

Plan de negocios para la creación de una comercializadora de chocolates finos en el  
municipio de Bucaramanga, Santander

Presentado por

Ana Yurley Díaz Rojas

Trabajo de Grado para Optar al Título de Administrador Agroindustrial

Directora

Carolina Barrios Mendoza

Magister en Administración

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED)

Bucaramanga

2023

## **Dedicatoria**

Primero que todo, dedico este premio a Dios, porque con depresión, ansiedad y ganas de no continuar, él me dio la fuerza para avanzar en tan anhelado logro, gracias a él tuve el valor de enfrentarme a la realidad que todos ocultan por mantenerse en pie, gracias porque solo tú sabes las noches de desvelo que terminaron sin avance alguno, gracias porque aprendí que para muchos fue más fácil afrontar cada proceso y a mí se me dificultaba un poco, sin tener más que decir, pido a Dios que guie los pasos de compañeros que tal vez dedican horas y horas para obtener tan anhelado logro.

## **Agradecimientos**

Pido a Dios que siempre me acompañó en todo momento y nunca me soltó la mano, en especial a mi familia que me apoyan en cada uno de los pasos que doy y me brindaron su mayor esfuerzo económico para poder continuar con mis estudios.

## Tabla de Contenido

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN .....	14
1. OBJETIVOS .....	16
1.1 Objetivo General .....	16
1.2 Objetivos Específicos.....	16
2. DEFINICIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	17
3. JUSTIFICACIÓN .....	19
4. MARCO DE REFERENCIA .....	22
Marco contextual .....	22
4.2 MARCO DE ANTECEDENTES .....	25
4.3 MARCO TEÓRICO.....	25
Cacao y chocolatería en Colombia .....	25
Industria del chocolate .....	25
Teoría de la competitividad Michael Porter.....	26
Comercio nacional de cacao y chocolatería. (2019) .....	27
Evolución, tendencias e identificación de oportunidades en el sector chocolate en el país .....	28
Amenazas del sector chocolatero en Colombia .....	29
5.0 MARCO LEGAL.....	30
Creación de la empresa .....	30
Requisitos de comercialización en Colombia .....	32
6.0 METODOLOGIA.....	38
Análisis del mercado.....	38

Primer objetivo: Análisis del mercado.....	38
Estudio de mercado.....	41
Determinación de población y tamaño de la muestra.....	43
Análisis de Resultados.....	44
Género.....	44
Rango de edad.....	45
Estrato socioeconómico.....	45
Frecuencia de consumo de chocolates.....	46
Frecuencia con que realiza compra de chocolates.....	47
Cantidad de consumo.....	48
Lugar de adquisición del producto.....	48
Precio de adquisición actual de un chocolate.....	49
Forma de pago.....	49
Estrategias de mercado.....	50
Estrategias de marketing.....	51
Segmento de mercado.....	51
Estrategias de marketing funcional.....	52
Estrategias de branding.....	52
Estrategias de marketing comprometido.....	53
7.0 CONDICIONES TÉCNICAS.....	55
Segundo objetivo: Estudio técnico y administrativo.....	55
Áreas a cubrir en el estudio de factibilidad.....	55
Condiciones técnicas y administrativas.....	56

Descripción del proceso .....	59
Recepción de la materia prima.....	59
Tostión .....	60
.....	60
El tostado de cacao.....	60
Descascarillado .....	61
Molienda .....	62
Prensado.....	62
Refinado y conchado.....	63
Bombonería.....	66
Tipos de chocolates a distribuir .....	67
Clases de empaques: .....	70
Distribución.....	82
Sistemas de seguimiento .....	83
Planes de comercialización .....	83
Canales de distribución .....	84
Estrategias de distribución .....	84
Estudio administrativo .....	86
Constitución de la empresa .....	87
8.0 VIABILIDAD FINANCIERA .....	89
Tercer objetivo: Análisis financiero.....	89
Análisis financiero .....	89
Análisis financiero como fase gerencial .....	90

Indicadores de la situación financiera de la empresa.....	90
Rentabilidad .....	90
Análisis financiero corporativo.....	92
Inversión inicial .....	92
Flujo de caja.....	95
9. Conclusiones .....	101
10. Recomendaciones .....	102
Referencias.....	103

## Lista de figuras

<i>Figure 1. Chocolatina de frutos secos .....</i>	39
<i>Figure 2. Trufas .....</i>	40
<i>Figure 3. Bombones .....</i>	40
<i>Figure 4. Precio de adquisición de un chocolate .....</i>	49
<i>Figure 5. Formas de pago .....</i>	50
<i>Figure 6. Comprarás productos de nuestra marca .....</i>	50
<i>Figure 7. Estudio técnico .....</i>	55
<i>Figure 8. Mapa de Bucaramanga .....</i>	57
<i>Figure 9. Modelo de una planta de producción de chocolates.....</i>	58
<i>Figure 10. Proceso de calidad del grano .....</i>	59
<i>Figure 11. Cacao tostado .....</i>	60
<i>Figure 12. Parámetros de producción.....</i>	63
<i>Figure 13. Chocolatería fina junto con un molde.....</i>	66
<i>Figure 14. Bombones de chocolate.....</i>	67
<i>Figure 15. Empaque plástico .....</i>	71
<i>Figure 16. Empaque papel en combinación con capa de aluminio.....</i>	72
<i>Figure 17. Empaque de papel.....</i>	72
<i>Figure 18. Empaque plástico .....</i>	73
<i>Figure 19. Empaque de cartón .....</i>	74
<i>Figure 20. Empaque de aluminio.....</i>	76
<i>Figure 21. Capacillos .....</i>	77
<i>Figure 22. Tostadora .....</i>	77

<i>Figure 23. Descascarilladora</i> .....	78
<i>Figure 24. Molino</i> .....	79
<i>Figure 25. Conchadora</i> .....	80
<i>Figure 26. Atemporada</i> .....	81
<i>Figure 27. Prensadora</i> .....	82
<i>Figure 28. Distribuidor</i> .....	85
<i>Figure 29. Comercialización</i> .....	86
<i>Figure 30. Proceso administrativo</i> .....	86
<i>Figure 31. Indicadores de rentabilidad</i> .....	91

**Lista de tablas**

<i>Table 1. Producción de cacao y mercados destinados de chocolatería .....</i>	24
<i>Table 2. Producción nacional de cacao en Colombia .....</i>	28
<i>Table 3. distribución de producto .....</i>	85
<i>Table 4. Muebles y enseres .....</i>	92
<i>Table 5. Publicidad .....</i>	93
<i>Table 6. Maquinaria y equipos .....</i>	94
<i>Table 7. Costos fijos .....</i>	95
<i>Table 8. Flujo de caja .....</i>	96
<i>Table 9. Cálculo de inversión inicial .....</i>	98
<i>Table 10. Crecimiento anual de ventas de chocolates .....</i>	99
<i>Table 11. Punto de equilibrio en el precio .....</i>	99
<i>Table 12. Punto de equilibrio .....</i>	100

## Glosario

**Bean to bar:** Proceso de elaboración de chocolate que requiere todo el proceso productivo que inicia va desde: tostión, descascarillado, molienda, refinado, conchado y atemperado, a este proceso se le conoce como bean to bar.

**Refinado:** Proceso en el cual se pasa la pasta de cacao para que este convierta las partículas en diminutas micras y de la textura suave a la cobertura para convertirla en chocolate.

**Conchado:** Proceso en el cual el licor de cacao pasa por la transformación de los ácidos volátiles y saca sus sabores predominantes respecto al grano de cacao, este proceso puede durar entre 12 y 78 horas debido a los altos niveles de ácido acético y otros compuestos que tiene la cobertura.

## Resumen

**Título:** Plan de Negocios para la creación de una comercializadora de chocolates finos en el municipio de Bucaramanga, Santander.

**Autor:** Ana Yurley Díaz Rojas

**Palabras Clave:** Chocolate fino, bombones, ganache, trufas, viabilidad.

**Descripción:** Este proyecto de investigación se basa en realizar un plan de negocio para implementar una comercializadora de chocolatería fina en la ciudad de Bucaramanga; la implementación se basó en tres objetivos principales: identificar el potencial de mercado en el consumo de chocolates en la ciudad de Bucaramanga, determinar las condiciones técnicas y administrativas y analizar la viabilidad financiera. Inicialmente se trabaja un modelo estructural de mercadeo para la obtención de información sobre el tipo de consumo de chocolates que tienen los ciudadanos bumangueses, también basándose en estrategias de mercado que permitan tener una visión más amplia de las nuevas tendencias en la ciudad, seguido a ello, se establecen las condiciones técnicas de producción y manejo que se deben implementar para que la comercializadora de chocolates cumpla con los estándares de calidad y las practicas adecuadas durante el proceso de elaboración, así mismo, lograr que estos productos tengan las condiciones esenciales de comercialización y permita llevar al mercado el producto deseado brindando contenidos de valor, finalizando, se realiza la estructuración administrativa llevando a cabo el proceso de análisis para obtener las herramientas necesarias para la creación de la comercializadora,

por último, se hace la estructura financiera para analizar la viabilidad financiera del negocio.

### **Abstract**

**Title:** Business Plan for the creation of a marketer of fine chocolates in the municipality of Bucaramanga, Santander.

