

Proyecto de grado

CHOCOANI'S

Michell Juliana Fajardo Montero 11-05

Sofía Cárdenas Barriga 11-05

Asesor: Javier Lesmes Muñoz

Colegio Técnico Distrital Paulo Freire

Especialidad Ciencias Empresariales

Plan de negocios

Bogotá D.C

2021

Dedicatoria

Este especialmente va dirigido a Olga Montero, quien nos patrocinó y convirtió este proyecto en una realidad junto con la señora Ana Jova Dussan quien nos brindó todo el asesoramiento necesario para la elaboración de nuestro chocolate artesanal, a Wilson Méndez quien nos guio en procesos administrativos y operativos

Agradecimientos

Especialmente a Ana Jova Dussan quien nos brindó de la manera más cordial todo su conocimiento que ha alimentado por años, quien nos guio en esta linda labor de la elaboración artesanal del chocolate de mesa, quien nos enseñó la ardua labor de los cacaoteros a quienes después de esto admiramos profundamente.

Introducción

CHOCOANI'S es una empresa de fabricación de chocolate artesanal que se encuentra en proceso de oficialización para la producción, venta y consumo del mismo, esta empresa cuenta con su lugar de elaboración en el Huila y su comercialización se realiza en Neiva, Palermo y esperamos ampliar su red de distribución fija en Bogotá.

Esta empresa cuenta 5 colaboradores, quienes se encargan de distintas actividades (2 se encargan de producir el chocolate y empacarlo, las otras 3 persona.

Tabla de contenido	
Capítulo 1	6
Justificación del plan de negocios	6
Capítulo 2	6
Objetivos del plan de negocios	6
Objetivo general:	6
Capítulo 3	7
Investigación del mercado	7
Análisis del sector	7
Capítulo 4	12
4 Estudio administrativo	12
Análisis DOFA	13
estructura organizacional	14
Manual de funciones de cargos:	14
Capítulo 5	15
Estudio económico	15
Determinación de los activos fijos:	15
5.2 Presupuesto de costos y gastos:	16
Presupuesto de ingresos:	16
Capítulo 6	17
Estudio legal	17
definición del tipo de sociedad:	17
Capítulo I	18
Disposiciones Generales	18
Capitulo II	20
Reglas sobre Capital y Acciones	20
Resumen	26
Abstract	26
Capítulo 7	27
Conclusiones	27
Anexos	27
Anexo 1: glosario	27

Capítulo 1

Justificación del plan de negocios

Nuestro plan lo justificamos siendo conservadores en nuestro plan de negocios, no esperamos competirle a las grandes industrias, esperamos abrirnos un espacio en la producción y venta del chocolate de mesa al por menor

Capítulo 2

Objetivos del plan de negocios

Objetivo general:

Ampliar nuestros pedidos para incrementar el margen de ganancias y disminuir costos de producción esto para tener un mayor alcance al público y asimismo posicionarnos en la industria chocolatera minoritaria.

Objetivos Específicos:

Crear estrategias comerciales que nos permitan abrirnos camino en el mercado chocolatero minoritario.

Incrementar nuestra producción, lo que nos generara más ingresos y mejores márgenes tanto productivos como financieros.

Crecer como empresa, lo que nos va a permitir generar más empleos fijos e incrementar nuestro portafolio de productos.

Capítulo 3

Investigación del mercado

Análisis del sector

El sector general al que vamos dirigidos es el sector secundario de la industria chocolatera y el sector específico es la elaboración artesanal del chocolate

En el 2017 se dice que el cacao fue uno de los encargados de sostener la economía, gracias a esto tuvo un incremento en la producción interanual de 6,7%. Desde el 2018 la producción del cacao ha aumentado en hectáreas en un porcentaje del 23.2% lo que produjo un ascenso en las toneladas nacionales del 24,2%, sin embargo tuvo una caída en este mismo año del 14% a causa de la “carmentea negra” que es una enfermedad propia de los cultivos del cacao. Por último, en el 2019 la producción del chocolate incremento en un 10% siendo así una forma de recuperar terreno.

Análisis del mercado:

En pandemia se incrementó el consumo del chocolate ya que este tiende a ser más económico que el café, “En promedio, cada colombiano consume de 280 a 300 tazas de chocolate al año, también su incremento se produjo gracias a la permanencia en casa de los colombianos.

