial, las cuales cumplen funciones específicas y sólo una de ella cumple una doble función en el proceso.

- **Basculas:** Este elemento permite medir el peso (kg o gramaje) de los granos de cacao e ingredientes necesarios para el proceso.
- **Tostador:** Permite disminuir la humedad del grano de cacao, permitiendo una mejor conservación del aroma y el sabor.
- **Descascarilladora:** Esta máquina es la encargada de llevar a cabo el proceso de retirar la cascara del grano de cacao.
- **Molino e enfriador:** Con la ayuda de esta máquina se procede a triturar el cacao hasta quedan en polvo (Preferiblemente) mediante un tambor con resaltos que trituran el grano, además se logra que el polvo este en la temperatura correcta.
- **Mezcladora/batidora:** En esta máquina se logra conseguir una hegemonía entre los ingredientes necesarios para tener una pasta de chocolate de buena calidad.

-
- **Moldes:** Con esto se le dará forma de pasta al chocolate y se le harán las divisiones para cada porción (cuadro) de la tableta. (Matfer Bourgeat 380240 Poly Carbonato Tabletas De Chocolate)
 - **Enfriador:** Con este elemento se logra que las pastas de chocolate estén a temperatura ambiente antes del empaquetado.

5.4.7. Localización

La localización del proyecto tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible situarlo, con el fin de obtener los máximos beneficios y el máximo de ganancias, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario si lo que se requiere desarrollar es un proyecto social (Universidad Santo Tomás, s.f). Para el caso del presente proyecto, la localización se establece en el mismo sitio donde actualmente funciona la empresa CHOCOCHUCHO, pero contemplando algunas adecuaciones que se requieren para fortalecer el proceso de transformación de los productos que se elaboran. Para esto, se determinó lo siguiente:

- Adecuaciones locativas para optimizar el proceso.
- Características de la infraestructura.
- Costo de adecuación.

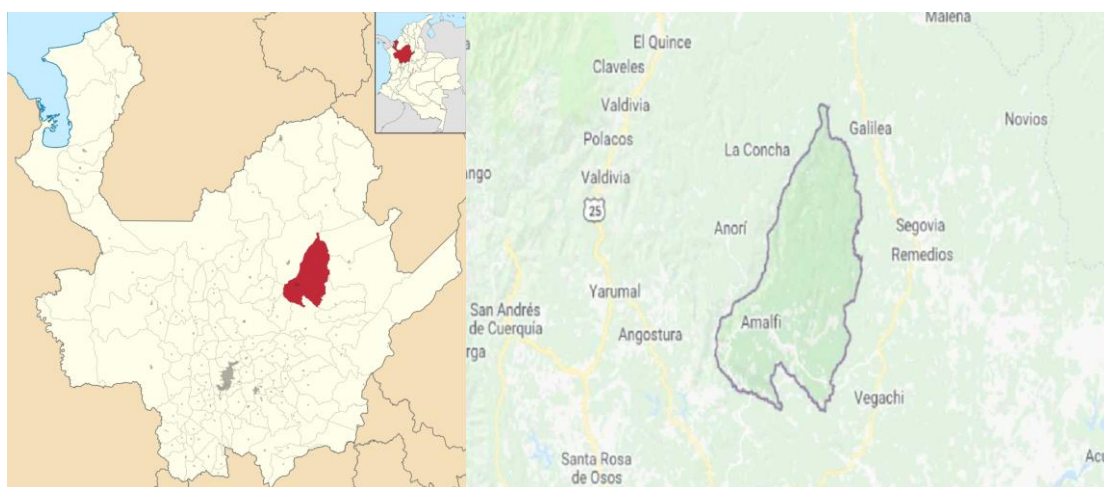
5.4.8. Macrolocalización y Microlocalización

En el presente estudio, la ubicación del proyecto es en el municipio de Amalfi, subregión del Nordeste Antioqueño, puesto que allí opera la empresa hace más de dos años, y al momento no requieren otra sede, sino adecuar la que tienen para optimizar el proceso. Sólo se tiene registro de una micro empresa que se dedica a la misma actividad, pero está ubicada a las afueras

de la zona urbana. Comprendiendo esto, nuestros proveedores tendrán un lugar fijo donde llevar su producto y se podrán venderlo a un precio competitivo en el mercado, manteniendo relación a largo plazo. También es de tener en cuenta que el mercado objetivo son los hogares del área urbana del municipio, por tanto, la fábrica no debe estar retirada de ésta, para no incurrir en altos costos de transporte.

Imagen 1

Ubicación del Municipio de Amalfi

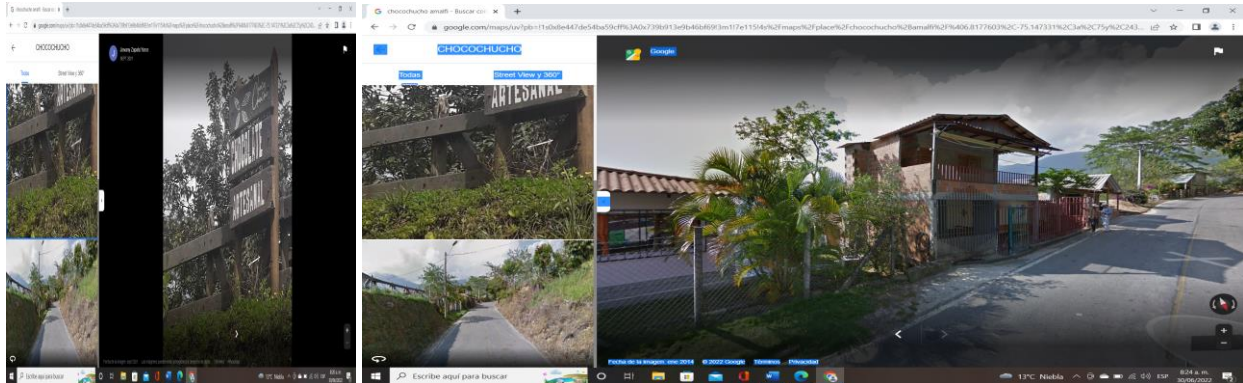


Nota. Imágenes obtenidas de Google Maps

La empresa de producción estará ubicada en el sector de pueblo nuevo, en la dirección calle 25 # 29-22, debido los arrendamientos son más económicos y locales con espacios amplios para la correcta distribución de la maquinaria, los sitios para cada actividad de la empresa y la distribución del producto.

Imagen 2

Ubicación de la Empresa CHOCOCHUCHO



5.4.9. *Equipos de Producción*

Imagen 3

Marquesina de 3x4 mts² para secado de cacao



Imagen 4

Sitio de procesamiento del cacao



Imagen 5

Mesas metálicas para trabajo



Imagen 6

Molinos para el cacao



Imagen 7

Descascarilladora de cacao



Imagen 8

Horno tostador



Imagen 9

Mezcladora del cacao

En el proceso de producción del cacao se utilizan biopreparados como fertilizantes orgánicos, y son elaborados con productos que se recolectan de la misma región. Este preparado está basado en estiércol de res, y adicionalmente se le agrega otros productos que permiten generar microorganismos que se aplican al suelo y al árbol de cacao de una forma foliar.

Otro proceso que se realiza es el compostaje, elaborado con cascarilla de cacao. A este se le adicionan también algunos microorganismos para ayudar a descomponer más rápido y se le aplica directamente al suelo, el cual hace el trabajo de fertilizar y proliferar mucho más rápido las bacterias que este contiene.