**Author(s):** Ana Yurley Díaz Rojas

**Key Words:** Fine chocolate, chocolates, ganache, truffles, feasibility.

**Description:** This research project is based on carrying out a business plan to implement a fine chocolate retailer in the city of Bucaramanga; The implementation was based on three main objectives: to identify the market potential for chocolate consumption in the city of Bucaramanga, to determine the technical and administrative conditions, and to analyze the financial viability. Initially, a structural marketing model is worked on to obtain information on the type of chocolate consumption that Bucaramangese citizens have, also based on market strategies that allow a broader vision of the new trends in the city, followed by , the technical conditions of production and management that must be implemented so that the chocolate marketer complies with the quality standards and the appropriate practices during the elaboration process are established, likewise, to ensure that these products have the essential conditions of commercialization and allows the desired product to be brought to market by providing valuable content, ending with the administrative structuring, carrying out the analysis process to obtain the necessary tools for the creation of the marketer, finally, the financial structure is made to analyze the viability business financial.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente en Colombia el consumo de chocolates finos está en proceso, ya que las personas no cuentan con el conocimiento necesario para saber cuál es la diferencia entre un chocolate fino y uno tradicional, adicionalmente, se tiene en cuenta que Colombia es un potencial productor de cacao especiales, pero esa materia prima no es procesada en el país, ya que, aun no se cuenta con los equipos especializados para dichos procesos y dichas materias primas se exportan a países que si cuentan con las maquinarias especializadas para su debida transformación, lo que conlleva a que debemos tener en cuenta cada uno de los factores determinantes para que esa materia prima se transforme directamente en el país y llevemos a exportación los chocolates ya procesados. Para ello se requiere una mejora en la ideología colombiana en cuanto a los procesos que se deben llevar a cabo para que el comercio sea equitativo y de mayor rentabilidad.

Por otro lado, cabe resaltar que Colombia produce 67 mil toneladas de cacao al año, donde Santander es el productor número uno de cacao en Colombia con un total de 27 mil toneladas, le sigue Arauca con 8.820 toneladas, lo que quiere decir que en Santander está el potencial para transformar todo el grano que se produce y convertirlo en chocolatería, además, se cuenta con las mejores variedades para la producción de los chocolates. Teniendo en cuenta que el consumo de chocolates en Colombia se enfoca en chocolates altos en azúcares y aditivos los cuales traen riesgos a la salud a largo plazo, se plantea una nueva forma de consumo que le brindará beneficios a la salud del consumidor.

Por tanto, se decidió crear un plan de negocio para que esas materias primas sean transformadas en el país y cuenten con las condiciones óptimas de calidad para que se puedan

exportar, adicionalmente debemos aprovechar el potencial que se tiene en el departamento de Santander para que la chocolatería fina tome cada día un alto valor y se aproveche el gran potencial que existe.

## **1. OBJETIVOS**

### **1.1 Objetivo General**

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa que comercialice chocolatería fina en el municipio de Bucaramanga, Santander.

### **1.2 Objetivos Específicos**

-Realizar un estudio de mercado que permita identificar cual es el mercado objetivo, cual es la tendencia del consumo de chocolates y cuál es el potencial de mercado de la chocolatería fina en la ciudad de Bucaramanga.

-Determinar el estudio técnico y administrativo que se requiere en esta iniciativa para la creación de la comercializadora de chocolates finos.

-Analizar la viabilidad financiera, costos e ingresos para la creación de una empresa de chocolatería fina.

## 2. DEFINICIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Colombia se determina como uno de los países con mejor producción de cacao fino en el mundo, según (Procolombia , 2020) especialmente en Santander se encuentran las variedades ganadoras a mejores cacaos finos en todos sus componentes, san Vicente de Chucurí es el centro nacional de producción de cacao fino en el país el cual es galardonado por su extensa variedad, según datos suministrados en el evento chocoshow del 2021, Santander ocupa el primer lugar en producción cacaotera con un total de 26,315 toneladas, lo que quiere decir que cuenta con un muy buen material para la elaboración de chocolatería fina y un muy buen manejo de sabores.

Según la (-UGRA, 2020) producción promedio nacional en los últimos 10 años es de 53 mil toneladas. En el año 2020 la producción fue de aproximadamente 63 mil toneladas (6% más que el año 2019) y se concentró en el departamento de Santander con 27 mil toneladas (42%), seguido de Antioquia con 5,6 mil toneladas (8,8%) y Arauca con 4,8 mil toneladas (7,6%). En los últimos años se ha acelerado la producción nacional como consecuencia del buen manejo de plagas y enfermedades por parte de los productores del grano, así como por los programas de fertilización, renovación y manejo poscosecha, promovidos por FEDECACAO y las compañías como Nacional de Chocolates y Casa Luker.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia cuenta con una variedad de propuestas que optan por el gran potencial respecto a la producción de cacao y frutas, las cuales son una atracción turística muy apetecible para el mundo y el gran potencial de comercio gastronómico, lo que determina un mejor plan para aprovechar todo el potencial que tiene el país. En el mundo de la chocolatería se manejan muchos sabores de diferentes texturas y aromas, por lo

tanto, tener el respaldo del entorno fortalece la gran variedad y calidad de los productos, por lo que al comercializarlo no solo será mercado local, sino que también mercados nacionales.

En la chocolatería existen dos tipos de chocolates que las personas no conocen y de allí parte la gran importancia de saber elegir un buen producto procesado, estos dos tipos de chocolates se catalogan como, chocolate real y chocolate sucedáneo, esta categoría es muy importante para que el consumidor defina qué tipo de producto quiere consumir y así evitar daños futuros. (La chocolatería Santa Ana) El chocolate fino es producto de un proceso llamado “bean-to-bar” que es la categorización del cacao en sus diferentes procesos, como lo son cosecha, fermentado, el secado, moler y conchar, el tostado, el templado, la moldura y el empaque, de allí sale el licor de cacao que es procesado con el 30% de azúcares y el restante de cacao por eso es catalogado como chocolate fino. La chocolatería sucedánea se trata de un proceso industrial donde se agrega el 80% de componentes como lo son azúcares, leches en polvo y demás productos artificiales y el 20% restante o menos es cacao.

Según el informe del año cacaotero 2019-2020 de la Organización Internacional del Cacao – Icco, Colombia ocupa el décimo puesto como productor de cacao en el mundo y el quinto lugar en Latinoamérica, lo que evidencia que siendo uno de los países con mayor producción de cacao fino en el mundo, no cuenta con plantas procesadoras de dicho grano y se exporta a países como lo son Alemania, Malasia, España y Estados Unidos, lo que conlleva a importar los productos ya procesados de dichos países (Gonzales, 2021) Considerando lo anteriormente mencionado y buscando una solución a toda la problemática que se tiene en el mercado, se plantea ¿cómo lograr un plan de negocio para aprovechar toda la materia prima que se produce en el país y así poder transformar y comercializar chocolates finos a nivel nacional y también internacional?

### **Delimitación del problema**

#### **Delimitación espacial**

El proyecto propuesto se llevará a cabo en el municipio de Bucaramanga

#### **Delimitación cronológica**

Esta delimitación aportará el tema de investigación dando precisión e información en el estudio dentro del periodo 2018-2022.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

El cacao procede de la cultura azteca, su origen es de las selvas tropicales del Amazonas y la Orinoquia hace unos 4000 años. Los mayas empezaron a cultivarlo hace más de 2500 años. Este cacao lo catalogaron como la bebida de reyes y solo ellos podían consumirlo, tiempo después lo usaban como medicina siendo recetado por sus médicos como relajante, estimulante y como reconstituyente. En 1502 Cristóbal Colón envía el primer cargamento de cacao a España, donde comenzaron a agregarle azúcar, leche y la misma manteca que le sacaban y así lo fueron convirtiendo en chocolate de mesa. En Suiza se comenzó a fabricar chocolate a mediados del siglo XIX y fueron Daniel Peter con años de investigación y, Henry Nestlé quien ideó la mezcla de leche condensada azucarada con cacao, quienes dieron la fama al chocolate suizo (Directo al paladar , s.f.)

Según estadísticas de (Minagricultura, 2021) Santander sigue ocupando el primer lugar en producción nacional de cacao en el país con un total de 26.315 ton, seguido por Antioquia con 5.974 ton, Arauca 5.082 ton, Huila 4.312 ton y Tolima 4.192 ton, siendo a México el destino principal de exportación del grano.

El nuevo sistema colombiano hace que cada día las personas opten por el consumo de productos saludables y cambio en sus hábitos alimenticios, por esta razón se llevará a cabo el proceso de crear consciencia en las personas junto con la importancia de producir y transformar alimentos que brindan mayor seguridad al consumidor, para ello será posible que las personas sepan la importancia de incrementar el consumo interno de cacao a partir de promoción al consumo y desarrollo de nuevos productos, esto permite tener una mejor economía en el país y así, no consumir productos de importaciones con alzas mayores (OCHA, 2021).

Colombia siendo el dueño de toneladas de cacao, no cuenta con personal y equipos capacitados para la transformación de las materias primas, por lo que se deberá crear un plan de manejo con el fin de buscar nuevas alternativas para que las personas se capaciten y así se pueda transformar los productos en nuestro país, ayudar para que el consumo sea mayor y así obligue a los grandes entes educativos a poner sobre la mesa, ofertas educativas que brinde la capacitación de más personal para dichos procesos, también la creación de planes de viabilidad para que las personas que quieran montar empresa, sean participe del conocimiento investigado y generar un equilibrio en la economía lo que permitirá generar mayores empleos y lograr así un mejor desarrollo para la región.

En Colombia la chocolatería cada día va tomando gran importancia y el aumento en el consumo se ve reflejado en las grandes industrias que ya, (según estadísticas vistas en el evento de Shocoshow en Bogotá), va aumentando el consumo de chocolates finos y las grandes industrias colombianas como Nutresa con Jet, Mont Blanc, Ferrero y Kinder de la italiana Ferrero Group, ven la tendencia a mejorar las fórmulas a medida que la cultura colombiana va cambiando, esto permite tener aumento en el consumo de chocolates, ya que se opta por genera más opciones de consumo (Ialimentos , s.f.).

Teniendo en cuenta lo anterior, la calidad de la chocolatería en Colombia es muy alta, ya que la condición natural del país permite tener mayor producción, también se cuenta con muy buen material genético, lo que genera el aprovechamiento con el sector cacaotero y así poder brindar una transformación y elaboración de chocolates finos. Por lo tanto, el procesamiento de cacao en chocolatería fina seguirá aumentando cada día a lo que las grandes industrias le apuestan.