Mercado objetivo:

Nuestro mercado potencial sería jóvenes en un rango de edad de 23 a 29 años, hasta adultos mayores que consumirían nuestro chocolate sin azúcar (ya que es uno de los principales problemas en su alimentación).

Nuestro mercado potencial va dirigido a demandantes ideales de nuestro producto por los diferentes sabores y presentaciones quienes además tienen la capacidad económica para adquirirlo, además que este les aporta en su salud ya que no tienen químicos ni componentes sintéticos

Mercado potencial

Para nuestro mercado potencial tenemos estimados a los niños y adolescentes que pueden consumir estos productos gracias a su familia y asimismo más adelante convertirse en clientes directos, de igual forma para los adultos que no consumen azúcares podríamos ser una buena y posible opción al momento de consumir bebidas calientes, ya que contamos con productos libres de azúcares y químicos.

Nuestra mayor demanda (según informes de corona) se encuentra en Bogotá el cual se dice que este se debe al clima de la ciudad capitalina y en la región oriental de Colombia, los cuales se comprenden en los departamentos de Norte de Santander Boyacá y Santander.

Frente a los distintos estilos de vida que presentan nuestros clientes y demandantes, logramos ajustarnos a ellos gracias a nuestra variedad de productos que van desde dulce, medio y amargo, y también gracias a nuestros productos con y sin azúcar

En las familias colombianas es muy frecuente la compra del chocolate, ya que tenemos de alguna forma como “tradición” que nos regala momentos felices y en familia y esto hace que las personas

sigan conservando sus costumbres y asimismo sigan frecuentando la compra de este además que el chocolate es un producto que nos libera dopamina y esta se encarga de darnos felicidad.

Perfil del cliente



PERFIL

Enfocado principalmente a familias, ya que es un producto que pueden consumir desde los pequeños hasta los más grandes, el chocolate es considerado uno de los productos básicos de la

INTERESES

Contribuir al mejoramiento y conservación del medio ambiente ya que son productos 100% naturales.

Pasar un momento agradable, ya sea en

OBJETIVOS

Consumir alimentos saludables y beneficios.

Comprar productos de calidad.

DATOS DEMOGRAFICOS

Familias, jóvenes entre 23 y 29 años, adultos y personas de la tercera edad.

FRUSTRACIONES

Productos de mala calidad

Falsas expectativas

Productos sustitutos:

- Café (en todas sus presentaciones)
- Aromática/ Té
- Agua panela
- Avena
- Bienestarina
- Leche

Productos complementarios:

- Queso
- Pan
- Galletas
- Arepas
- Bizcochos

Relación de productos sustitutos y complementarios:

Al momento de que alguna de la materia prima nos haga falta y esto nos impida producir con mayor eficiencia nuestro producto, hará que el cliente opte por buscar alguno de los otros suplementos que tiene por escoger para asimismo acompañarlo con su complemento

Análisis de la competencia:

Matriz de competidores

Datos de la empresa	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3	Competidor 4
Nombre	NUNCHUAH	Chocolad	Tibitó	Chuculat
Ubicación geográfica	Calle 25#28-108 Casanare- Colombia	Piedecuesta, Santander- Colombia	Calle 97ª #51-76	Cra. 10a # 69-23
Productos	Chocolate de mesa, chocolate confitería	Cacao en polvo, cobertura de cacao	Chocolate de mesa y chocolatina	Chocolate de mesa en polvo
Precios	Desde 5.000 hasta 83.000	Desde 12.000 hasta 36.000	Desde 10.000 hasta 30.000	Desde 8.000 hasta 15.000

Estrategias de mercado:

Concepto del producto o servicio

Chocolate artesanal de mesa, este chocolate esta libre químicos y componentes sintéticos de y esta elaborado con cacao al 80% y 20% de panela, viene en 4 presentaciones que son leche, cacao, nuez moscada y clavos y canela, es un producto de consumo directo

Diseño y empaque:



Fuente: <https://www.tailorbrands.com/es/logo-maker>

Nuestro diseño está inspirado en nuestro producto principal que vendría siendo el cacao y el significado de su nombre es “choco” de chocolate y “Ani’s” de Ana, ya que la idea de realizar esta micro empresa la tuvo la señora ANA JOVA, además de eso ella es la encargada de la producción y de hacer que las familias tengan un buen alimento en sus mesas. Es por eso que su nombre también lo incluimos como parte del nombre de la empresa.