Imagen 10

Biopreparados para fertilizar los cultivos de cacao

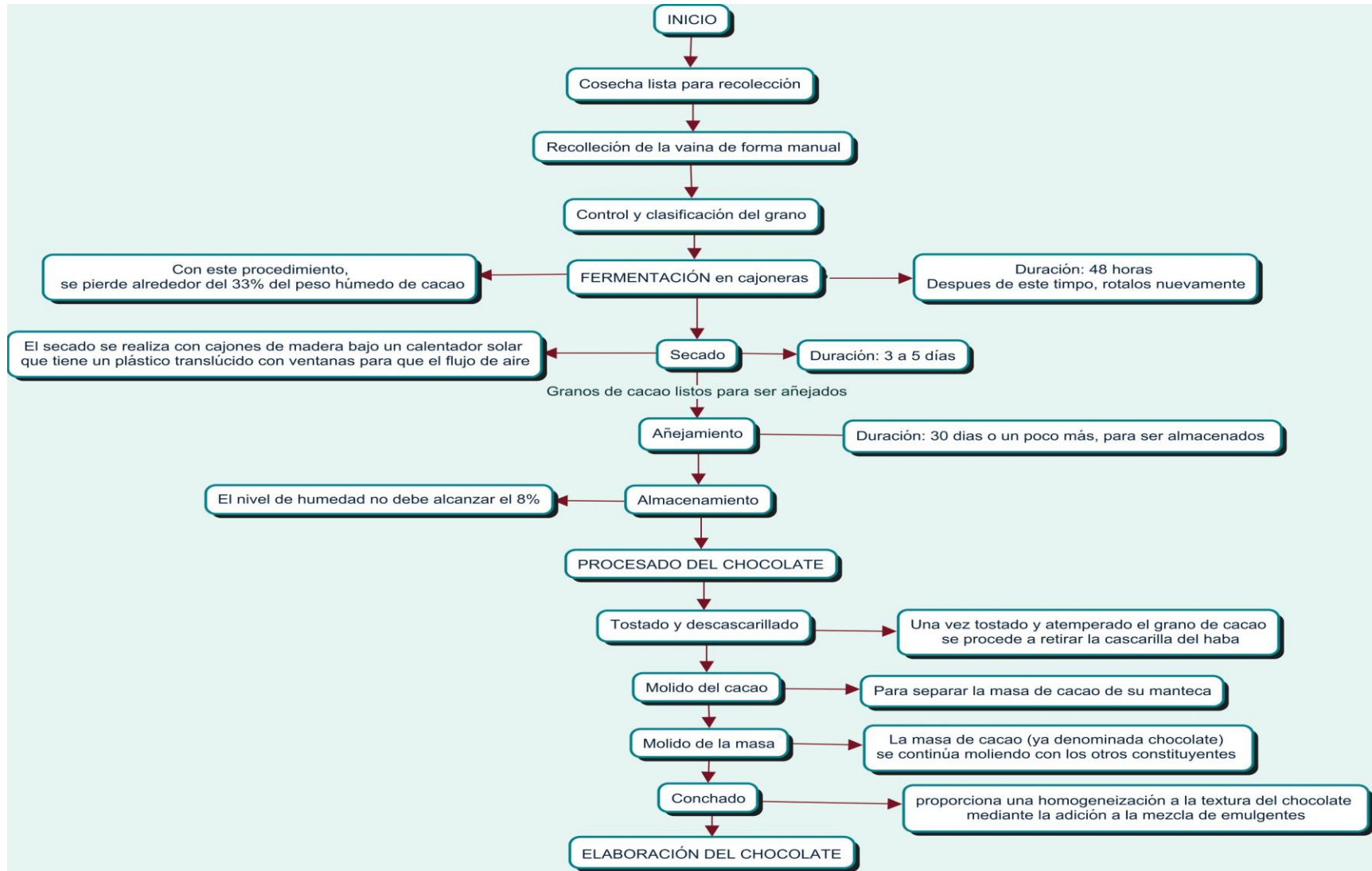


Imagen 11

Proceso de compostaje elaborado con cascarilla de cacao



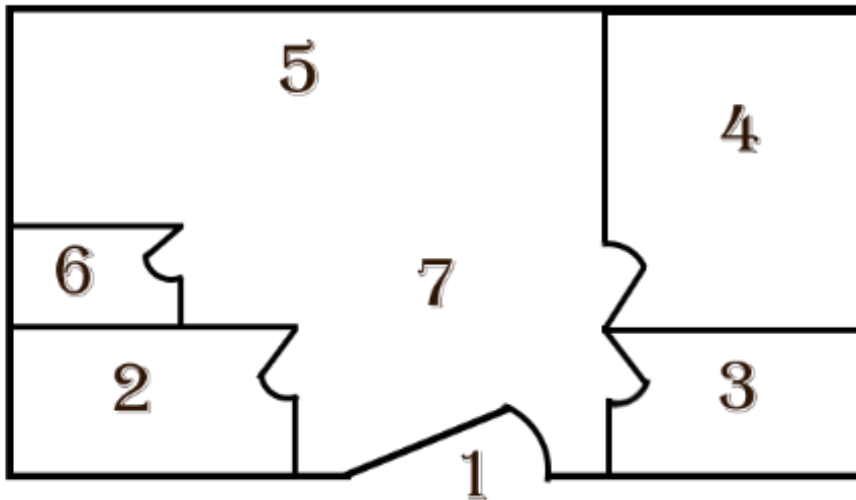
5.4.10. Flujograma del Proceso



5.4.11. Distribución Física de la Planta

El espacio donde va tener lugar la planta de producción y las oficinas de la empresa tendrá un área de 80 mt². La distribución espacial de la planta tendrá en cuenta el espacio necesario para el movimiento de los insumos y materia prima por los diferentes procesos que tiene la producción. A continuación, se describen los espacios denotados en los planos.

- 1.** Entrada principal: Conectará la planta con el sendero peatonal y la calle, permitiendo el ingreso del personal y la materia prima requerida para llevar a cabo el proceso de transformación.
- 2.** Oficina administrativa: Es donde estará el administrador - Gerente.
- 3.** Oficina de bodega y producción: En este lugar los colaboradores podrán guardar sus cosas y mantener la papelería necesaria.
- 4.** Almacén y bodega: En este lugar se van a tener guardados los insumos necesarios para la producción y el producto terminado.
- 5.** Área de producción: En este lugar va estar situada la maquinaria correspondiente para la producción y también los elementos para el moldeado, secado y embalaje del mismo.
- 6.** Baño: Baño común para los administrativos y los colaboradores.
- 7.** Área de descarga y carga: En este lugar se van a recibir la materia prima necesaria para los procesos y se despachará el producto a cada uno de los clientes.

Figura 1*Distribución Física de la Planta*

Nota. Elaboración propia

5.4.12. Evaluación de Factibilidad

Se realizó una revisión detallada de la maquinaria existente y aquella necesaria para llevar a cabo el proceso de transformación del cacao, así mismo, la educación del espacio para obtener un chocolate de mesa y sus derivados de manera más técnica e industrializada, sin perder su valor agregado, el cual se caracteriza por ser un chocolate 100% orgánico, sin aditivos ni endulzantes artificiales, el proyecto técnicamente es viable.

5.5. Estudio Administrativo/Organizacional

En este estudio se define la estructura organizativa de la empresa y los requerimientos propios que exige la ejecución del proyecto de fortalecimiento. Se describe sobre el tipo y la forma de operación de la empresa, la gestión de talento humano, los cargos, funciones, procesos,

el equipamiento para el desarrollo de las actividades administrativas, la tecnología administrativa, identificación y proyección de gastos de administración.

5.5.1. Tipo de Organización

Es una empresa familiar dedicada a la transformación de los granos de cacao en chocolate artesanal, el cual es empacado en papel de fibra del mismo árbol. Además de procesar el grano para elaborar productos derivados del cacao, esta empresa es productora del mismo grano, es decir, en la misma finca siembran y cosechan el cacao.

5.5.2. Direccionamiento

Misión

Somos una empresa transformadora de cacao en chocolate de mesa, buscamos proveer a las familias amalfitanas y personas que gustan de la alimentación orgánica, de un producto cultivado en sus propias montañas, que posea calidad, sabor y textura, y además aporte a su alimentación saludable, pues no contiene aditivos ni conservantes artificiales.

Visión

Para el año 2025 seremos una empresa referente en el mercado local en la fabricación y distribución del chocolate de mesa, con reconocimiento a nivel regional y en la ciudad de Medellín, diversificaremos el producto y sus derivados, mediante la investigación constante de los mismos manteniendo los altos estándares en la producción.

Valores

Con el fin de mantener un ambiente organizacional estable y con buenas relaciones internas, además de un buen servicio al cliente, nuestro valor principal es la responsabilidad, debido que si cumplimos con las obligaciones establecidas en la organización tanto de manera interna como externa en el cumplimiento con nuestros clientes. Además, queremos que nuestros colaboradores tengan en cuenta que el respeto, cumplimiento, seguridad, sostenibilidad y honestidad, estos valores deben estar presentes en cada momento en los procesos que se lleven a cabo en la organización, tanto administrativos como en la producción.

5.5.3. *Objetivos Organizacionales*

Tener presencia comercial en la región nordeste del departamento de Antioquia con un amplio portafolio de productos derivados del cacao.

5.5.4. *Perfiles y Funciones*

Para el correcto funcionamiento de la empresa se define el organigrama con el cual se van a identificar los cargos y funciones de cada uno de los colaboradores. El cual permite un correcto flujo de la información, logrando que todos los involucrados estén enterados sobre temas de interés y las decisiones que se van a tomar con referencia a cada proceso. A continuación, se define la mano de obra directa e indirecta en el proceso de fabricación del producto.

Figura 2*Organigrama**Nota.* Elaboración propia

La toma de decisiones de dará en la parte administrativa (donde el administrador será el gerente) para tener un mejor direccionamiento y focalización en las metas establecidas en la empresa. Manteniendo la correcta administración de los recursos, coordinación del trabajo y gestión humana.

Tabla 3*Cargos y Funciones del Gerente*

Manual de funciones y de competencias organizacionales	
I.	Identificación

Nivel	Superior
Denominación del empleo	Gerente
No. De Cargos	Uno (1)
Dependencia	Área administrativa
Cargo del Jefe Inmediato	
II. Propósito principal	
<p>Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Garantizando un buen funcionamiento de la empresa. Además, debe presentar los estados contables, proyecciones y proyectos a los asociados.</p>	
III. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dirigir, planear, evaluar y controlar las actividades de la Empresa, manteniendo la unidad de intereses, en torno a la misión y objetivos de la misma con el fin de garantizar una excelente prestación de servicios de salud y el cumplimiento de políticas, normas y reglamentos de la misma. 2. Expedir los actos administrativos, órdenes y directrices necesarios para el funcionamiento de la empresa. 3. Realizar la gestión necesaria para lograr el desarrollo de la empresa de acuerdo con los planes y programas establecidos, teniendo en cuenta los perfiles de los clientes, las características del entorno y las internas de la empresa. 4. Mantener un buen manejo gerencial y adecuado que garantice la rentabilidad financiera. 5. Notificar a los asociados sobre el estado y ejecución de los programas, además, rendir los informes generales y periódicos o especiales que le soliciten. el manual específico de funciones, requisitos y competencias laborales. 6. Coordinar y controlar el cumplimiento de la función disciplinaria. 	

<ol style="list-style-type: none"> 7. Administrar los bienes y recursos destinados al funcionamiento de la empresa. 8. Fomentar una cultura y un clima organizacional que genere las buenas relaciones interpersonales y, la comunicación asertiva entre su grupo de trabajo. 9. Diseñar estrategias de venta en compañía del personal de ventas con el fin de captar más clientes y fidelizar los existentes.
<p>IV. Criterios de desempeño</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Funciones administrativas. 2. Manejo de las distintas herramientas contables. 3. Manejo de personal. 4. Gestión de recursos. 5. Creación de redes estratégicas de reducción de costos, canales de distribución, proveedores y clientes. 6. Planeación de estrategias.
<p>V. Conocimientos básicos esenciales</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Procesos administrativos. 2. Gestión de recursos. 3. Herramientas de estrategias de mercado. 4. Análisis contable. 5. Planeación presupuestal. 6. Liderazgo. 7. Herramienta de office intermedio o avanzado.