## **4. MARCO DE REFERENCIA**

### **Marco contextual**

La elaboración de chocolates en Colombia ha ido en aumento, gracias a la alta demanda de los mismos, como actualmente se ve en el mercado, las nuevas innovaciones están generando un gran impacto cada día y esto genera más confianza en la economía a la cual se enfrenta el país, actualmente contamos con una serie de productos y sub productos que van dando paso a las nuevas tendencias, como ya se ha visto, en el mercado actual se tienen las trufas, ganache, grageados, los cuales son lo último en innovación y que se están posicionando en el ranking mundial como productos de alta demanda, así mismo, como lo expresó Diana Acevedo en evento de chocolates del SENA, la tendencia mundial al consumo de chocolates va en aumento, incluyendo a Colombia en la que actualmente se producen las mejores variedades de cacao para los procesos de chocolatería, sumado a ello la industria del chocolate se basa en una tendencia que todos quieren probar en algún momento y de allí parte la gran importancia de ver como una oportunidad de crecer en el mercado.

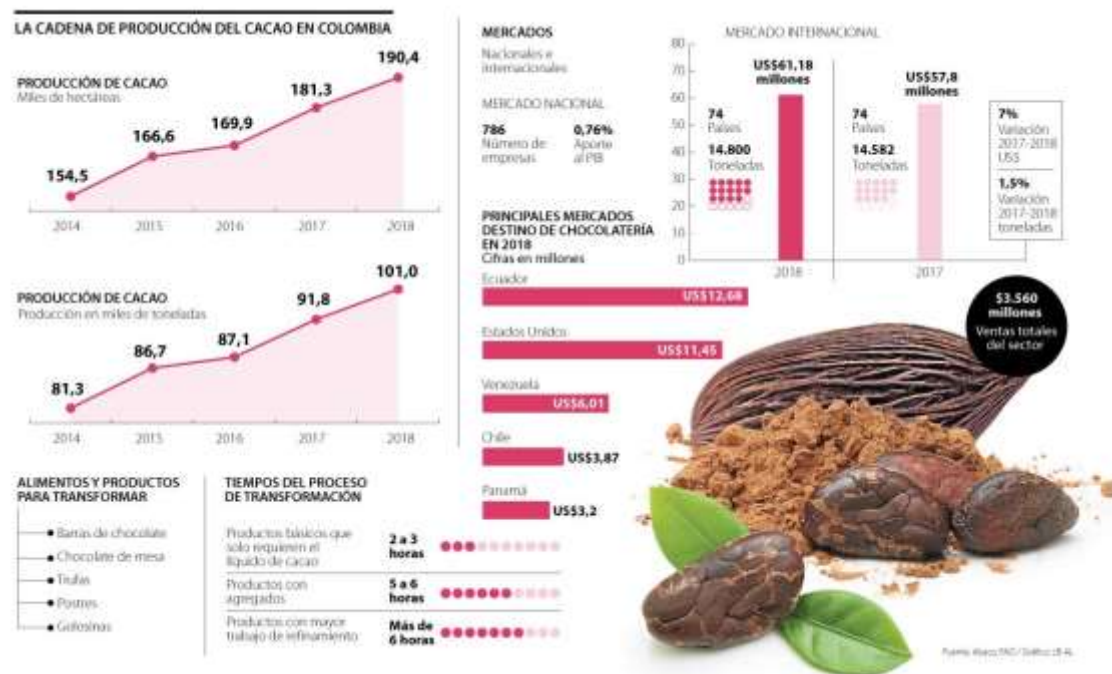
La tendencia mundial se está enfocando en buscar que los chocolates tengan las mejores materias primas de las cuales se van a procesar, brindando mayores beneficios a los consumidores y permitiendo así una alta confiabilidad, esto genera que cada vez en los laboratorios, se busquen nuevas alternativas que proporcionen la seguridad alimentaria. Según un estudio de mercado realizado por la Global Industry Analysts Inc. (En alimentos , 2022) se espera que para el 2026 el mercado mundial del chocolate alcance los 64,300 mdd, lo que permite tener una visión de lo que

los consumidores quieren para su consumo, el estudio arrojó que para ese año las personas optarán por un chocolate bajo en azúcares, que le aporte beneficios para la salud y contribuya con un consumo saludable. (Salazar Pérez & Sanchez Manrique, 2020)

En la producción de chocolates finos se debe contar con las condiciones idóneas para que los chocolates tengan las características deseadas para los consumidores, por tanto, se opta por tener el espacio adecuado con los elementos apropiados y las materias primas deseadas para la línea de chocolatería que se quiere implementar. Santander cuenta con las mejores variedades de cacao, lo que permite tener una visión más amplia de lo que se puede transformar y la calidad de chocolates que se pueden manejar, (Clúster santander , 2022). En Colombia se permite generar una amplia red de mercadeo en cuanto a la comercialización de chocolatería, ya que, con la mención anteriormente, el comportamiento del consumo de las personas se basa en un producto que cuente con las características esenciales y aportes nutricionales a la salud, para ello se deben tener en cuenta aspectos muy importantes como lo son el manejo de las temperaturas, el proceso establecido para cada uno de los productos que se van a sacar al mercado, permitiendo así, ofrecer una variedad de productos de buena calidad y aportes nutricionales al consumidor.

En Colombia actualmente la industria del chocolate ha tomado mucha importancia, ya que la producción cada día va en aumento y la calidad lo demuestran cada vez que se hacen muestras y se llevan al extranjero, por ende, el país ha tomado gran importancia frente a la producción que se maneja, actualmente Colombia hace parte de la Organización Internacional del Cacao, la organización más grande del mundo y de la cual será participe dando cabalidad a uno de los sectores más importantes del país, (Icco , 2021)

Table 1. Producción de cacao y mercados destinados de chocolatería



Fuente tomada de: (república, 2019). Ilustración de producción de cacao. [Figura]. Recuperado de <https://www.larepublica.co/especiales/especial-andi-octubre-2019/chocolateria-una-industria-que-crece-de-manera-sostenible-a-nivel-nacional-2922127>

## **4.2 MARCO DE ANTECEDENTES**

## **4.3 MARCO TEÓRICO**

### **Cacao y chocolatería en Colombia**

En la producción de chocolates finos se debe tener en cuenta todos y cada uno de los aspectos en el manejo de la empresa a constituir para que se mantengan la comercialización y la calidad del producto, seguido a ello es muy importante que los clientes queden satisfechos con cada uno de los productos que se les va a ofrecer, para ello es indispensable que el producto cumpla con las características máximas de comercialización y así poder llevar a los consumidores productos de excelente calidad.

Colombia siendo uno de los países productores de los mejores cacaos del mundo, no cuenta con los suficientes equipos y personal capacitado para poder transformar el grano que se saca, por tanto, se busca establecer un plan de negocio que permita tener la visión eficiente para poder transformar el grano y convertirlo en productos que ayuden con la economía del país y generar así mejores oportunidades de negocio.

### **Industria del chocolate**

Actualmente el chocolate en el mundo se caracteriza por tener un alto valor comercial respecto a las grandes industrias que lo manejan, en Colombia se caracterizan muchas empresas de las cuales son las que imponen en el ranking nacional, en la lista tenemos a la nacional de chocolates, quienes son los entes nacionales más grandes, llevando al mercado productos de buena calidad y excelentes servicios, también son los pioneros en las marcas de las cuales son dueños, un ejemplo de ello es la famosa Jet, que es la marca líder a nivel nacional y cuenta con un alto valor comercial. Sin embargo, también se ha notado un gran avance en las marcas como lo son casa luker, árbol de cacao y actualmente girones quienes son los líderes a nivel nacional de

chocolate de mesa. Para establecer el plan de negocio nos basamos en las teorías de dos grandes autores como Michael Porter, teoría de la competitividad y Robert Kiyosaki, la teoría de la gestión financiera, quienes son los máximos influyentes en el ámbito comercial y de los cuales parte la etapa de cómo llevar a la realidad el actual plan. (La nota , 2022)

### **Teoría de la competitividad Michael Porter**

la competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación, se establece la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. La competitividad de la empresa se basa en el reconocimiento de la calidad de los chocolates y la seguridad alimentaria que se le debe brindar a los consumidores para que así opten por consumir nuestros productos, basándose en la teoría de Michael Porter lo que se quiere lograr es tener el mercado potencial, llevando al mercado chocolates de diferentes tipos, que cuenten con texturas diferentes a las que siempre se ofrecen en el mercado, adicionalmente se plantea generar un producto que sea netamente competitivo al nivel de las grandes marcas, siendo uno de los pioneros en contribuir con la salud de las personas y el cuidado, actualmente se distribuyen chocolates finos que ayudan con la parte cardiovascular de las personas adultas, que establecen un criterio de confianza a la hora de consumirlos.

La gestión financiera según Kiyosaki es muy importante conocerla, ya que tiene los criterios necesarios para la inversión de un negocio y que este tenga la suficiente capacidad de afrontar los problemas económicos, en el plan de negocio se establecen los parámetros financieros que debe cumplir para que el mismo sea viable, por otra parte la gestión administrativa que realiza

Kiyosaki es considerada completa, ya que, la inteligencia financiera nos hará tener un enfoque más amplio de lo que realmente se va a establecer y como lo debemos establecer.

Kiyosaki tiene elementos fundamentales, los cuales van enfocados a aquellos emprendimientos que están en etapa de inicio. El actual proyecto consta de una serie de estrategias optadas bajo la teoría de kiyosaki, las cuales van desde el nicho de mercado al que hace referencia en la forma de cómo se quiere ingresar en el mercado de la chocolatería y llegar a lograr ser un mercado potencial, para tener la capacidad de generar la rentabilidad que el negocio requiere. Liderazgo en la competitividad respecto a la calidad de los chocolates y el precio que actualmente maneja la competencia.