Estrategias de distribución

Nuestras alternativas de integración del mercado son precios accesibles y crear alianzas, esperamos ampliar nuestra red de distribución, nuestras estrategias para la comercialización del producto serán: Venta por teléfono, Venta a puerta fría y Marketing en el punto de venta.

También nuestra ruta de distribución parte desde el Huila realizándose su producción, luego de que tengamos los chocolates empacados los trasladamos hasta Palermo para allí dividir la cantidad de chocolate que es para venta en Palermo y la otra parte para venta en Bogotá, después enviamos a nuestra distribuidora nuestros productos, encargándonos de que vayan en óptimas condiciones para que asimismo el producto no tenga falencias en el camino y llegue bien a Bogotá para realizar su venta. Por el momento tenemos domicilios en Bogotá y también apartamos por encargo.

Capítulo 4

4 Estudio administrativo

Análisis DOFA

Nuestro objetivo es la elaboración y comercialización del chocolate artesanal, para esto utilizamos el análisis DOFA para conocer y definir puntos fuertes y débiles y así crear nuevas estrategias que nos ayudaran a mantener y a hacer crecer la empresa.

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">- la poca cobertura de nuestra red de distribución- la falta de maquinaria industrial	<ul style="list-style-type: none">- posicionarnos en el mercado chocolatero minoritario- dejar de ser una micro empresa
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- tenemos una red fija de distribución pequeña- nuestra variedad de productos	<ul style="list-style-type: none">- las competencias de chocolate artesanal- que en algunas ocasiones no hay materia prima o se eleva bastante su precio

Estructura organizacional

Fuente: <https://es.venngage.com/>



Manual de funciones de cargos:

- gerente: La gerente Michell Fajardo va a ser la encargada de la dirección y coordinación de la empresa
- Administradora: La administradora Sofía Cárdenas será la encargada llevar la contabilidad de la empresa y el seguimiento de la rentabilidad de la empresa
- Socia 1: la distribuidora Olga montero, será la encargada de empaclar y distribuir el chocolate
- Socia 2: la productora Ana Dussan será la encargada de la producción del chocolate

Misión y visión de la empresa

Misión:

Somos una microempresa dedicada a la producción de chocolate artesanal utilizando nuestro cacao colombiano y sus maravillosas propiedades para el beneficio de nuestros clientes, nuestros chocolates están elaborados con granos de cacao cosechados y escogidos del departamento del Huila

Visión:

Ser una microempresa basada en el mejoramiento de nuestros productos y servicios para lograr la satisfacción de nuestros clientes a nivel nacional, también ser reconocidos a nivel regional por nuestra calidad y variedad en los productos satisfaciendo los antojos y gustos de nuestros clientes

Capítulo 5**Estudio económico****Determinación de los activos fijos:**

- 1120: cuentas de ahorro
- 1305: clientes
- 1345: ingresos por cobrar
- 1355: anticipo de impuestos
- 1405: materias primas
- 1410: productos en proceso
- 1435: mercancías no fabricadas por la empresa
- 1460: envases y empaques
- 1504: terrenos
- 1520: maquinaria y equipo
- 1705: gastos pagados por anticipado

5.2 Presupuesto de costos y gastos:

Transporte	120.000 (cada persona)
Cacao	90.000 (70 libras)
Panela	65.000 (45 libras)
Especias	50.000
Leche en polvo	30.000 (1.200 GR)
Empaques	40.000 (40 unidades)
Adhesivo decorativo	30.000 (100 unidades)
Servicios (Luz, Agua y Gas)	100.000
Variables	120.000
TOTAL, COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	645.000
Porcentaje de participación (25%)	161.250

Presupuesto de ingresos:

PRODUCTOS	COSTO POR UNIDAD	LIBRAS VENDIDAS	<u>TOTAL VENTAS</u>
CHOCOLATE AMARGO	\$12.000	13	156.000
CLAVOS Y CANELA	\$10.000	18	180.000
NUEZ MOZCADA	\$10.000	21	210.000
LECHE	\$15.000	4	60.000
TOTAL	.	56	606000

Plan de financiamiento:

Empezamos con una cuota base para la materia prima, nuestra productora cuenta con los implementos y maquinaria necesaria para la fabricación del chocolate, luego con los primeros ingresos recibidos no se tomaran ganancias, sino que estarán destinados a una cuenta de ahorro para reinvertirlos en la empresa, esperamos que en un tiempo estimado de 3 meses destinar las ganancias a cada uno de los colaboradores y que también queden los recursos suficientes para seguir con el funcionamiento habitual de la empresa