Nota. Elaboración propia

Tabla 4

Manual de funciones del auxiliar administrativo y contable

Manual de funciones y de competencias organizacionales	
I. Identificación	
Nivel	Superior
Denominación del empleo	Auxiliar administrativo (a) y contable
No. De Cargos	Uno (1)
Dependencia	Área administrativa
Cargo del Jefe Inmediato	Administración
II. Propósito principal	
<p>Ayudar a la gerencia en las distintas funciones que este desempeña, debe organizar las citas de las diferentes reuniones que se programen durante el mes, además, manejar la base datos de los clientes y proveedores, mantener informado al administrador sobre los sucesos extraordinarios de la compañía. Además, mantener los libros contables al orden del día para llegado el momento de presentar declaración de renta o algún proceso relacionado la información esté organizada.</p>	
III. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contabilidad de la empresa, llevando completo manejo de los libros diarios. 2. Tomar los pedidos vía telefónica. 3. Dominio de las herramientas de redacción. 4. Excelente redacción y ortografía. 5. Tener buena relación interpersonal dinámica y entusiasta. 6. Encargada de la documentación entrante y saliente de la gerencia. 7. Hacer y recibir llamadas para mantener informado al gerente. 8. Brindar apoyo a los diferentes departamentos. 9. Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos. 10. Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por su jefe. 	

IV. Criterios de desempeño
<ol style="list-style-type: none"> 1. Funciones administrativas. 2. Manejo de las distintas herramientas contables. 3. Manejo de personal. 4. Gestión de recursos. 5. Creación de redes estratégicas de reducción de costos, canales de distribución, proveedores y clientes. 6. Planeación de estrategias. 7. Puntualidad.
V. Conocimientos básicos esenciales
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contabilidad y finanzas 2. Manejo de las herramientas de redacción. 3. Excelente redacción y ortografía. 4. Facilidad de expresión verbal y escrita. 5. Persona proactiva y organizada. 6. Facilidad para interactuar en grupos. 7. Brindar apoyo a todos los departamentos. 8. Aptitudes para la empresa. 9. Buenas relaciones interpersonales. 10. Dinámica y entusiasta. 11. Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.

Nota. Elaboración propia

Tabla 5

Manual de funciones del vendedor

Manual de funciones y de competencias organizacionales

I. Identificación	
Nivel	Medio
Denominación del empleo	Vendedor
No. De Cargos	Uno (1)
Dependencia	Ventas
Cargo del Jefe Inmediato	Administración
II. Propósito principal	
<p>Encargado de la captación y fidelización de nuevos clientes manteniendo un correcto servicio, ofreciendo el producto en los diferentes puntos de ventas (tiendas o supermercados – clientes directos) del municipio. Manteniendo un tope de ventas mensuales mediante la implementación de estrategias comerciales diseñadas en compañía de la administración.</p>	
III. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dirigirse a los establecimientos comerciales donde se puede vender el producto (Tiendas de barrio y supermercados), ofrecer el producto y lograr una venta fija. 2. Diseñar estrategias de venta en compañía de la administración con el fin de captar más clientes y fidelizar los existentes. 3. Conocer las características del producto y el proceso que se lleva a cabo con el mismo. 4. Asesorar a los clientes para la correcta venta del producto en sus establecimientos. 5. Dar servicio post venta con el objetivo de recopilar información acerca de la aceptación del producto y que posibles estrategias de mejoramiento se pueden implementar. 6. Realizar reportes a la administración con la información recopilada de los clientes y los resultados las diferentes estrategias que se han implementado con sus debidos resultados, ya sean positivos o negativos. 7. Cuidar en todo momento su presentación personal, debida que es la presentación de la empresa frente a potenciales clientes. 	

8. Entre otras funciones solicitadas por la administración.
IV. Criterios de desempeño
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nivel de ventas mensuales. 2. Presentación personal. 3. Atención al cliente. 4. Planeación de estrategias. 5. Puntualidad.
V. Conocimientos básicos esenciales
<ol style="list-style-type: none"> 1. Manejo de las herramientas de redacción. 2. Estrategias de ventas y mercadeo. 3. Conocimientos básicos de tipo de cliente. 4. Excelente redacción y ortografía. 5. Facilidad de expresión verbal y escrita. 6. Persona proactiva y organizada. 7. Facilidad para interactuar en grupos. 8. Brindar apoyo a todos los departamentos. 9. Aptitudes para la empresa. 10. Buenas relaciones interpersonales. 11. Dinámica y entusiasta. 12. Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.

Tabla 6

Manual de funciones del almacenista y conductor

Manual de funciones y de competencias organizacionales	
I. Identificación	
Nivel	Medio

Denominación del empleo	Almacenista y conductor
No. De Cargos	Uno (1)
Dependencia	Almacén
Cargo del Jefe Inmediato	Administración
II. Propósito principal	
Mantener controlado el inventario de productos existentes sabiendo que cantidades de productos son las que se despachan y cuales entran nuevas, manteniendo área de trabajo limpia y organizada para que le facilite sus funciones dentro de su área y la empresa. Además realizar la correcta distribución del producto hasta el cliente final.	
III. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener el inventario actualizado. 2. Dar reportes al administrador del funcionamiento de su área. 3. Mantener el área de trabajo organizada. 4. Mantener un sistema óptimo de inventario, el cual le facilite sus funciones. 5. Revisar el adecuado almacenamiento del producto en la bodega. 6. Verificar los documentos de despacho, ordenes de embarque y consolidados. 7. Verificar la rotación del producto por fecha de antigüedad. 8. Verificar el adecuado manejo del producto en la carga y descarga. 9. Distribuir el producto adecuadamente para lograr la eficiencia del espacio y hacer más ágil el despacho. 10. Recepción de la materia prima en el área de descarga y carga, para llevarla al almacén con ayuda del personal de producción. 11. Entre otras funciones solicitadas por la administración. 	
IV. Criterios de desempeño	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Organización del puesto de trabajo 	

<ol style="list-style-type: none"> 2. Correcto manejo de inventario. 3. Presentación personal. 4. Atención al cliente. 5. Manejo de los utensilios de trabajo. 6. Tiempo de distribución del producto. 7. Puntualidad.
<p>V. Conocimientos básicos esenciales</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Manejo de inventario y almacén. 2. Saber manejar bicicleta. 3. Conocimientos básicos de tipo de cliente. 4. Excelente redacción y ortografía. 5. Facilidad de expresión verbal y escrita. 6. Persona proactiva y organizada. 7. Facilidad para interactuar en grupos. 8. Brindar apoyo a todos los departamentos. 9. Aptitudes para la empresa. 10. Buenas relaciones interpersonales. 11. Dinámica y entusiasta. 12. Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.

Tabla 7

Manual de funciones del operario

<p>Manual de funciones y de competencias organizacionales</p>
<p>I. Identificación</p>

Nivel	Medio
Denominación del empleo	Operario
No. De Cargos	Nueve (9)
Dependencia	Producción
Cargo del Jefe Inmediato	Administración
II. Propósito principal	
<p>Tres personas encargadas de la siembra, cosecha, pos cosechan y beneficio de los cultivos, y el mantenimiento.</p> <p>Tres personas en el área de chocolatería, encargadas de los procedimientos de tostion, descascarillado, molienda y moldeo.</p> <p>Tres personas encargadas de la elaboración de pulpa, moldeo, secado y prensado en la elaboración del papel.</p> <p>Además son los encargado del proceso de producción y embalaje del producto para su distribución, bajo estándares de calidad y efectividad, manteniendo la eficiencia y eficacia en el proceso, con el correcto uso de la materia prima.</p>	
III. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Selección del mejor grano de cacao. 2. Transformación del grano de cacao en chocolate mediante el correcto uso de la maquinaria. 3. Recepción de la materia prima en el área de descarga y carga, para llevarla al almacén con ayuda del almacenista. 4. Correcto embalaje del producto terminado para su distribución. 5. Correcta operación de las maquinas en cada uno de los procesos que se llevan a cabo. 6. Mantener el área de trabajo bajo estándares de desinfección y limpieza, también a nivel personal. 	

7. Seguir el proceso de producción bajo los estándares establecidos para tener un producto de buena calidad.
IV. Criterios de desempeño
<ol style="list-style-type: none"> 1. Correcto manejo de la maquinaria. 2. Puntualidad. 3. Desempeño en el área de trabajo. 4. Presentación personal. 5. Trabajo en equipo.
V. Conocimientos básicos esenciales
<ol style="list-style-type: none"> 1. Manejo de maquinaria. 2. Clasificación de granos. 3. Excelente redacción y ortografía. 4. Facilidad de expresión verbal y escrita. 5. Persona proactiva y organizada. 6. Facilidad para interactuar en grupos. 7. Brindar apoyo a todos los departamentos. 8. Aptitudes para la empresa. 9. Buenas relaciones interpersonales. 10. Dinámica y entusiasta. 11. Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.

5.5.5. *Gastos de Administración*

Tabla 8

Gastos Mensuales en Operación de la Empresa

<i>Descripción</i>	<i>Valor</i>
Servicios Públicos (Energía, Acueducto, Internet)	1.200.000
Publicidad	100.000
Otros insumos	1.000.000
Mantenimiento	300.000
Suministros de Aseo y cafetería	150.000
Papelería	300.000
Telefonía	150.000
<i>TOTAL</i>	<i>3.200.000</i>

5.5.6. Evaluación de Factibilidad

Desde el punto de vista organizacional, el proyecto es viable, si bien tienen pocas personas operando porque no industrializan en mayores cantidades, tienen definidos los cargos y las operaciones para cada uno. Por otro lado, contratando más personal y adquiriendo la maquinaria faltante que se mencionó se puede aumentar la producción a mayor escala para una mayor oferta de los productos.