#### **Comercio nacional de cacao y chocolatería. (2019)**

Colombia está catalogado por la ICCO como uno de los países con mejores cacaos especiales del mundo “Cacao colombiano, mejor sabor y aroma”, distinción que solo tiene el 5% del grano mundial, esto quiere decir que somos uno de los pioneros más importante para poder transformar toda esa materia prima que actualmente se produce; en el momento, la producción de cacaos especiales va directamente enfocados a una parte de la población, ya que, estos cacaos se usan en chocolatería final, la cual es una pequeña parte que se utiliza. Así mismo, Colombia no cuenta con una certificación específica para los cacaos especiales que actualmente se producen.

Table 2. Producción nacional de cacao en Colombia

Departamento	Área (Ha)						Producción (Ton.)						Rendimiento (Ton/ha)					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020*	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Santander	51.500	52.200	53.523	56.500	57.916	59.711	22.424	22.117	23.042	23.574	23.574	26.315	0,45	0,49	0,49	0,46	0,46	0,46
Antioquia	13.450	14.600	14.721	14.800	15.979	16.474	4.391	5.285	5.407	4.905	5.259	5.974	0,42	0,44	0,45	0,44	0,44	0,44
Arauca	11.200	13.000	13.126	14.000	14.367	14.812	5.629	6.398	5.037	4.478	4.546	5.082	0,55	0,64	0,68	0,66	0,66	0,66
Huila	13.100	13.300	13.553	13.593	11.930	12.300	3.787	4.159	4.822	4.466	4.051	4.197	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42
Tolima	10.700	11.100	11.139	11.300	11.740	12.114	3.547	3.527	4.590	4.108	3.928	4.312	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42
Nariño	14.400	14.900	14.918	14.100	14.694	15.149	2.876	2.059	2.871	3.376	3.285	2.980	0,19	0,13	0,19	0,23	0,23	0,23
Cesar	4.500	4.700	4.859	4.850	5.911	6.094	1.046	1.169	1.734	1.902	1.531	1.543	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42	0,42
Meta	6.100	6.400	6.562	6.700	6.812	7.023	1.592	1.843	2.071	1.610	2.134	1.949	0,37	0,32	0,32	0,3	0,3	0,3
Otros	40.056	42.316	41.738	39.359	44.148	45.506	9.506	10.241	10.961	8.448	9.848	11.064	0,37	0,39	0,38	0,38	0,38	0,38
<b>Total</b>	<b>165.006</b>	<b>173.016</b>	<b>175.000</b>	<b>176.050</b>	<b>183.409</b>	<b>189.185</b>	<b>54.798</b>	<b>56.798</b>	<b>60.535</b>	<b>56.867</b>	<b>59.740</b>	<b>63.048</b>	<b>0,43</b>	<b>0,45</b>	<b>0,45</b>	<b>0,43</b>	<b>0,45</b>	<b>0,45</b>

Fuente tomada de: (Forestales, 2021). Ilustración de la producción de cacao en Colombia

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

## **Evolución, tendencias e identificación de oportunidades en el sector chocolate en el país**

La evolución del chocolate en Colombia tiene una tendencia alta a futuro, debido a la gran cantidad de variedades de cacao de buenas características que se pueden transformar y obtener nuevos productos donde el consumidor tenga la sensación de nuevas tendencias y lo que realmente importa en el consumo, a partir de allí se visualiza las características específicas que el consumidor tiende a probar y a consumir.

El chocolate ha tenido un alto impacto en la sociedad actualmente, debido a su calidad de sabores y características específicas que se tienen, esto permite ver que el consumo va en aumento y que el consumidor tiende a nuevas variedades en cuanto a diferentes productos para su consumo, el chocolate tradicional como énfasis en el consumo diario de las personas tiene un enfoque menos, ya que, la cultura actual está sometida a que el consumo solo debe ser de una manera tradicional y no enfocarse a un nuevo mundo del chocolate con mejores beneficios para la salud.

Colombia es un país donde se produce cacao de buena calidad, todo esto se evidencia con la exposición que se hizo en París, donde Colombia tuvo cuatro clones ganadores que se destacaron por su aroma y sabor, cabe resaltar que en el país el procesamiento del chocolate no es tan grande, si existe la posibilidad de que el país cuente con la mejor transformación del mismo, pero actualmente el crecimiento del chocolate es muy poco, ya que, el consumidor tiene una o dos preferencias de consumo y no se permite una variedad en cuanto a diferentes gustos y opciones.

La calidad del cacao se analiza dependiendo de sus cualidades físicas, químicas y organolépticas, esta combinación hace que el cacao colombiano transmita sensaciones únicas a los sentidos y permita tener una mejor perspectiva para la transformación a chocolates finos.

Adicionalmente, el cacao colombiano recibió el premio en la segunda edición de los premios internacionales del cacao en el *salón du chocolat* de París, por su distinción de cacao dulce.

El cocoa market review 2012 habla sobre el déficit global de 100.000 toneladas, lo cual permite tener una amplia visión de cómo se puede almacenar el cacao y procesarlo en chocolatería fina y así obtener mejores rendimientos mundiales. (Colombia + Competitiva, 2019)

### **Amenazas del sector chocolatero en Colombia**

En Colombia, el sector del chocolate no tiene tanto valor a nivel comercial por el alto índice de exportaciones de cacao que se están llevando a cabo en el país, seguido a ello, el chocolate tiene un contaminante que adquiere desde que el cacao está en formación hasta el producto final, este afecta la inocuidad y salud de los consumidores; el cadmio, metal pesado que se encuentra en diferentes tipos de suelos y que su concentración varía dependiendo la zona donde se siembra el cacao, este metal está alrededor del mundo, pero en Colombia especialmente, se encuentra con

mayor concentración a diferencia de los demás países, lo que permite evidenciar que es un componente que se deriva del suelo e inicia un proceso dentro de las plantas de cacao y estas van directo al grano; este metal pesado que se encuentra en la chocolatería y al ser suministrado por los consumidores puede tener afectaciones en la salud. (Agrosavia, 2019)

(Agrosavia , 2021) A lo largo de la historia se van llevando a cabo más investigaciones de como este componente se va comportando en diferentes ámbitos de procesos, también, se hacen investigaciones para saber en qué zonas del país el componente tiene menos índices y en qué zonas el comportamiento del cadmio es de menor porcentaje, así mismo, en el 2021 se hizo una investigación de como los campesinos pueden llevar a cabo recomendaciones por parte de agrosavia quienes son los entes encargados de las investigaciones a nivel país, lo cual permite ver el avance que se tiene para que los niveles de cadmio sean más bajos al pasar lo años, y así, poder transformar este grano y convertirlo en un buen chocolate para la comercialización, no solo nacional sino que también poder exportarlo.

## **5.0 MARCO LEGAL**

### **Creación de la empresa**

(Scotiabank, 2022) Lo primero que se debe tener en cuenta a la hora de tener un emprendimiento es la conformación de la empresa a la cual se va a dedicar, porque de allí parte la importancia de querer sacar los productos a nivel internacional, también es importante para poder obtener todos y cada uno de los registros requeridos para su comercialización. Existen diferentes tipos de consolidación de una empresa:

- **Sociedad limitada:** En las compañías de responsabilidad limitada los socios responderán hasta el monto del capital aportado. En los estatutos podrá estipularse

para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad, prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresándose su naturaleza, cuantía, duración y modalidades.

- **Sociedad anónima:** Esta sociedad se forma por la reunión de un fondo social suministrado por accionistas responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Esta será administrada por gestores temporales y revocables y tiene una denominación seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de las letras "S.A."
- **Empresa unipersonal:** En este caso, el empresario o propietario, tiene la capacidad legal para ejercer el comercio, respondiendo de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.
- **Sociedad colectiva:** Todos los socios de la sociedad en nombre colectivo responderán solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales.
- **Empresa asociativa de trabajo:** Tienen como objetivo la producción, comercialización y distribución de bienes básicos de consumo familiar, o la prestación de servicios individuales o conjuntos de sus miembros. Sus asociados aportan su capacidad laboral por tiempo indefinido y algunos, además, aportan alguna destreza tecnológica o el conocimiento necesario para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- **Sociedad por acciones simplificada:** Fue creada en la legislación colombiana por la Ley 1258 de 2008. Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas. La podrá constituir una o varias personas naturales o jurídicas, quienes serán responsables únicamente hasta por el monto de sus respectivos aportes.

## Requisitos de comercialización en Colombia

Para comercializar un producto en Colombia se debe tener en cuenta una serie de medidas regulatorias las cuales son:

**Matricula mercantil:** Su establecimiento deberá matricularse a más tardar dentro del mes siguiente de comenzar operación. Deberá diligenciar el Registro Único Empresarial (RUE) que se puede conseguir en un Supercade o en las sedes de la Cámara de Comercio.

✓ **Uso de suelos para negocios:** Con este requisito se verifica que la ubicación de su negocio esté acorde al Plan de Ordenamiento Territorial.

✓ **Registro de publicidad exterior visual:** Para el desarrollo de este trámite, primero es necesario ver las características del lugar, ya que cada elemento publicitario de su negocio requiere una evaluación específica. Básicamente se trata de listar los diferentes medios de publicidad exterior de un establecimiento como vallas, murales, avisos en fachadas, vehículos de transporte público y globos, entre otros.

✓ **Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios:** Será notificado por el Cuerpo Oficial de Bomberos y vela temas de seguridad humana, donde se revisan las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios que puedan presentar en su establecimiento; también se realizan las pruebas de presión a las redes hidráulicas de su establecimiento. Este aspecto es fundamental para su negocio de alimentos, por la naturaleza de este.

✓ **Lista de precios:** Es necesario hacerla pública.

✓ **Inscripción en el RUT:** Como dueño de negocio debe estar inscrito en el RUT (Registro Único Tributario). Este documento valida su relación comercial,

laboral o económica y le permite tener relaciones de tipo comercial. El RUT es el documento que informa la clasificación comercial y de tipo de contribuyente, así como las diferentes obligaciones tributarias de una persona o comercio.