Capítulo 6

Estudio legal

definición del tipo de sociedad:

Nuestro tipo de sociedad es la “S.A.S” lo cual significa que es una Sociedad por Acciones Simplificada en donde el capital está dividido por acciones y cada acción es libremente negociada, es decir que entre los socios de esta sociedad decidimos como aportaremos a la empresa y asimismo como repartiremos nuestras acciones y los derechos que tendremos sobre ellas

Acta de constitución de la sociedad

En LA CIUDAD DE Bogotá D.C., Departamento de Cundinamarca, Republica de Colombia. A los (27) días del mes de octubre del año dos mil veintiuno (2021), las siguientes personas:

NOMBRE COMPLETO	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO (MUNICIPIO)
	TIPO DE IDENTIFICACIÓN	NÚMERO	LUGAR DE EXPEDICION	
Olga Lucia Montero	Cedula	52.847.677	Bogotá	Cundinamarca
Ana Jova Dussan Manchola	Cedula	26.514.795	Iquira	Huila
Michell Fajardo Montero	Tarjeta de identidad	1030526368	Bogotá	Cundinamarca
Sofía Cárdenas Barriga	Cedula	1005895536	Facatativá	Cundinamarca

Quienes para todos los efectos se denominará(n) el(los) constituyente(s) y mediante el presente escrito manifiesto (amos) mí (nuestra) voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

Capítulo I

Disposiciones Generales

ARTÍCULO 1. NOMBRE, NATURALEZA Y CLASE. La sociedad que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará **CHOCOANI'S & ASOCIADOS S.A.S**, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las iniciales “S.A.S”.

ARTÍCULO 2. NACIONALIDAD Y DOMICILIO. La Sociedad es de nacionalidad colombiana y tendrá su domicilio principal en la ciudad de Palermo Vereda de San Juan,

Departamento de Huila, República de Colombia, pero podrá establecer sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la Asamblea General de Accionistas. El lugar para notificaciones comerciales, judiciales y administrativas será en Carrera 11 No 65-70 Sur Barrio Porvenir (Usme) correo electrónico

lucimont19@hotmail.com.

ARTÍCULO 3. DURACIÓN. La Sociedad tendrá una duración indefinida, contada a partir de la fecha de otorgamiento del presente documento privado, pero la Asamblea General de Accionistas podrá decretar su disolución anticipada o prorrogar el término de su duración antes de su expiración, con el voto favorable del accionista que existan en dicho momento.

ARTÍCULO 4. OBJETO SOCIAL. La sociedad tendrá como objeto principal la elaboración de los siguientes productos

1. Elaboración de chocolate de Cacao totalmente natural.

2 Elaboración de Chocolate de Cacao con adición de leche para que su consumo y preparación sea más fácil.

2. Venta y distribución del producto a nivel nacional e internacional.

Adicional ofreceremos los siguientes servicios

Brindar y ofrecer el comercio al por menor del producto en las diversas formas que se pidan

Distribución de los alimenticios (chocolate y chocomuu) al por mayor y al detal.

Llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con su objeto, social.

PARÁGRAFO. Es contrario al objeto social garantizar, respaldar, fiar o avalar deudas de personas naturales o jurídicas, distintas de aquellas con quienes tengan la calidad de matriz, filial, subsidiaria o esté vinculada económicamente o en las que sea propietaria de acciones o cuotas.

Capítulo II

Reglas sobre Capital y Acciones

ARTÍCULO 5. EL CAPITAL SOCIAL. El capital social de la sociedad se expresa así:

Capital Autorizado: El capital autorizado de la sociedad es de CINCO MILLONES DE

PESOS (\$5.000.000,00), dividido en CINCO MIL (5.000) acciones de valor nominal de UN MIL PESOS (\$1.000,00) cada una. Compuesto así

Accionista	Documento	Total de acciones	Valor suscrito
Olga Lucia Montero	52.847.677	1.250	1.250.000
Ana Jova Dussan Manchola	26.514.795	1.250	1.250.000
Michell Fajardo Montero	1030526368	1.250	1.250.000
Sofía Cárdenas Barriga	1005895536	1.250	1.250.000

	Total	5.000	5.000.000
--	--------------	--------------	------------------

Capital Pagado: El capital pagado de la sociedad es de CINCO MILLONES DE PESOS

(\$5.000.000,00), dividido en CINCO MIL (5.000) acciones de valor nominal de UN MIL PESOS (\$1.000,00) cada una.