5.6. Estudio Legal

En este proyecto se identificó la normatividad vigente que aplica para su desarrollado. Por tanto, se tuvo en cuenta nombrar algunos convenios y acuerdos a nivel internacional, y algunos Decretos, ordenanzas y acuerdos en el ámbito nacional, departamental y local, como se describe a continuación.

5.6.1. Marco Internacional

Tabla 9

Normativa a Nivel Internacional

Nombre	Año	Descripción
Acuerdo sobre la agricultura	1994	El Acuerdo sobre la Agricultura de la OMC entró en vigor cuando se estableció la Organización Mundial del Comercio (OMC) el 1º de enero de 1995. Su principal objetivo es reformar el comercio de productos agropecuarios de manera que se aproxime más a unas condiciones de mercado competitivas (ICA, 2009).
Convenio Internacional del Cacao	2010	<p>La Organización de las Naciones Unidas (2010) señala que, con el fin de reforzar el sector cacaotero mundial, de apoyar su desarrollo sostenible y de aumentar los beneficios para todas las partes interesadas, en el Séptimo Convenio Internacional del Cacao celebrado del 21 al 25 de junio de 2010, se determinaron los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Promover la cooperación internacional en la economía mundial del cacao. ● Facilitar un marco apropiado para el debate de todos los temas relacionados con el cacao entre los gobiernos y con el sector privado. ● Contribuir al fortalecimiento de las economías cacaoteras nacionales de los países Miembros, mediante la reparación, el desarrollo y la evaluación de proyectos apropiados, que se someterán a las instituciones pertinentes con miras a su financiación y ejecución. ● Fomentar una economía cacaotera sostenible en términos económicos, sociales y medioambientales. ● Fomentar la transparencia en la economía mundial del cacao, y en particular en el comercio del cacao, mediante la

		<p>recolección, el análisis y la difusión de estadísticas pertinentes y la realización de los estudios apropiados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Promover y fomentar el consumo de chocolate y productos del cacao con objeto de aumentar la demanda de cacao, entre otras cosas mediante la promoción de los atributos positivos del cacao. ● Mejorar la disponibilidad de información sobre herramientas y servicios financieros que puedan ayudar a los cacaocultores, incluidos el acceso al crédito y las estrategias para la gestión de riesgos. ● Alentar a los países Miembros a desarrollar y aplicar estrategias para mejorar la capacidad de las comunidades locales y de los pequeños agricultores para beneficiarse de la producción de cacao.
Convenio Internacional del Cacao de 2010	2021	El Consejo Internacional del Cacao, en su reunión extraordinaria celebrada del 6 al 8 de julio de 2021, prorrogó la duración del séptimo Convenio Internacional del Cacao, 2010, por dos años, hasta el 30 de septiembre de 2024. El Convenio, que entró en vigor el 1 de octubre de 2012, tenía una duración inicial de diez años cacaoteros completos y habría llegado a su fin el 30 de septiembre de 2022, aunque esta fecha se prorrogó hasta 2024 (ICCO, 2021).

5.6.2. Marco Nacional

Tabla 10

Normativa a Nivel Nacional

Nombre	Año	Descripción
Decreto 893	2017	Que con el fin de cumplir el mandato constitucional previsto en el artículo 22 de la Constitución Política, el cual señala que la paz es un derecho y un deber de obligatorio cumplimiento, el 24 de

		<p>noviembre de 2016 el Gobierno Nacional suscribió con el grupo armado FARC-EP el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2017).</p> <p>Amalfi es un municipio incluido en los programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET), el cual es un instrumento de planificación y gestión de políticas públicas para mejorar las condiciones de la ruralidad y las zonas más afectadas por el conflicto armado. Estos programas articulan los diferentes actores relacionados con el campo y el ámbito rural para discutir sus necesidades y construir colectivamente los programas que atiendan a sus demandas durante 10 años.</p>
--	--	--

5.6.3. Marco Departamental

Tabla 11

Normativa a Nivel Departamental

Nombre	Año	Descripción
Ordenanza N°2	2019	“Por medio de la cual se le conceden facultades al Gobernador Departamental para la adopción del Plan de Ordenamiento Territorial Agropecuario (Gobernación de Antioquia, 2019).
Ordenanza N°16	2019	“Por medio la cual se adopta política pública de agricultura campesina, familiar y comunitaria en el departamento de Antioquia” (Asamblea Departamental de Antioquia, 2019).
Ordenanza N°20	2020	“Por medio de la cual se adopta el Plan Departamental de Extensión Agropecuaria del Departamento de Antioquia” como un instrumento de planificación agropecuaria para el periodo 2020-2023, según lo estipulado en la Ley 1876 de 2017 (Gobernación de Antioquia, 2019).

5.6.4. *Marco Municipal*

Tabla 12

Normativa a Nivel Local

Nombre	Año	Descripción
Acuerdo N°9	2019	“Por medio del cual se adoptan los planes de acción de los programas PDET en el municipio de Amalfi”. Este municipio, como entidad territorial está obligado a cumplir la CP, leyes, Decretos y ordenanzas departamentales (Concejo Municipal de Amalfi, 2019).
Acuerdo N°15	2019	“Por medio del cual se adopta la revisión y ajuste ordinario del Esquema de Ordenamiento Territorial para el municipio de Amalfi”. El EOT del municipio está direccionado por un conjunto de objetivos, directrices, políticas, programas y normas adoptadas para orientar y administrar el desarrollo físico y la utilización del suelo del territorio de Amalfi (Concejo Municipal de Amalfi, 2019).
Acuerdo N°6	2020	“Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo territorial de Amalfi 2020-2023 La Gran Alianza por Amalfi” Este plan se adopta como instrumento para articular los procesos socioeconómicos a nivel regional, y promover bienes y servicios de calidad, en pro del bienestar de las comunidades (Concejo Municipal de Amalfi, 2020).

5.6.5. *Constitución de la Empresa*

La empresa está constituida bajo la tipificación empresarial de la ley 1258 de 2008, Sociedad por acciones Simplificada.

Razón Social

“CHOCOCHUCHO S.A.S.” es una empresa constituida con el propósito de comercializar chocolatina, chocolate de mesa y papel artesanal, con el cual se busca el aprovechamiento de los productos campesinos del municipio de Amalfi, en este caso es el cacao, además promover el consumo local del mismo.

5.7. Estudio Ambiental

En este estudio, fue importante considerar los aspectos e impactos ambientales que genera el proyecto en el ambiente. Según el ANLA (2019) el objetivo de una evaluación ambiental dentro de un proyecto es tener en cuenta de manera explícita los efectos que genere este sobre el medio ambiente, buscado prever, mitigar o controlar dichos efectos nocivos.

Teniendo en cuenta esto, se buscó identificar el impacto ambiental generado por la producción del cacao en la empresa y de la implementación del proyecto que se propone para fortalecer el proceso. Por esto, se procede a la identificación y descripción de los siguientes impactos:

- **Ruido:** el ruido tras la adecuación locativa para ampliar la infraestructura, en donde habrá descargas de materiales y maquinarias que generan sonido alto. Además, la fase de operación misma, con maquinarias con la que muelen y procesan el cacao, ya existe inicialmente un impacto ambiental por ruido para los trabajadores y la comunidad vecina, lo cual debe mitigarse situando estratégicamente la maquinaria y construyendo el sitio de adecuación con materiales de aislamiento acústico.

-
- **Polución:** existirá impacto por la polución generada debido al trabajo de construcción del sitio a adecuar; esto generarán algunas partículas de polvo en el proceso de corte de materiales e instalación de muros divisorios que, posiblemente, pueden ser aspirados.
 - **Generación de residuos y/o desechos:** el impacto de la generación de desechos es bajo, puesto que, lo que se busca adecuar es un cuarto no más de 40 metros cuadrados, por tanto, el desecho de residuos no es mucho. Estos desechos enviarán al vertedero oficial.
 - **Consumo de energía:** El impacto de la energía es medio, ya que, operan las maquinarias requeridas para el proceso, aunque por horas y no a diario. Por otro lado, con la adecuación del cuarto se requiere maquinaria conectada a energía; sin embargo, el impacto no es tan significativo.
 - **Contaminación del agua:** a: El impacto en el uso del agua es bajo, dado que no se requiere un uso considerable de este recurso para las actividades relacionadas con la adecuación del espacio físico. En la operación del trabajo que ya se realiza, el impacto es medio, ya que si bien, se necesita el recurso para cosecha y la operación, no se invierten demasiados litros de agua.

5.8. Estudio Financiero

Para el análisis financiero, se tuvo en cuenta la información de los estudios de mercado, técnico, administrativo/ organizacional previos a este estudio, con el fin de agruparlos en un flujo de caja que permitiera verificar la viabilidad financiera del proyecto. En otras palabras, su finalidad es permitirnos ver si el proyecto de fortalecimiento propuesto es viable en términos de rentabilidad económica.

5.8.1. Equipos de Producción

Para los equipos de producción se calculó la vida útil en años, se describe cada elemento y las unidades de cada equipo y el valor unitario de los mismos, con ello se calculó la depreciación anual para cada año según la proyección; al igual que para los equipos de oficina, muebles y enseres. Se depreció con el método de línea recta que muestra una depreciación constante calculada con la vida útil de cada uno de los equipos, suponiendo que la maquinaria y los equipos sufren un desgaste constante por su uso con el paso del tiempo.