✓ **Inscripción en el RIT:** Registro de Información Tributaria. Este paso consiste en la vinculación al mecanismo de identificación, ubicación y clasificación de su negocio dentro de la industria y comercio. Es el equivalente del RUT, pero distrital para quienes tienen su negocio.

✓ **Certificado de manipulación de alimentos:** Obligatorio a través de varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos. (Levapan, 2022)

En Colombia se debe tener en cuenta que la creación de una empresa requiere de una cierta cantidad de requisitos legales y que se deben tener en cuenta a la hora de su establecimiento, para empezar, se hace un análisis de lo que se quiere llevar a cabo para su creación, el tipo de empresa a constituir, es decir, se debe establecer si su empresa va a ser con socios o simplemente la quiere crear una sola persona. Es primordial conocer todos los requisitos legales de una empresa para que así no se tengan problemas y así se evite que la empresa fracase por la cantidad de cosas legales que se deben pagar y se omiten por no conocerlas.

Lo primero que se debe hacer a la hora de establecer una empresa es registrarla ante la cámara de comercio de la ciudad donde se quiere llevar a cabo el negocio, el registro mercantil es el documento por el cual establece que la empresa está registrada legalmente, este registro es muy importante, ya que sin él no se podrán llevar a cabo ninguna actividad comercial.

El siguiente paso es seleccionar la forma jurídica que tendrá la empresa, en Colombia existen varias formas de establecer una empresa, ya sea de forma jurídica, como sociedad limitada, la sociedad anónima o la empresa unipersonal.

### **Empresa S.A.S**

Este plan de negocio será una S.A.S, sociedad por acciones simplificada, ya que esta permite que una sola persona pueda crear la empresa sin ningún límite para el número de accionistas, los documentos de constitución son privados y todo el proceso, el registro ante las autoridades correspondientes y la apertura de la cuenta bancaria. Todos estos trámites se pueden llevar a cabo en tan solo una semana si se tiene todo listo para su creación.

Los siguientes son los pasos que se deben tener en cuenta para constituir una SAS en Colombia:

- ✓ Preparar y registrar los artículos de incorporación ante la cámara de comercio
- ✓ Inscripción del representante legal ante la DIAN
- ✓ Apertura de la cuenta bancaria

Uno de los beneficios de constituir una SAS es que no existe responsabilidad personal, es decir, los accionistas solo responden personalmente por el dinero que invirtieron si se comprueba que hubo fraude, otro de los beneficios es que los inversionistas pueden solicitar una visa tipo Migrante cumpliendo con los requisitos de capital establecidos por la ley.

La obtención del NIT que es el número de identificación tributaria de la empresa se hace después del registro en la cámara de comercio, este requisito es el que permite llevar a cabo cualquier tipo de actividad en la comercialización de la empresa y para pagar los impuestos asignados.

El registro único tributario (RUT) es un registro que deben hacer todas las empresas que realizan actividades comerciales en Colombia, este registro es obligatorio y se debe realizar ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), el Rut es un número de identificación tributaria para la realización de transacciones comerciales, cabe resaltar que el Rut no es obligatorio para las pequeñas empresas que no cuenten con facturación electrónica.

Obtención de la licencia de funcionamiento, es un documento que acredita que la empresa cumple con los requisitos para operar en Colombia, esta licencia se obtiene en el municipio donde se va a establecer la empresa.

Inscripción en la seguridad social, en Colombia todas las empresas deben inscribirse en el sistema de seguridad social, lo que incluye el sistema de salud, pensión y riesgos laborales; es importante tener en cuenta que si no se cumple con dicha inscripción se pueden llevar a cabo sanciones a la empresa y multas por parte de las autoridades.

Obtención de permisos y licencias especiales: Dependiendo el tipo de actividad que realice la empresa, es posible que se requieran permisos especiales o licencias, un ejemplo es en las empresas de alimentos que se deben tener en cuenta los permisos sanitarios para poder operar.

Es muy importante tener en cuenta que en Colombia la regulación a la hora de establecer una empresa es de suma responsabilidad, asegurarse de cumplir con todos y cada uno de los requisitos que establecen las entidades encargadas de las obligaciones que tienen los empresarios, esto permite evitar sanciones y multas por parte de las autoridades. (Servicio Legal , 2023)

A continuación, se establece el reglamento que se debe tener en cuenta para el establecimiento de la empresa comercializadora de chocolatería fina en Colombia.

**Resolución 2674 de 2013.** Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan. Establece que los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional, requerirán de notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de estos productos en salud pública, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección Social. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013)

**Norma técnica colombiana 1252 de 2021.** Por la cual establece los requisitos que debe cumplir el cacao en grano, (*Theobroma Cacao L*), beneficiado, destinado al procesamiento o comercialización y los criterios que deben aplicarse para su clasificación. (Nacional de chocolates , 2020)

**Resolución 5109 de 2015 Rotulado y etiquetado.** Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. (Minsalud, 2020)

**Resolución 333 de 2011 Rotulado de la tabla nutricional.** Por la cual establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano. (Red jurista , 2011)

**Resolución 2674 de 20013.** Por la cual establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas. (Ministerio de salud y protección social , 2013)

**Resolución 1511 de 2011.** Por la cual establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que debe cumplir el chocolate y los productos de chocolate para el consumo humano, que se procese, envase, almacene, transporte, comercialice, expendan, importe o exporte en el territorio nacional (Minsalud , 2011). En la norma se establecen los requisitos fisicoquímicos y microbiológicos, los aditivos alimentarios y algunas prohibiciones en la elaboración del chocolate y sus productos para consumo humano. Así como también se establece la aplicación de disposiciones específicas en cuanto al envase de los productos. (Vargas Arguello, 2020)

**Norma ISO 22000.** “La norma ISO 22000 es la norma internacional de sistemas de gestión de seguridad alimentaria que especifica los requisitos que se deben cumplir en la totalidad de la cadena de suministros de alimentos, para asegurar que lleguen en perfecto estado al consumidor. La ISO 22000 se crea con el objetivo básico de garantizar la seguridad alimentaria. De forma paralela, se mejora la protección del consumidor y se fortalece su confianza. Así mismo, se establecen requisitos y parámetros de gestión eficaces y se mejora el rendimiento de los costos a largo plazo de la cadena alimentaria”. (Isotools excellence, s.f.)

**Norma Para El Chocolate Y Los Productos Del Chocolate CODEX STAN 87-1981.** La Norma se aplicará al chocolate y los productos del chocolate destinados al consumo humano y descritos en la sección 2. El chocolate y los productos de chocolate deben ser preparados a partir de cacao o derivados del cacao con azúcares y podrán contener edulcorantes, productos lácteos, sustancias aromatizantes y otros ingredientes alimentarios. (Codex Alimentarius , 2016)

**Registro Nacional de Turismo:** Este registro es obligatorio para los restaurantes, y negocios de alimentos nuevos y se debe renovar anualmente, dentro de los 3 primeros meses de cada año.

## **6.0 METODOLOGIA**

### **Análisis del mercado**

#### **Primer objetivo: Análisis del mercado**

En este punto se trata de concretar el conjunto de productos de chocolatería que se van a ofrecer al público en la ciudad de Bucaramanga, actualmente, la ciudad cuenta con varias empresas en el sector que ofrecen chocolates de buena calidad y que se debe tener en cuenta a la hora de ofrecer un nuevo producto en el mercado.

Primero que todo se definirá los dos tipos de cacao que existen actualmente en el mercado, estos son:

Chocolatería tradicional: Se basa en los chocolates que se encuentran en el mercado, cuyo propósito es llegar a un consumidor que no tenga suficientes recursos y que este quiera acceder a un producto convencional, económico y de fácil acceso, la diferencia del tradicional y el fino, es que, los chocolates tradicionales tienen una cantidad de azúcares y contaminantes que pueden repercutir en la salud de los consumidores, por esta razón, este tipo de chocolate es más económico que el fino y su consumo es más alto, por esta razón se debe ayudar al consumidor a concientizar que el consumo de estos chocolates pueden tener un impacto negativo a su salud.

Chocolatería fina: Chocolate que se caracteriza de los tradicionales por su alto contenido de cacao y sus componentes ayudan a que los consumidores cuiden de la salud sin tener mayor afectación en el mismo, para la elaboración de estos chocolates se trabaja con materias primas de cacao de alta calidad y usos especiales, este se diferencia porque es un chocolate rico en cafeína, el cual es un estimulante del sistema nervioso central, teobromina, un dulce estimulante con efectos reconfortantes, triptófano, un aminoácido que ayuda al cerebro a producir serotonina y favorece el

sentimiento de bienestar, estimulantes que ayudan e influyen en nuestros estados de ánimo de manera muy positiva. (Gestión , 2019)

Por el anterior estudio, se basó para elegir por la chocolatería fina, la cual le aporta beneficios a la salud y un muy buen rendimiento.

Basados en los estudios realizados al pasar los años, se optó por iniciar con la elaboración de chocolates finos al 70% de cacao, rellenos de diferentes tipos de sabores, este producto le permite tener grandes beneficios a la salud y contar con una gama de sabores diferentes a los tradicionales o los que normalmente se encuentran en el mercado, los chocolates se pueden elaborar de tres tipos, uno es la chocolatina que todos conocen y que se ofrece como un producto solo, recubierto de frutos secos o sabores como la vainilla, café o caramelo; se ofrece los bombones que son los chocolates que llevan dentro un relleno diferente a los tradicionales, por ejemplo un chocolate relleno de baileys, pueden ser frutas que el consumidor consume normalmente, hasta productos exóticos que impacten el gusto de los consumidores y al final se tienen las trufas que, igualmente a los bombones son una mezcla de sabores que se tienen en la gama que el consumidor dese obtener.

*Figure 1. Chocolatina de frutos secos*



Fuente: Elaboración propia

Elaboración de tabletas de chocolate al 70% de cacao, con una serie de sabores como lo son los frutos secos, dichos chocolates ayudarán al consumidor con una serie de componentes beneficiosos para su cuerpo y mente, son chocolates que no le afectarán en la salud.