ARTÍCULO 6. DERECHOS QUE CONFIEREN LAS ACCIONES. En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones nominativas. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la Asamblea General de Accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

ARTÍCULO 7. NATURALEZA DE LAS ACCIONES. Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

ARTÍCULO 8. AUMENTO DEL CAPITAL SUSCRITO. El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante

decisión del Representante Legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean en el reglamento.

ARTÍCULO 9. ACCIONES DE PAGO. En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 10. TRANSFERENCIA DE ACCIONES A UNA FIDUCIA MERCANTIL. Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

ARTÍCULO 11. RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES. Durante un término de cinco años, contados a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros sin excepción alguna. La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad. **ARTÍCULO 12. CAMBIO DE CONTROL.** Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Determinaciones relativas a la constitución de la sociedad

Representación Legal. Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a **OLGA LUCIA MONTERO** identificada con la cédula de ciudadanía número 52.847.677 expedida en Bogotá, como Representante Legal por el término de un (1) año.

Representación Legal suplente. - Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a **ANA JOVA DUSSAN MANCHOLA** identificada con la cédula de ciudadanía No. 26.514.795 expedida en Iquira (Huila), como Representante Legal Suplente de por el término de un (1) año.

Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado por unanimidad en este acto constitutivo, a **MICHELL FAJARDO MONTERO** y **SOFIA CARDENAS BARRIGA** como gerente y administrativas de **CHOCOANI'S S.A.S.**, por término de un año.

Tanto el Representante Legal, como su Suplente, participan en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual han sido designados, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como Representante Legal de S.A.S. 1. Personificación jurídica de la sociedad: Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, S.A.S formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2° de la Ley 1258 de 2008. Se agregan para su protocolización los siguientes documentos, una fotocopia de la cédula de ciudadanía de los otorgantes. Leído el presente Documento Privado, los otorgantes, lo hallan conforme con sus intenciones, lo aprobaron en todas sus partes y se autentica la firma ante el suscrito Notario que da fe y quien advirtió la necesidad de inscribirlo en la Cámara de Comercio de Bogotá, en los términos y para los efectos legales. Los otorgantes imprimen la huella dactilar del índice derecho. Constancia sobre identificación

de los comparecientes Se hace constar que el otorgante fue identificado con los documentos que se citan

FIRMAS SOCIOS

OLGA LUCIA MONTERO

ANA JOVA DUSSAN MANCHOLA

C.C 52.847.677 de Bogotá

C.C 26.514.795 de Iquira (Huila)

Documentos legales

Para la creación de nuestra empresa (S.A.S) se requieren los siguientes documentos:

1. Acta de constitución de la S.A.S
2. Número de identificación tributaria (NIT)
3. Formulario de registro único tributaria (RUT)
4. Formulario de único empresarial y social (RUES)
5. Registro de los libros contables
6. Permiso sanitario
7. Permiso de manipulación de alimentos
8. Registrar la S.A.S en la cámara de comercio
9. Cuenta bancaria corporativa

Clasificación CIU para el bien o servicio:

CÓDIGO PARA ACTIVIDAD CIU: 1581

CÓDIGO DE ACTIVIDAD CIU A DECLARAR SEGÚN LA RESOLUCIÓN 0079: 1082

Resumen

Este es el plan de negocios de Chocoani's, una microempresa que va en crecimiento, que se creó por un trabajo de proyecto de grado pero termino llenándonos de gratitud hacia nuestros cacaoteros. El mejoramiento de la calidad de vida de los seres humanos está relacionado de alguna manera con nuestro producto ya que vendemos un producto que puede hacer grato el día al tomar una taza de chocolate hecho con todo el corazón y para deleitar a nuestros consumidores, Es por eso que nos abordamos en este mundo chocolatero y en este plan de negocios analizamos el comportamiento de dicho mercado a nivel regional y nacional.

Abstract

This is the business plan of Chocoani's, a microenterprise that is growing, which was created for a degree project work but ended up filling us with gratitude towards our cocoa farmers. The improvement of the quality of life of human beings is somehow related to our product because we sell a product that can make the day pleasant to drink a cup of chocolate made with all the heart and to delight our consumers. That is why we approached in this chocolate world and in this business plan we analyze the behavior of this market at regional and national level.