Tabla 13

Equipos

PRODUCCION											
NOMBRE EQUIPO	VALOR	UNIDADES	VALOR TOTAL	VIDA UTIL/AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bombas fumigadoras	1.306.900	2	2.613.800	10	261.380	21.782	261.380	261.380	261.380	261.380	261.380
Guadañas	1.476.900	2	2.953.800	10	295.380	24.615	295.380	295.380	295.380	295.380	295.380
Motosierra	1.600.000	1	1.600.000	10	160.000	13.333	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
Herramientas menores (serruchos, palas, azadón)	3.500.000	1	3.500.000	10	350.000	29.167	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Planta electrica	2.500.000	1	2.500.000	10	250.000	20.833	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
Cajón Fermentadora	8.000.000	1	8.000.000	10	800.000	66.667	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Marquesina 6x4 mtros en madera y plástico	13.000.000	1	13.000.000	10	1.300.000	108.333	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000
Tostadora capacidad 12 kilos	15.000.000	1	15.000.000	10	1.500.000	125.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Descascarilladora	12.680.000	1	12.680.000	10	1.268.000	105.667	1.268.000	1.268.000	1.268.000	1.268.000	1.268.000
2 Molinos para procesar cacao	5.615.900	2	11.231.800	10	1.123.180	93.598	1.123.180	1.123.180	1.123.180	1.123.180	1.123.180
Refinadora	4.290.000	1	4.290.000	10	429.000	35.750	429.000	429.000	429.000	429.000	429.000
Moldes	800.000	10	8.000.000	5	1.600.000	133.333	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000
Mesas en acero inoxidable	3.204.000	2	6.408.000	5	1.281.600	106.800	1.281.600	1.281.600	1.281.600	1.281.600	1.281.600
Horno	452.000	1	452.000	5	90.400	7.533	90.400	90.400	90.400	90.400	90.400
Nevera Haceb	1.656.600	1	1.656.600	5	331.320	27.610	331.320	331.320	331.320	331.320	331.320
Recipientes plasticos	3.100.000	1	3.100.000	5	620.000	51.667	620.000	620.000	620.000	620.000	620.000
			0								
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
TOTAL			96.986.000		11.660.260	971.688	11.660.260	11.660.260	11.660.260	11.660.260	11.660.260
DEPRECIACION ACUMULADA							11.660.260	23.320.520	34.980.780	46.641.040	58.301.300

EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL PROCESO DE ...

OFICINAS											
NOMBRE EQUIPO	VALOR	UNIDADES	VALOR TOTAL	VIDA UTIL/AÑOS	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Escritorio Gerencial	\$ 300.000	1	300.000	10	30.000	2.500	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Escritorio Secretarial	\$ 250.000	1	250.000	10	25.000	2.083	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
Silla Gerencial	\$ 180.000	1	180.000	10	18.000	1.500	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Silla Secretarial	\$ 140.000	1	140.000	10	14.000	1.167	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000
Silla interlocutor	\$ 110.000	4	440.000	10	44.000	3.667	44.000	44.000	44.000	44.000	44.000
Mesa de reunion	\$ 700.000	1	700.000	10	70.000	5.833	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000
Archivador	\$ 500.000	1	500.000	10	50.000	4.167	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Impresora multifuncional	\$ 514.000	1	514.000	3	171.333	14.278	171.333	171.333	171.333	0	0
PC - Recepción	\$ 900.000	1	900.000	3	300.000	25.000	300.000	300.000	300.000	0	0
PC - Gerencia	\$ 1.750.000	1	1.750.000	3	583.333	48.611	583.333	583.333	583.333	0	0
PC - Mesa Auxiliar	\$ 800.000	1	800.000	3	266.667	22.222	266.667	266.667	266.667	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
			0		0	0	0	0	0	0	0
TOTAL			6.474.000		1.572.333	131.028	1.572.333	1.572.333	1.572.333	251.000	251.000
DEPRECIACION ACUMULADA							1.572.333	3.144.667	4.717.000	4.968.000	5.219.000

TOTAL EQUIPOS	103.460.000	13.232.593	1.102.716	13.232.593	13.232.593	13.232.593	11.911.260	11.911.260
DEPRECIACION ACUMULADA				13.232.593	26.465.187	39.697.780	51.609.040	63.520.300

5.8.2. *Diferidos*

Los diferidos se proyectan con un periodo de recuperación de cinco años, a continuación, se describen los costos anuales y los saldos año a año.

Tabla 14

Costos diferidos anuales

DESCRIPCION	VALOR	RECUPERACION	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
ADECUACIONES LOCATIVAS	60.000.000	5	12.000.000	1.000.000
CAMARA COMERCIO	1.100.000	5	220.000	18.333
LIBROS CONTABLES	900.000	5	180.000	15.000
TRAMITE CONCESION DE AGUAS	750.000	5	150.000	12.500
TRAMITE PERMISO DE VERTIMIENTOS	750.000	5	150.000	12.500
REGISTRO INVIMA	4.900.000	5	980.000	81.667
				0
TOTAL	68.400.000		13.680.000	1.140.000

Saldos Anuales

5.8.3. *Personal*

A continuación, se calculan los valores que cuestan la planta de personal, los parafiscales y demás costos asociados.

Tabla 16

Días, horas y minutos laborables al año

Total días calendario año	365
Total sábados año	52
Total domingos año	52
Total festivos año	16
Total de días en incapacidades y faltas año por trabajador	3
Total días de vacaciones año	15
Total días laborables año	227
Meses a laborar	12
Total días laborables mes	19
Horas laborables día	9
Total horas laborables mes	170
Minutos por hora	60
Total minutos laborables mes	10.215

Tabla 17

Costos de planta

DESCRIPCION	MES	SUBSIDIO	TOTAL	CESANTIAS 8,690%	INT CESANTIAS 1,043%	PRIMA 8,690%	VACACIONES 4,340%	TOTAL 22,763%	SALUD 8,500%	PENSION 12,000%	ARL 1,500%	PARAFISCALES 4,000%	TOTAL 26,000%	SALUD 4,000%	PENSION 4,000%	TOTAL	UNIFORMES 3,500%	VALOR MINUTO
PERSONAL PRODUCCION																		
3 Operario permanente para cultivos	3.000.000	0	36.000.000	3.128.400	375.480	3.128.400	1.562.400	8.194.680	3.060.000	4.320.000	540.000	1.440.000	9.360.000	1.440.000	1.440.000	2.880.000	0	2.012
3 Operario permanente para chocolateria	3.000.000	0	36.000.000	3.128.400	375.480	3.128.400	1.562.400	8.194.680	3.060.000	4.320.000	540.000	1.440.000	9.360.000	1.440.000	1.440.000	2.880.000	0	2.012
3 Operario permanente empaques	3.000.000	0	36.000.000	3.128.400	375.480	3.128.400	1.562.400	8.194.680	3.060.000	4.320.000	540.000	1.440.000	9.360.000	1.440.000	1.440.000	2.880.000	0	2.012
Almacenista	1.000.000	97.032	12.000.000	1.042.800	125.160	1.042.800	520.800	2.731.560	1.020.000	1.440.000	180.000	480.000	3.120.000	480.000	480.000	960.000	35.000	674
SUBTOTAL			120.000.000	10.428.000	1.251.600	10.428.000	5.208.000	27.315.600	10.200.000	14.400.000	1.800.000	4.800.000	31.200.000	4.800.000	4.800.000	9.600.000	35.000	6.711
PERSONAL ADMINISTRACION																		
Administrador - Gerencia	2.000.000	0	2.500.000	217.250	26.075	217.250	108.500	569.075	212.500	300.000	37.500	100.000	650.000	100.000	100.000	200.000	0	
Auxiliar Contable y Administrativo	1.000.000	97.032	1.097.032	95.332	11.442	95.332	47.611	249.717	93.248	131.644	16.455	43.881	285.228	43.881	43.881	87.763	35.000	
		0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUBTOTAL			97.032	3.597.032	312.582	37.517	312.582	156.111	818.792	305.748	431.644	53.955	143.881	935.228	143.881	143.881	287.763	35.000
PERSONAL VENTAS																		
Impulsadora	1.000.000	97.032	13.164.384	1.143.985	137.305	1.143.985	571.334	2.996.609	1.118.973	1.579.726	197.466	526.575	3.422.740	526.575	526.575	1.053.151	35.000	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUBTOTAL				13.164.384	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

5.8.4. Productos

El incremento en el precio de los productos está determinado por el IPC, que se estima para este de ejercicio del 6%; además se trabaja con un margen del 30% lo que determina el precio al público de cada unidad de los tres productos a ofertar, al igual que las unidades que se proyectan vender por año como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 18*Incrementos precios*

DESCRIPCION	UN	COSTO PRODUCCIÓN	MARGEN	PRECIO DE VENTA NAL	PRECIO DE VENTA EXP.	IVA	PRECIO PUBLICO	UNIDADES POR AÑO PARA LA VENTA
Chocolates de mesa de 175 gramos	Uni	\$ 3.010	30,0%	\$ 9.000	\$2,05	0,0%	\$ 9.000	24.000
Chocolatinas 75 gramos	Uni	\$ 10.500	30,0%	\$ 15.000	\$3,41	0,0%	\$ 15.000	12.000
Papel artesanal pliegos	Uni	\$ 840	30,0%	\$ 1.200	\$0,27	0,0%	\$ 1.200	120.000

5.8.5. Presupuesto de Ventas

Para el presupuesto de ventas se estima que el aumento en las unidades este dado por las ampliaciones que se esperan tener en la planta, para el año 2 será de un 4%, para el año 3 de un 5%, para el año 4 de un 6% y se mantendría este mismo 6% para el año 5; adicional a esto se trabaja el incremento en las ventas con un porcentaje de IPC calculado en un 6%; como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 19*Unidades Nacionales*

INCREMENTO UNIDADES		4,0%	5,0%	6,0%	6,0%
PORCENTAJE IPC		6,0%	6,0%	6,0%	6,0%
		10,0%	11,0%	12,0%	12,0%
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Chocolates de mesa	\$ 216.000.000	\$ 237.600.000	\$ 263.736.000	\$ 295.384.320	\$ 330.830.438
Chocolatinas	\$ 180.000.000	\$ 198.000.000	\$ 219.780.000	\$ 246.153.600	\$ 275.692.032
Papel artesanal	\$ 144.000.000	\$ 158.400.000	\$ 175.824.000	\$ 196.922.880	\$ 220.553.626
0					
0					
TOTAL POR AÑO	\$ 540.000.000	\$ 594.000.000	\$ 659.340.000	\$ 738.460.800	\$ 827.076.096