*Figure 2. Trufas*



Fuente: Elaboración propia

Las trufas son un tipo de chocolate que su relleno va dentro, cada uno de los rellenos es dependiendo el gusto del consumidor, actualmente se manejan sabores como: licores, frutos secos, frutas y sabores frutales.

*Figure 3. Bombones*



Fuente: Elaboración propia

## **Estudio de mercado**

Actualmente en la ciudad de Bucaramanga el consumo de chocolates ha tomado gran importancia, lo que permite identificar el tipo de mercado al que se van a llevar los chocolates, también es importante tener en cuenta que la producción nacional de cacao, va en aumento y la transformación de este grano cada día aumento; Santander siendo uno de los pioneros mundiales de cacaos especiales, tiene la ventaja frente a los demás países para procesar los granos y que estos chocolates tengan características específicas.

(Infobae, 2023) Colombia cuenta con alrededor de 800 empresas de chocolatería en el país, cabe resaltar que de las 800 el 99,06% son micro y pequeñas empresas, de las cuales en Bogotá, Santander y Antioquia es donde se encuentra la mayor parte de ellas; en Colombia, durante el 2022 se crearon 200 nuevas compañías productoras de diferentes derivados del cacao, como lo son la chocolatería y la confitería.

La industria del chocolate en el 2022 representó el 2,95% del Producto Interno Bruto de la industria de alimentos colombiana, la estructura en el ámbito del chocolate torna a nuevas innovaciones para la entrega de nuevas propuestas, presentaciones y nuevos sabores que se están ofreciendo en el mercado, esto permite una visión más amplia de lo que sería la nueva era de la chocolatería. (Infobae, 2023)

Basados en fuentes de información, DANE, Cámara de Comercio, Secretarías de Desarrollo Rural, Secretarías de desarrollo Social, fundamento tamaño de población y a su vez apoyados en el link de la universidad de Navarra, calcula tamaño de la muestra. (Feedbacknetworks, 2003)

El tamaño de la muestra se realiza para hacer estudios de mercado e investigaciones comerciales con el fin de mostrar un análisis lógico del proceso, esto se realiza dependiendo el tamaño de la población deseada y al tipo de mercado que se quiere llevar para hacer el análisis del nivel de confianza al cual se quiere llegar. (Economía simple, 2020)

Según (Vanguardia , 2019). En la actualidad, Colombia es uno de los pioneros mundiales de cacao, en especial, el departamento de Santander, quien cuenta con el 40% de la producción actual y quien también cuenta con las mejores variedades de cacao a nivel mundial, esto permite tener una visión más amplia de lo que representa este sector en cuanto a calidad y producción.

Para iniciar con el estudio de mercado se determinó el tamaño de la muestra, la cual se tomó como la metodología de la investigación del proyecto, para llevar a cabo esta investigación, se tomó como referencia la ciudad de Bucaramanga, ya que es na ciudad con un muy buen comercio y los índices de consumo son altos (Infobae, 2023), Para empezar se buscó la fórmula con la cual se debe realizar el estudio de mercado, se basó en los datos suministrados por la alcaldía municipal, para obtener el nivel de confianza que se utilizó nos guiamos por la información suministrada por (Questionpro, 2023)

90%- Puntuación  $Z= 1,645$

95%- Puntuación  $Z= 1,96$

99%- Puntuación  $Z= 2,576$

Datos de la cual se sacó y de los cuales se trabajó con un nivel de confianza del 95% con un 1,96 en su puntuación, seguido a ello se analizó la probabilidad del éxito en el margen incluyendo el fracaso donde se utilizó un 0,5% para cada uno, seguido a ello se realizó el limite aceptable de error muestra con un 5% y arrojó que el total de encuestados eran 383.

### Determinación de población y tamaño de la muestra

$$N = \frac{K^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

Donde las variables se definen de la siguiente manera:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población (528.855)

K = Valor obtenido mediante límites de confianza en tabla de distribución normal. (1,96)  
95%

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

e = Limite aceptable de error muestra (5%)

N= Número de encuestas 383

Basados en fuentes de información, DANE, Cámara de Comercio, Secretarías de Desarrollo Rural, Secretarías de desarrollo Social, fundamento tamaño de población y a su vez apoyados en el link de la universidad de Navarra, calcula tamaño de la muestra. (Feedbacknetworks, 2003)

El tamaño de la muestra se realiza para hacer estudios de mercado e investigaciones comerciales con el fin de mostrar un análisis lógico del proceso, esto se realiza dependiendo el tamaño de la población deseada y al tipo de mercado que se quiere llegar. (Economía simple, 2020)

A continuación, se mostrarán los resultados de la encuesta realizada en la ciudad de Bucaramanga para ver a qué sectores del mercado se van a distribuir los chocolates.

### **Análisis de Resultados**

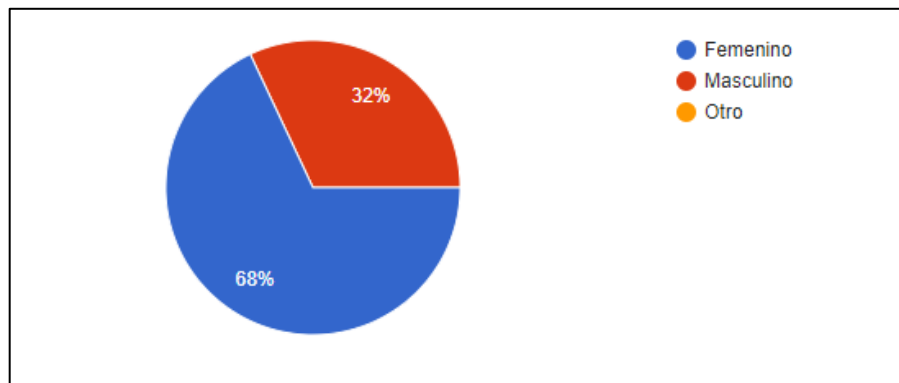
La encuesta que se realizó fue de forma asertiva teniendo en cuenta la información suministrada logró los estándares planteados, así mismo se identificó que el 90% de los encuestados están dispuestos a consumir o a comprar productos de nuestra marca.

A continuación, se realizó una encuesta para analizar como es el comportamiento de los consumidores, analizar cual el sector al cual se quiere llegar con la chocolatería fina, también se hace un análisis del mercado que se debe tener en cuenta para la comercialización de los chocolates finos en la ciudad de Bucaramanga.

Inicialmente se hizo un sondeo de cuantas personas habitan la ciudad y de allí en ad

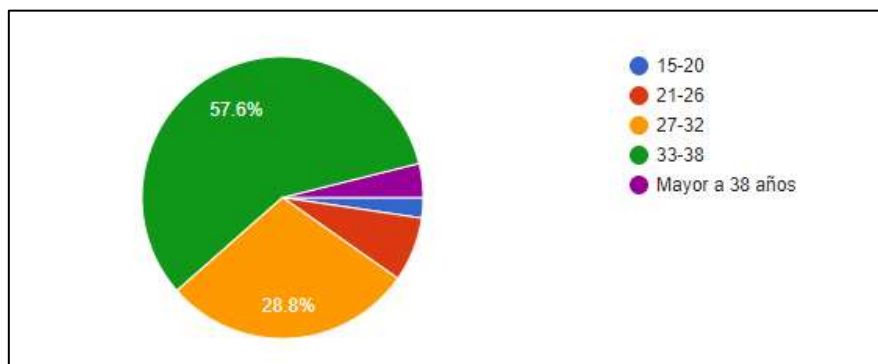
### **Género**

Al observar la figura, el 68% de los encuestados son de género femenino y el 32% corresponde al género masculino, con esto se determina las preferencias de consumo y el público objetivo al cual se va a comercializar.

*Ilustración 1. Género*

### **Rango de edad**

Viendo la figura, haciendo un análisis al resultado de la encuesta se evidenció que las personas que más consumen chocolates finos son las que se encuentran en un rango de edad que va desde los 33 años hasta los 38 con 57,6% respecto a las demás edades, resultado que genera un mercado para personas adultas con el criterio de edad basado en el consumo saludable y razonable respecto a las condiciones que se les planteó.

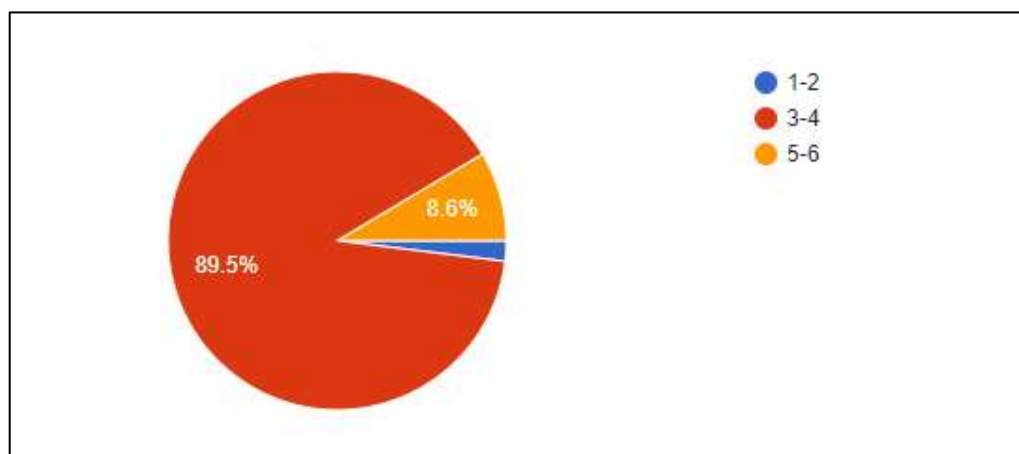
*Ilustración 2. Rango de edad*

### **Estrato socioeconómico**

Analizando la figura, teniendo en cuenta el resultado de la encuesta realizada, se observa que el 89,5% de los encuestados son personas que viven en estrato 3 y 4 de la ciudad de Bucaramanga y con un 8,6% pertenecen a los estratos 5 y 6 respectivamente, así

mismo, se puede evidenciar cual ha sido el mayor rango en los estratos interesados en el consumo de chocolates finos, con este resultado se realiza el enfoque del mercado objetivo que se debe tener en cuenta para la venta y comercialización del producto.