Capítulo 7

Conclusiones

Como microempresa y como lo muestran nuestras encuestas anteriores, podemos ver que hay una gran población que tiene conocimiento sobre el chocolate artesanal y lo ha probado, es decir que por medio de nuestras distribuciones y de nuestra participación en pequeñas ferias, nos hemos dado a conocer a una cierta cantidad de personas.

Al ser un producto artesanal y ser una microempresa nuestra producción y gastos suelen ser más visibles al momento de la elaboración de nuestros productos, por eso mismo en algunas ocasiones su precio es algo más elevado que el de las grandes industrias. A pesar de esto, podemos concluir por nuestras encuestas realizadas anteriormente, que nuestro producto está en un rango de precio adquisitivo para una gran población, sobre todo a las personas pertenecientes del estrato 2 en adelante.

La mayoría de personas encuestadas nos indican que consumen 5 o más veces chocolate durante la semana, esto es un punto a favor a nuestra microempresa ya que se podrían volver clientes fijos y así nuestra empresa podría empezar a elevar su demanda respecto a nuestros productos

Anexos

Anexo 1: glosario

Artesanal:

Que está hecho a mano y siguiendo las técnicas tradicionales.

Cacao:

El cacao es un árbol procedente de América que produce un fruto del mismo nombre que se puede utilizar como ingrediente para alimentos entre los que destaca el chocolate. Su uso se remonta a la época de los mayas, aztecas e incas, y desde entonces se ha usado tanto para fines nutricionales como médicos.

Carmentea Negra:

La Carmenta Negra es una enfermedad propia del cultivo de cacao. Este lepidóptero, o larva perforadora, ataca el interior del fruto. Provoca que se madure antes de tiempo, pierda su calidad y genere olores nauseabundos. La plaga está presente en el país y empieza a generar afectaciones en este cultivo

Componentes sintéticos:

Un elemento sintético es un elemento químico que no aparece de forma natural en la Tierra, y solo puede ser creado artificialmente.

Microempresa:

Se clasifica como microempresa a aquella unidad económica que tiene menos de diez trabajadores. Se introduce un límite de dos millones de euros para el volumen de negocios y el balance general.

Anexo 2: Imágenes

En este anexo de imágenes les mostraremos un poco del proceso que manejamos en nuestra microempresa y junto con ello mostraremos los materiales y productos que usamos para la realización de los productos



Esta imagen muestra los granos de cacao que previamente son seleccionados y comprados



Luego de haber seleccionado el cacao nos encargamos de descascarillarlo y molerlo



En esta imagen podrán ver como el cacao es procesado por un molino para hacerlo de una consistencia más ligera y también mezclarlo con las especias que usamos para darle sabor y aroma al producto



Acá el cacao luego de ser separado para sus distintas presentaciones, se mezcla con panela (ya que no manejamos azúcar para endulzar) dependiendo el producto que estemos haciendo, ya que en el chocolate amargo no endulzamos el cacao



Luego de un día de reposo, el chocolate está listo para ser empastillado así como lo evidenciamos en la imagen



Acá ya empezamos la preparación de cada una de nuestras presentaciones, en esta imagen podemos ver el chocolate con leche



Por ultimo verán nuestra presentación de chocolate “amargo” y en la imagen de abajo, podrán ver nuestras otras dos presentaciones de chocolate, que son “clavos y canela” y “nuez moscada”. La diferencia entre estas aparte de sus sabores, es que como su nombre lo indica, el chocolate amargo no contiene dulce, en este caso, no está endulzado con panela ni algún otro componente, solo cacao



6. Bibliografía

<https://www.elestudiante.com.co/normas-apa/>

<http://www.andi.com.co/Home/Noticia/15568-chocolateria-una-industria-que-crece-so#:~:text=Hoy%20Colombia%20exporta%20chocolates%2C%20cocoa,25.800%20personas%20de%20la%20industria.>

<https://investincolombia.com.co/es/sectores/agroindustria-y-produccion-de-alimentos/cacao-derivados-y-chocolate>

<https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/agroindustria/cacao-y-sus-derivados>

<https://www.agronegocios.co/agricultura/exportaciones-de-cacao-local-se-mantienen-pese-a-baja-demanda-global-de-chocolate-3003372>

<https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/produccion-de-cacao-en-colombia-alcanzo-cifra-record-en-2020/202126/>

<https://www.semana.com/cacao-sector-pasa-dificultades/133769/>

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/bogota-lidera-consumo-chocolate-pais-55998>

<https://es.venngage.com/>

<https://www.tailorbrands.com/es/logo-maker>