5.8.6. *Presupuesto de Gastos*

Tabla 20

Egresos

EGRESOS	1		1	2	3	4	5
	Semestre 1	Semestre 2					
Costos Fijos	\$ 128.136.455	\$ 128.136.455	\$ 256.272.911	\$ 271.649.285	\$ 287.948.243	\$ 305.225.137	\$ 323.538.645
SALARIOS	\$ 128.136.455	\$ 128.136.455	\$ 256.272.911	\$ 271.649.285	\$ 287.948.243	\$ 305.225.137	\$ 323.538.645
Costos Variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUBTOTAL COSTOS	\$ 128.136.455	\$ 128.136.455	\$ 256.272.911	\$ 271.649.285	\$ 287.948.243	\$ 305.225.137	\$ 323.538.645
Gastos Fijos	\$ 17.929.991	\$ 17.929.991	\$ 35.859.981	\$ 38.011.580	\$ 40.292.275	\$ 42.709.811	\$ 45.272.400
PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ 17.929.991	\$ 17.929.991	\$ 35.859.981	\$ 38.011.580	\$ 40.292.275	\$ 42.709.811	\$ 45.272.400
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos Variables	\$ 2.125.000	\$ 3.055.000	\$ 5.180.000	\$ 6.563.000	\$ 7.075.580	\$ 7.658.356	\$ 8.295.088
SERVICIOS PÚBLICOS	1.200.000	1.200.000	2.400.000	2.544.000	2.696.640	2.858.438	3.029.945
PUBLICIDAD	50.000	50.000	100.000	106.000	112.360	119.102	126.248
OTROS INSUMOS	500.000	500.000	1.000.000	1.060.000	1.123.600	1.191.016	1.262.477
MANTENIMIENTO	150.000	1.080.000	1.230.000	2.376.000	2.637.360	2.953.843	3.308.304
SUMINISTRO DE ASEO Y CAFETERIA	75.000	75.000	150.000	159.000	168.540	178.652	189.372
PAPELERIA	150.000	150.000	300.000	318.000	337.080	357.305	378.743
SUBTOTAL GASTOS	\$ 20.054.991	\$ 20.984.991	\$ 41.039.981	\$ 44.574.580	\$ 47.367.855	\$ 50.368.168	\$ 53.567.488
TOTAL EGRESOS	\$ 148.191.446	\$ 149.121.446	\$ 297.312.892	\$ 316.223.865	\$ 335.316.097	\$ 355.593.305	\$ 377.106.134

5.8.7. Depreciaciones y amortizaciones

Tabla 21

Depreciación de equipo y enseres y gastos preoperativos

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	0	1	2	3	4	5
Depreciaciones:						
Maquinaria y Equipo	\$ 96.986.000					
Depreciación		\$ 9.698.600	\$ 9.698.600	\$ 9.698.600	\$ 9.698.600	\$ 9.698.600
Depreciación acumulada		\$ 9.698.600	\$ 19.397.200	\$ 29.095.800	\$ 38.794.400	\$ 48.493.000
Valor en libros	\$ 96.986.000	\$ 87.287.400	\$ 77.588.800	\$ 67.890.200	\$ 58.191.600	\$ 48.493.000
Muebles y Enseres	\$ 2.510.000					
Depreciación		\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000	\$ 251.000
Depreciación acumulada		\$ 251.000	\$ 502.000	\$ 753.000	\$ 1.004.000	\$ 1.255.000
Valor en libros	\$ 2.510.000	\$ 2.259.000	\$ 2.008.000	\$ 1.757.000	\$ 1.506.000	\$ 1.255.000
Equipo de Computo	\$ 3.964.000					
Depreciación		\$ 1.321.333	\$ 1.321.333	\$ 1.321.333	\$ 1.321.333	\$ 1.321.333
Depreciación acumulada		\$ 1.321.333	\$ 2.642.667	\$ 3.964.000	\$ 5.285.333	\$ 6.606.667
Valor en libros	\$ 3.964.000	\$ 2.642.667	\$ 1.321.333	\$ -	\$ -1.321.333	\$ -2.642.667
Otros - insumos - materiales	\$ 37.959.000					
Depreciación		\$ 7.591.800	\$ 7.591.800	\$ 7.591.800	\$ 7.591.800	\$ 7.591.800
Depreciación acumulada		\$ 7.591.800	\$ 15.183.600	\$ 22.775.400	\$ 30.367.200	\$ 37.959.000
Valor en libros	\$ 37.959.000	\$ 30.367.200	\$ 22.775.400	\$ 15.183.600	\$ 7.591.800	\$ -
Amortizaciones:						
Preoperativos	\$ 68.400.000					
Amortización		\$ 13.680.000	\$ 13.680.000	\$ 13.680.000	\$ 13.680.000	\$ 13.680.000
Amortización acumulada		\$ 13.680.000	\$ 27.360.000	\$ 41.040.000	\$ 54.720.000	\$ 68.400.000
Valor en libros	\$ 68.400.000	\$ 54.720.000	\$ 41.040.000	\$ 27.360.000	\$ 13.680.000	\$ -

5.8.8. Inversiones

Tabla 22

Inversiones totales

INVERSIONES	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS FIJOS:						
<i>Maquinaria y Equipo:</i>	\$ 96.986.000					
<i>Muebles y Enseres:</i>	\$ 2.510.000					
<i>Equipo de Computo</i>	\$ 3.964.000					
<i>Otros - insumos - materiales</i>	\$ 37.959.000					
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 141.419.000					
ACTIVOS DIFERIDOS:						
Preoperativos	68.400.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SUBTOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 68.400.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS ACUMULADOS	\$ 209.819.000	\$ 209.819.000	\$ 209.819.000	\$ 209.819.000	\$ 209.819.000	\$ 209.819.000
CAPITAL DE TRABAJO:						
<i>Capital de trabajo</i>	\$ 29.731.289	\$ 44.643.434	\$ 61.353.676	\$ 65.153.996	\$ 69.090.940	\$ 73.269.944
<i>Variación capital de trabajo</i>	\$ 29.731.289	\$ 14.912.145	\$ 16.710.242	\$ 3.800.321	\$ 3.936.944	\$ 4.179.004
SUBTOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 29.731.289	\$ 44.643.434	\$ 61.353.676	\$ 65.153.996	\$ 69.090.940	\$ 73.269.944
INVERSION TOTAL	\$ 239.550.289	\$ 44.643.434	\$ 61.353.676	\$ 65.153.996	\$ 69.090.940	\$ 73.269.944

5.8.9. Flujo de caja

Tabla 23

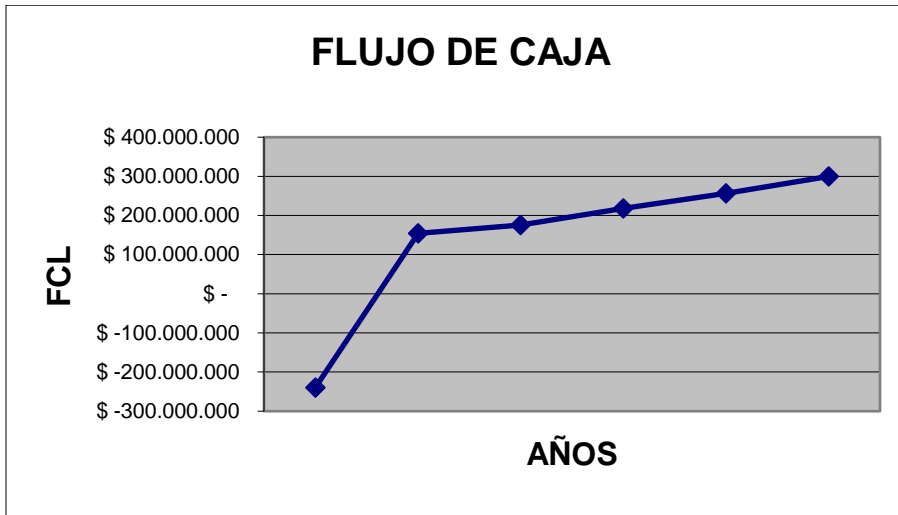
Flujo de caja libre

EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL PROCESO DE ...