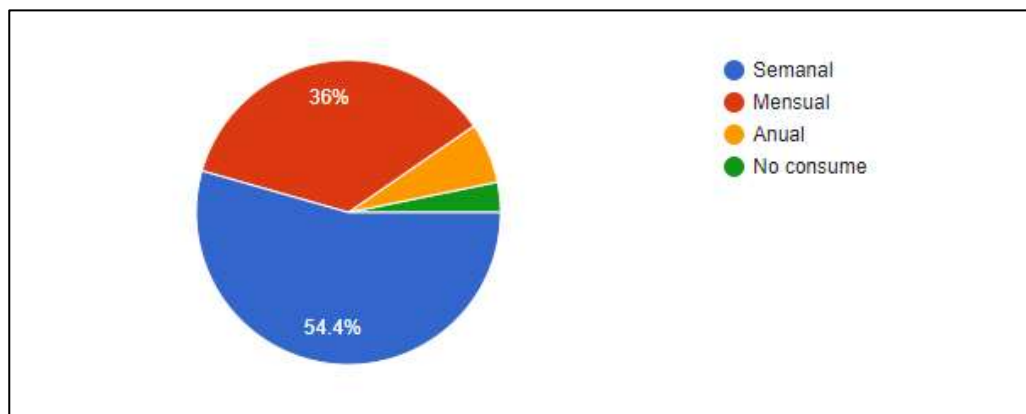
*Ilustración 3. Estrato socioeconómico*



### **Frecuencia de consumo de chocolates**

Al observar la figura 3, teniendo en cuenta el porcentaje final del estudio, se analiza que la frecuencia de consumo semanal es el mayor rango de consumo, esto indica que el consumo semanal es de un 54,4% y le sigue el consumo mensual con un 36%. Con este análisis se hace un mejor sondeo de lo que realmente quieren los consumidores de Bucaramanga en su frecuencia de consumo y así poder ofrecerles el producto en el momento que lo deseen.

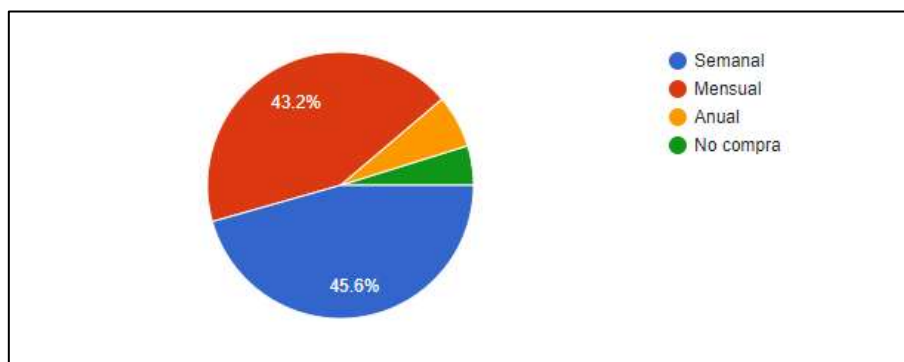
*Ilustración 4. Frecuencia de consumo*



### Frecuencia con que realiza compra de chocolates

Analizando la figura 5, Se observa que las personas prefieren comprar chocolates cada semana, esto permite tener una mejor visión del gusto de los consumidores y su frecuencia de compra, teniendo en cuenta esta frecuencia, podemos decir que el 45,6% de la compra de chocolates es semanal, seguido del consumo mensual que es de un 43,2%; haciendo énfasis en la compra se permite conocer la capacidad de producción para satisfacer la población objetivo.

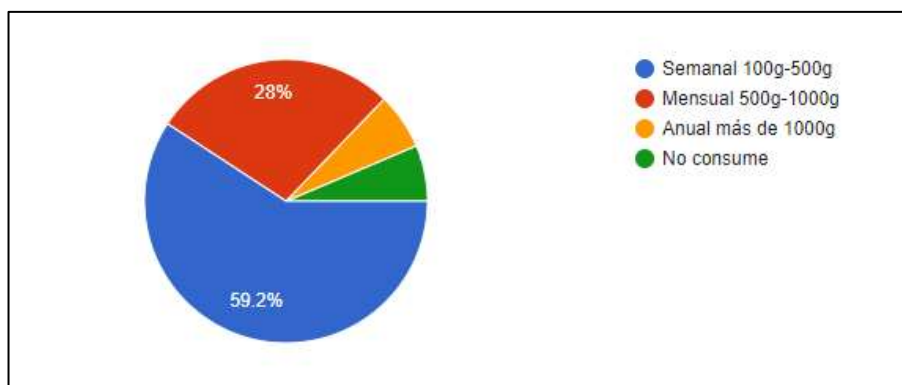
*Ilustración 5. Frecuencia con que realiza compra de chocolates*



### **Cantidad de consumo**

En la figura 6, observamos que la cantidad de consumo semanal entre 100g-500g es de un 59,2% y el consumo mensual entre 500g-1000g es del 28%, con este análisis se tendrá en cuenta la cantidad de producción de chocolates que se pueden ofrecer al público y el consumo que se puede dar en la ciudad respecto a la oferta que se estableció para poder cubrir la cantidad que los clientes requieren.

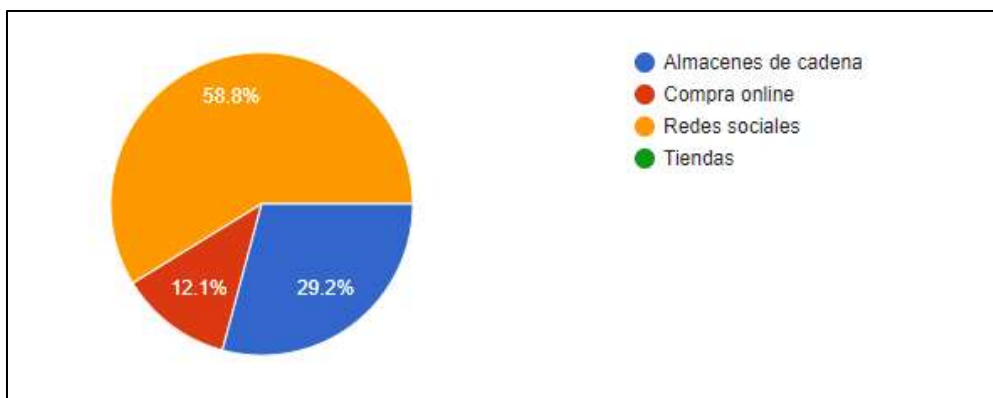
*Ilustración 6. Cantidad de consumo*



### **Lugar de adquisición del producto**

Al realizar un análisis en la figura 7, se evidenció que el 58,8% de las personas encuestadas prefieren adquirir el producto por medio de las redes sociales y el 29,2% prefieren que los productos se obtengan de almacenes de cadena, lo que conlleva a crear una red de mercado nueva para el alcance de todos los consumidores, esto permite tener un enfoque virtual y una baja participación de manera presencial, lo que nos lleva a dimensionar la capacidad de la era virtual para los negocios y el enfoque al cual se debe adaptar el negocio, así mismo, se cubre con la necesidad de los clientes y se inicia un plan para crear diferentes plataformas digitales que proporcionen la información deseada y el catálogo de productos que se ofrecen a nuestros clientes.

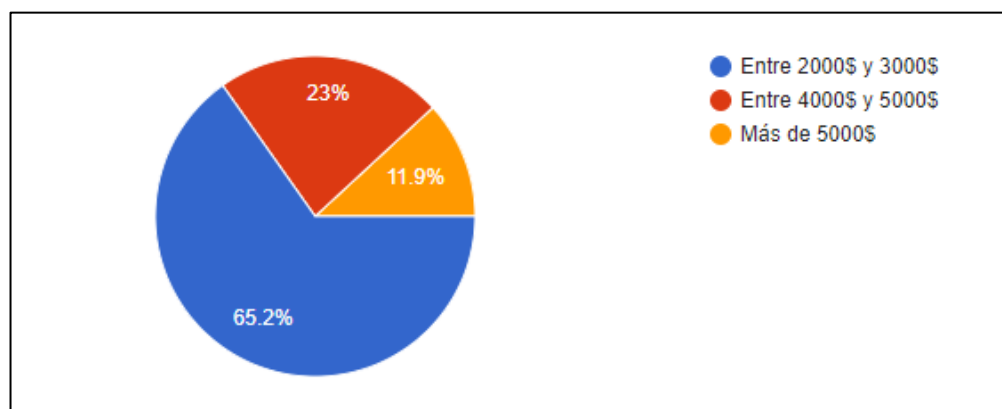
*Ilustración 7. Lugar de adquisición del producto*



### **Precio de adquisición actual de un chocolate**

Al observar la figura, el precio que los consumidores pagan por un chocolate en la actualidad está entre 2.000\$ y 3.000\$ con un 65,2% y entre 4.000\$ y 5.000\$ con un 23%, lo que permite tener mejores estrategias en cuanto a la calidad que la competencia distribuye y así, lograr ofrecer productos de buena calidad a excelentes precios.