FLUJO DE CAJA LIBRE	0	1		1	2	3	4	5
		Semestre 1	Semestre 2					
<i>Exceso/Deficit</i>	\$ -239.550.289	\$ 77.414.466	\$ 76.809.966	\$ 154.224.432	\$ 175.234.202	\$ 218.205.173	\$ 256.316.885	\$ 299.691.429
<i>Aportes</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Flujo de Caja del Inversionista</i>	\$ -239.550.289	\$ 77.414.466	\$ 76.809.966	\$ 154.224.432	\$ 175.234.202	\$ 218.205.173	\$ 256.316.885	\$ 299.691.429
<i>Credito</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Intereses</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Abonos</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Flujo de Caja del Proyecto</i>	\$ -239.550.289	\$ 77.414.466	\$ 76.809.966	\$ 154.224.432	\$ 175.234.202	\$ 218.205.173	\$ 256.316.885	\$ 299.691.429

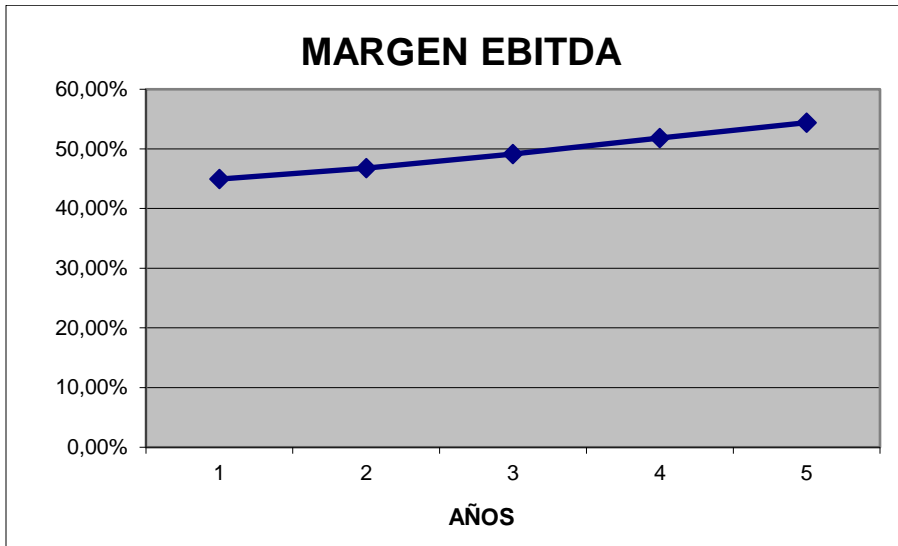
Gráfica 26

Flujo de caja proyectado



Gráfica 27

Margen ebitda



5.8.10. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	0	1		1	2	3	4	5
		Semestre 1	Semestre 2					
Ingresos	\$ -	\$ 270.000.000	\$ 270.000.000	\$ 540.000.000	\$ 594.000.000	\$ 659.340.000	\$ 738.460.800	\$ 827.076.096
Costos	\$ -	\$ 128.136.455	\$ 128.136.455	\$ 256.272.911	\$ 271.649.285	\$ 287.948.243	\$ 305.225.137	\$ 323.538.645
Costos variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos fijos	\$ -	\$ 128.136.455	\$ 128.136.455	\$ 256.272.911	\$ 271.649.285	\$ 287.948.243	\$ 305.225.137	\$ 323.538.645
Gastos	\$ -	\$ 20.054.991	\$ 20.984.991	\$ 41.039.981	\$ 44.574.580	\$ 47.367.855	\$ 50.368.168	\$ 53.567.488
Gastos variables	\$ -	\$ 2.125.000	\$ 3.055.000	\$ 5.180.000	\$ 6.563.000	\$ 7.075.580	\$ 7.658.356	\$ 8.295.088
Gastos fijos	\$ -	\$ 17.929.991	\$ 17.929.991	\$ 35.859.981	\$ 38.011.580	\$ 40.292.275	\$ 42.709.811	\$ 45.272.400
EBITDA	\$ -	\$ 121.808.554	\$ 120.878.554	\$ 242.687.108	\$ 277.776.135	\$ 324.023.903	\$ 382.867.495	\$ 449.969.962
Depreciaciones y Amortizaciones	\$ -	\$ 16.271.367	\$ 16.271.367	\$ 32.542.733	\$ 32.542.733	\$ 32.542.733	\$ 32.542.733	\$ 32.542.733
EBIT = Utilidad Operativa	\$ -	\$ 105.537.187	\$ 104.607.187	\$ 210.144.375	\$ 245.233.401	\$ 291.481.169	\$ 350.324.762	\$ 417.427.229
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UAI	\$ -	\$ 105.537.187	\$ 104.607.187	\$ 210.144.375	\$ 245.233.401	\$ 291.481.169	\$ 350.324.762	\$ 417.427.229
Impuestos	\$ -	\$ 36.938.016	\$ 36.612.516	\$ 73.550.531	\$ 85.831.690	\$ 102.018.409	\$ 122.613.667	\$ 146.099.530
UTILIDAD NETA	\$ -	\$ 68.599.172	\$ 67.994.672	\$ 136.593.844	\$ 159.401.711	\$ 189.462.760	\$ 227.711.095	\$ 271.327.699

5.8.11. Estado de Fuentes y Usos

Tabla 24

Estado de Fuentes y Usos

ESTADO DE FUENTES Y USOS	0	1		1	2	3	4	5
		Semestre 1	Semestre 2					
FUENTES								
Utilidad (U.A.I.CM.I) =EBIT	\$ -	\$ 105.537.187	\$ 104.607.187	\$ 210.144.375	\$ 245.233.401	\$ 291.481.169	\$ 350.324.762	\$ 417.427.229
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones y amortizaciones	\$ -	\$ 16.271.367	\$ 16.271.367	\$ 32.542.733	\$ 32.542.733	\$ 32.542.733	\$ 32.542.733	\$ 32.542.733
Total fuentes	\$ -	\$ 121.808.554	\$ 120.878.554	\$ 242.687.108	\$ 277.776.135	\$ 324.023.903	\$ 382.867.495	\$ 449.969.962
USOS								
Inversiones	\$ 209.819.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
incremento de KT = Variacion del KT	\$ 29.731.289	\$ 7.456.072	\$ 7.456.072	\$ 14.912.145	\$ 16.710.242	\$ 3.800.321	\$ 3.936.944	\$ 4.179.004
Abonos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos	\$ -	\$ 36.938.016	\$ 36.612.516	\$ 73.550.531	\$ 85.831.690	\$ 102.018.409	\$ 122.613.667	\$ 146.099.530
Total Usos	\$ 239.550.289	\$ 44.394.088	\$ 44.068.588	\$ 88.462.676	\$ 102.541.932	\$ 105.818.730	\$ 126.550.611	\$ 150.278.534
Exceso/Deficit	\$ -239.550.289	\$ 77.414.466	\$ 76.809.966	\$ 154.224.432	\$ 175.234.202	\$ 218.205.173	\$ 256.316.885	\$ 299.691.429
Exceso/Deficit Acumulado	\$ -239.550.289	\$ 77.414.466	\$ 76.809.966	\$ -85.325.857	\$ 89.908.345	\$ 308.113.518	\$ 564.430.403	\$ 864.121.831

5.8.12. Balance

Tabla 25

Balance general

EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL PROCESO DE ...

BALANCE GENERAL	<u>0</u>	<u>1</u>		<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
		Semestre 1	Semestre 2					
ACTIVO CORRIENTE	\$ -209.819.000	\$ 99.736.183	\$ 99.131.683	\$ -40.682.423	\$ 151.262.021	\$ 373.267.514	\$ 633.521.343	\$ 937.391.775
<i>Caja</i>	\$ 29.731.289	\$ 22.321.717	\$ 22.321.717	\$ 44.643.434	\$ 61.353.676	\$ 65.153.996	\$ 69.090.940	\$ 73.269.944
<i>Excedente de caja</i>	\$ -239.550.289	\$ 77.414.466	\$ 76.809.966	\$ -85.325.857	\$ 89.908.345	\$ 308.113.518	\$ 564.430.403	\$ 864.121.831
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 209.819.000	\$ 88.638.133	\$ 88.638.133	\$ 177.276.267	\$ 144.733.533	\$ 112.190.800	\$ 7.284.067	\$ -25.258.667
<i>Activo fijo bruto</i>	\$ 141.419.000	\$ 70.709.500	\$ 70.709.500	\$ 141.419.000	\$ 141.419.000	\$ 141.419.000	\$ 137.455.000	\$ 137.455.000
<i>Depreciación acumulada</i>	\$ -	\$ 9.431.367	\$ 9.431.367	\$ 18.862.733	\$ 37.725.467	\$ 56.588.200	\$ 75.450.933	\$ 94.313.667
<i>Activo fijo neto</i>	\$ 141.419.000	\$ 61.278.133	\$ 61.278.133	\$ 122.556.267	\$ 103.693.533	\$ 84.830.800	\$ 62.004.067	\$ 43.141.333
<i>Activos diferidos</i>	\$ 68.400.000	\$ 34.200.000	\$ 34.200.000	\$ 68.400.000	\$ 68.400.000	\$ 68.400.000		
<i>Amortización acumulada</i>	\$ -	\$ 6.840.000	\$ 6.840.000	\$ 13.680.000	\$ 27.360.000	\$ 41.040.000	\$ 54.720.000	\$ 68.400.000
<i>Activos diferidos netos</i>	\$ 68.400.000	\$ 27.360.000	\$ 27.360.000	\$ 54.720.000	\$ 41.040.000	\$ 27.360.000	\$ -54.720.000	\$ -68.400.000
TOTAL ACTIVO	\$ -	\$ 188.374.316	\$ 187.769.816	\$ 136.593.844	\$ 295.995.554	\$ 485.458.314	\$ 640.805.410	\$ 912.133.109
PASIVO								
<i>Credito</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PATRIMONIO								
<i>Aportes</i>	\$ -	\$ 119.775.145	\$ 119.775.145		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Utilidad del ejercicio</i>	\$ -	\$ 68.599.172	\$ 67.994.672	\$ 136.593.844	\$ 159.401.711	\$ 189.462.760	\$ 227.711.095	\$ 271.327.699
<i>Utilidades retenidas</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 136.593.844	\$ 295.995.554	\$ 485.458.314	\$ 713.169.410
TOTAL PATRIMONIO	\$ -	\$ 188.374.316	\$ 187.769.816	\$ 136.593.844	\$ 295.995.554	\$ 485.458.314	\$ 713.169.410	\$ 984.497.109
Total Pasivo + Patrimonio	\$ -	\$ 188.374.316	\$ 187.769.816	\$ 136.593.844	\$ 295.995.554	\$ 485.458.314	\$ 713.169.410	\$ 984.497.109

5.9. Estudio Económico

Para la evaluación económica se tomaron los indicadores financieros VPN, TIR, R B/C, PRI, Margen de EBITDA, ROE, RAN, ROS y EVA, por las condiciones del proyecto y que por los ingresos que se reciben hacen del proyecto rentable y atractivo si se considera conseguir inversionistas a futuro; el propósito de esta evaluación es determinar si en un periodo de tiempo de cinco años se puede recuperar o no la inversión inicial y si con las inversiones realizadas en las adecuaciones logísticas sigue siendo rentable en el tiempo, lo que queda demostrado puesto que la inversión se puede ver altamente retribuida puesto que como lo muestra la tasa interna de retorno TIR es en este caso del 103.53% que sería muy atractivo para cualquier inversionista.

Tabla 26*Indicadores financieros*

INDICADORES FINANCIEROS	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja para la evaluación	\$ -239.550.289	\$ 154.224.432	\$ 175.234.202	\$ 218.205.173	\$ 256.316.885	\$ 299.691.429
VPN	\$ 317.487.919					
TIR	72,45%					
R B/C	2,59					
PRI - meses	19					
MARGEN EBITDA		44,94%	46,76%	49,14%	51,85%	54,40%
RELACION DEUDA: EBITDA		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
ROE:		100,00%	53,85%	39,03%	31,93%	27,56%
RAN:		153,85%	82,85%	60,04%	54,67%	45,76%
ROS:		25,30%	26,84%	28,74%	30,84%	32,81%
EVA		\$ 109.275.075	\$ 100.202.600	\$ 92.371.097	\$ 99.550.013	\$ 88.901.077

6. Conclusiones

Aunque, desde el punto de vista de los estudios de mercado, técnicos y demás, el proyecto es viable, basados en los costos de producción se refleja que el proyecto es poco viable debido que la inversión es muy grande y se deben producir demasiadas unidades para tener un precio competitivo y poder librar la inversión con el paso del tiempo.

El consumo del chocolate de mesa en las familias del municipio siempre está presente en la primera comida del día, siempre es acompañado por arepa o queso e incluso ambos, por lo tanto, el producto debe combinar con estos alimentos para un mayor disfrute del mismo.

El mercado potencial del producto se puede ir diversificando y definiendo nuevos nichos de mercado, debido que se puede enfocar a las actividades que hacen los clientes en sus ratos libres, estilos de vida y condiciones de salud.

El mercado departamental y nacional es prometedor para este tipo de productos debido que las empresas que tienen la mayor cuota del mercado tienen procesos muy industrializados y demasiados aditivos, haciendo que el producto pierda propiedades y el sabor original.

Referencias

Asamblea Departamental de Antioquia. (2019, 12 de junio). Por medio la cual se adopta política pública de agricultura campesina, familiar y comunitaria en el departamento de Antioquia [Ordenanza No 16 de 2019].

Autoridad Nacional de Licencias Ambientales. (2019). *Estudio de Impacto Ambiental*.
<https://www.anla.gov.co/tramites-y-servicios/servicios/estudio-de-impacto-ambiental>

Arévalo, C.A. (2020, 17 de julio). *Desafíos en la comercialización de cacao en Colombia* [Archivo de video]. <https://www.youtube.com/watch?v=PphbbDWQhXc>

Banco de Desarrollo de América Latina. (20 de enero 2020). *Observatorio del cacao fino y de aroma para América Latina*.
https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1530/Iniciativa_Latinoamericana_del%20Cacao_Bolet%C3%ADn_No.%208.pdf?sequence=1

Cámara de Comercio de Medellín. (2021a). *El cacao en Antioquia: una apuesta en desarrollo*.
<https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documentos/2021/Cluster-Cacao/Articulo%20RAED%20-%20Cacao.pdf?ver=2021-03-10-095806-080>

Cámara de Comercio de Medellín. (2021b). *Iniciativa Cluster derivados Cacao*.

<https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/gestion-regional/iniciativas-cluster-regionales/iniciativa-cluster-cacao>

Concejo Municipal de Amalfi. (2019, 7 de junio). Por medio del cual se adoptan los planes de acción de los PDET en el municipio de Amalfi [*Acuerdo No 9 de 2019*].

Concejo Municipal de Amalfi. (2019, 7 de octubre). Por medio de la cual se adopta la revisión y ajuste ordinario del esquema de ordenamiento territorial para el municipio de Amalfi [*Acuerdo No 15 de 2019*].

Concejo Municipal de Amalfi. (2020, 3 de junio). Por medio del cual se adopta el plan de desarrollo territorial de Amalfi 2020-2023. La Gran Alianza por Amalfi [*Acuerdo No 6 de 2020*].

Cruz, C, R., & Cañas, C, P. (2018). La importancia de la exportación del cacao en Colombia y los países en América Latina. *Investigación y Gestión*, 1 (1), 18-27.

<https://revistas.ufps.edu.co/index.php/ID/article/view/1514/1419>

Departamento Nacional de Planeación. (2006). *Metodología General Ajustada, para la Identificación, Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión*.

http://www.opticaisska.com/unicor/Metodologia-Gral-para-Identificar-Preparar-yEvaluar-Proyectos-de-Inversion_DNP.pdf

Echeverría, R, C. (2017). Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto. *Revista Publicando*, 4 (13), 2, 172-188.

https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/836/pdf_604

Enriquez, G., & Paredes, A. (1983). Sistemática y morfología del cacao. (Comp.), *El cultivo del cacao*. (p. 13). Universidad Estatal a Distancia.

Galindo, M. (2018). La pirámide de Kelsen o jerarquía normativa en la nueva cpe y el nuevo derecho autonómico. *Revista Jurídica Derecho*, 7 (9), 126-148.

Girón, C, J., García, R, R., Vásquez, H, M., Ceballos, R, G., & Méndez, B, E. (2012). Xocolatl: antes alimento de los dioses, y ahora... *Revista de divulgación científica y tecnológica de la universidad veracruzana*, 25 (3).

Gobernación de Antioquia. (2019, 14 de mayo). Por medio de la cual se le conceden facultades al Gobernador Departamental para la adopción del Plan de Ordenamiento Territorial Agropecuario [Ordenanza No 2 de 2019].

Gobernación de Antioquia. (2020, 26 de noviembre). Por medio de la cual se adopta el plan departamental de extensión agropecuaria del departamento de Antioquia-PDEA [Ordenanza No 20 de 2020].

Gómez, M. R., Villalba, S., & Henríquez, M. (2019). Tendencia mundial en la elaboración de productos derivados del cacao. *Revista Ingeniería UC*, 26 (2), 213-222.

<http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/bitstream/handle/654321/4061/art09-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6° Ed.). México, D.F., México: Mc Graw Hill Interamericana.

Instituto Colombiano Agropecuario. (2009, 29 de julio). *Acuerdo sobre la agricultura*.

<https://www.ica.gov.co/normatividad/normas-internacionales?page=2>

Linero, M. J. (2017). *Sector agropecuario en Colombia*. Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/20355/1/2017_NC_Sector%20agropecuario%20en%20Colombia_Linero.pdf

Luna, R., & Chaves, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos*

ecoturísticos. https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2017, 28 de mayo). *Por el cual se crean los*

Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial-PDET [Decreto 893 de 2017]. DO: 50.247.

Ministerio de Agricultura. (2017). *Sector agropecuario. Marco Nacional de Cualificaciones.*

https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-362822_recurso.pdf

Ministerio de Agricultura. (21 de marzo de 2021). *Cadena de cacao.*

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos.* 2da edición: Bogotá, D.C.

Mokate, K. (2013). *Evaluación Financiera de proyectos.* (2da edición).

<http://www.invemar.org.co/redcostera1/invemar/docs/RinconLiterario/2013/R-3.pdf>

Núñez, D. (2020). *Estudio de factibilidad económica y financiera para la producción de cacao (Theobroma cacao) en sistemas agroforestales para la finca la Linda vereda San Jerónimo, Mariquita – Tolima [Tesis de grado].* Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.

Organización de las Naciones Unidas. (2010). *Convenio Internacional del Cacao, 2010.*

https://unctad.org/es/system/files/official-document/cocoa10d3_sp.pdf

Organización Internacional de Cacao. (2021, 9 de julio). *Prórroga del Convenio Internacional del Cacao 2010 hasta 2024 y buen progreso en su Enmienda.* <https://cutt.ly/qKH59gb>

Organización Internacional del Cacao. (2021, 8 de diciembre). *La organización internacional del cacao da la bienvenida a Colombia como 52º país miembro*. <https://www.icco.org/la-organizacion-internacional-del-cacao-da-la-bienvenida-a-colombia-como-52o-pais-miembro/>

Otero, J., Barrios, I., & Artiles, L. (2004). Reflexiones en torno a la definición de Proyecto. *Educ Med Super*, 18 (2).

Quintero, R, L., & Díaz, M, K. (2014). El mercado mundial del cacao. *Agroalimentaria*, 9 (18), http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542004000100004

Superintendencia de Industria y Comercio (2019). *Cadena productiva del cacao: diagnóstico de libre competencia*. <https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cacao.pdf>

Tapias, D. (2014). *Tipos de Proyectos*.

http://arantxa.ii.uam.es/~proyectos/teoria/C3_Tipos%20de%20proyectos.pdf

Tilve, M. (2021). *Estudio de factibilidad técnica y económica-financiera de mejora de línea de chips de chocolate para abastecimiento de una nueva oportunidad de mercado [Tesis de grado]*. Universidad Argentina de la Empresa.

Trillos, C. (2017). La pregunta, eje de la investigación. Un reto para el investigador. *Revista Ciencias de la Salud*, 15, 3, 309-312.

<https://revistas.urosario.edu.co/xml/562/56253119001/index.html>

Universidad Santo Tomás. (s.f). *Localización del Proyecto.*

http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/localizacin_del_proyecto.html

Vences, M. (2017). *Estudio de pre- factibilidad para una planta de proceso de licor de cacao blanco en la ASPROCAF-JVA en Puerta Pulache Las Lomas-Piura [Tesis de grado].*
Universidad Nacional de Piura.

Vigo, V. (2018). *Manual de Diseños de Proyectos de Desarrollo Sostenible.* 2da Edición:
Cajamarca. <https://www.losandes.org.pe/libros/LIBRO-DISENO-DE-PROYECTOS-ALAC.pdf>