*Figure 4. Precio de adquisición de un chocolate*

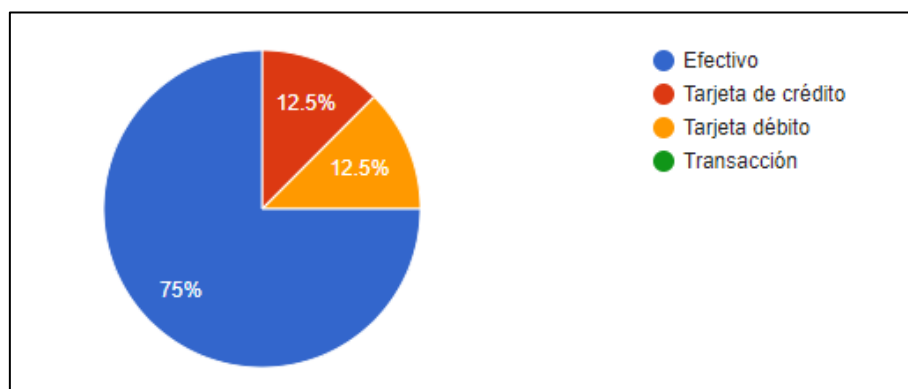


### **Forma de pago**

Al analizar la figura, se observa que el mayor rango de formas de pago es en efectivo con un 75% respecto a las demás formas de pago, seguido a este se encuentra dividido entre el pago

con tarjeta de crédito y tarjeta débito con un porcentaje de 12.5% para cada uno. El consumidor al cual se plantea es un consumidor que prefiere pagar en efectivo y es su manera más fácil de obtener los productos.

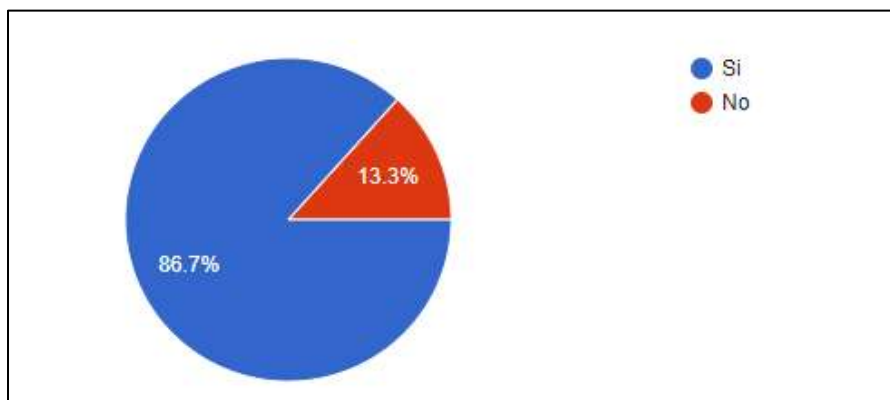
*Figure 5. Formas de pago*



### **Estrategias de mercado**

Actualmente el mercado se enfoca en un comercio virtual, lo que genera un mayor proceso de distribución, manteniendo así, la mayor cantidad de clientes y generando un mayor de sistema de comercialización todo esto para mejorar la distribución que tiene la competencia respecto a la nueva tendencia de comercio.

*Figure 6. Comprarás productos de nuestra marca*



Para obtener un mercado estable y un crecimiento promedio se debe tener en cuenta como se llevará a cabo el negocio, para esto se involucran las estrategias de marketing adecuadas y así mantener los clientes.

Para mantener los clientes se va a trabajar con las siguientes estrategias:

- ✓ Ofrecer el producto en las condiciones que se establecen
- ✓ Establecer promociones a los clientes
- ✓ Mantener la empresa y fortalecer el crecimiento
- ✓ Innovar con nuevos sabores de chocolates
- ✓ Construir la marca en la mente de los consumidores
- ✓ Destacar frente a la competencia con la buena atención y calidad

### **Estrategias de marketing**

#### **Segmento de mercado**

En la segmentación del mercado se asimila que se debe competir en cuanto a la calidad de los productos con grandes empresas, estas empresas permiten tener un enfoque más estructurado respecto a lo que ellos ofrecen, con técnicas más impactantes en el mercado, para asegurarse en el mercado se evidenció que por el medio digital, las empresas pequeñas pueden alcanzar sus máximos competidores, ya que, el mundo digital está cada vez más avanzado y la tecnología es la que permite al consumidor conocer del producto que se le va a ofrecer y conocer nuevas técnicas de adquisición de variedades de productos.

La estrategia de marketing es una herramienta diseñada para planificar y desarrollar métodos que pueda lograr promocionar una marca y que así, se aumenten las ventas en

determinado tiempo; este método logra que las marcas obtengan grandes compradores y convirtiéndolos en grandes clientes.

Es muy importante tener en cuenta que una empresa requiere del marketing para que así, su aumento se refleje cada día, para ello se brinda desarrollo de nuevas estrategias de comercio, se fijan precios para dicha publicidad, se crean organizaciones donde coordinan el plan que se establece.

### **Estrategias de marketing funcional**

Es una estrategia que se basa en una organización de marketing, finanzas, para alcanzar los objetivos propuestos, al implementar esta estrategia se debe tener en cuenta muchas variables, producto, precio, punto de venta y promoción. (Administración y Ciencias Sociales , s.f.)

Una de las estrategias que se van a manejar es de dar promociones al cliente, facilitar que el cliente pueda tener a un buen precio el producto y adicionalmente se le obsequie de más.

### **Ilustración 8. Promociones**



### **Estrategias de branding**

Estas estrategias tienen como objetivo lograr posicionar la marca e impactar al público objetivo brindando productos de excelente calidad, que logren cautivar al consumidor de forma que perciba características que se hayan definido. Una estrategia logra que los consumidores perciban un sentimiento sobre dicha marca, por ejemplo, esto se utiliza para percibir la calidad

frente a la competencia y que se logró así, el valor del producto. (Administración y Ciencias Sociales , s.f.)

Teniendo en cuenta estas estrategias, se determinará la calidad frente a la competencia, permitiendo a los consumidores elegir un producto que satisfaga las necesidades del consumidor y así le permita obtenerlo de forma personalizada, también una forma de llevar a cabo más ventajas es, tener el catálogo de la variedad de chocolates que sean más acorde al gusto del cliente.

### **Ilustración 9. Catálogo de productos**



### **Estrategias de marketing comprometido**

Esta estrategia implica la colaboración entre empresas y organizaciones, logrando un amplio mercado y motivando a los consumidores a obtener un mercado de estrategias mayores de lo que están acostumbrados a observar; el consumidor actual es exigente y esperan que las marcas ayuden con sus hábitos saludables y que también socialmente sean responsables. (Administración y Ciencias Sociales , s.f.)

## Manejo de redes sociales



👤	Du Kant	✎	
🏪	Tienda de comestibles	✎	
📄	Descripción	✎	
📍	Dirección de empresa	✎	
🕒	Domingo	Cerrado	✎
	Lunes	8:00 a. m. a 6:00 p. m.	
	Martes	8:00 a. m. a 6:00 p. m.	
	Miércoles	8:00 a. m. a 6:00 p. m.	
	Jueves	8:00 a. m. a 6:00 p. m.	
	Viernes	8:00 a. m. a 6:00 p. m.	
	Sábado	8:00 a. m. a 4:00 p. m.	



du\_kant

Editar perfil

Herramientas publicitarias



1 publicación

83 seguidores

71 seguidos

Sami Lu Quintero  
Chocolatería



Leben



Amore



Pralines 🍫



Oconerp 🍬



Nueva

📄 PUBLICACIONES

🔖 GUARDADO

🏷 ETIQUETADAS



## 7.0 CONDICIONES TÉCNICAS

### Segundo objetivo: Estudio técnico y administrativo

Figure 7. Estudio técnico



Fuente: Elaboración propia

### Áreas a cubrir en el estudio de factibilidad

**Área técnica:** Es necesario contar con los recursos necesarios como lo son la materia prima, herramientas y equipos, conocimiento, habilidades, experiencia, entre otros.

**Área económica:** Se debe contar con los recursos económicos y financieros para llevar a cabo las actividades; considerando costos del tiempo, costos de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

**Área operativa:** Se destina a proporcionar los recursos donde interviene algún tipo de actividad, incluye los recursos humanos. (Biblioteca itson , 2023)

### **Condiciones técnicas y administrativas**

A continuación, se llevará a cabo lo establecido en el segundo objetivo que son las condiciones técnicas y administrativas que se deben manejar en una empresa para su establecimiento.

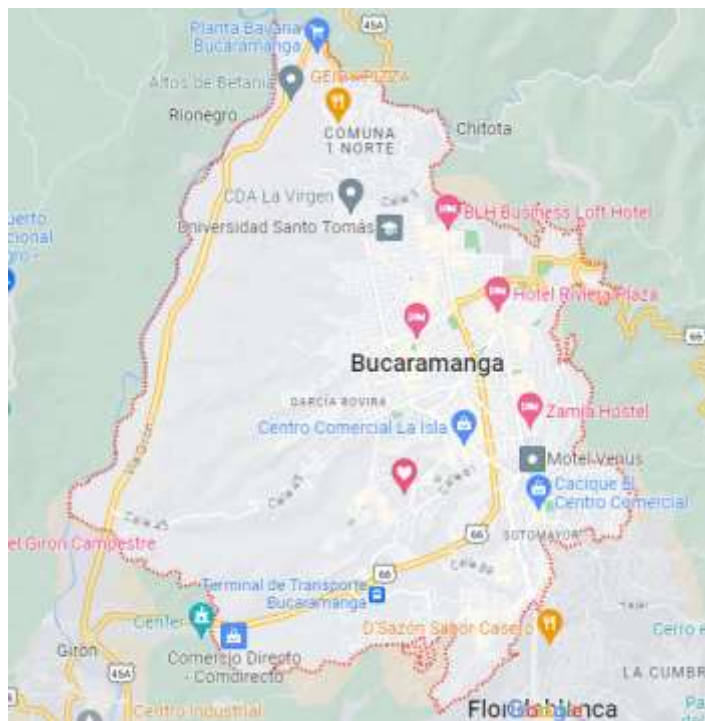
### **Ubicación**

Bucaramanga, localizado en el departamento de Santander, Bucaramanga es un municipio cuya superficie alcanza las 15.400 hectáreas con unos 154,00 km<sup>2</sup>, con una población de 509.918 habitantes y una altitud de 950 m.s.n.m. (Municipio de Bucaramanga , 2021)

Actualmente, la ciudad de Bucaramanga cuenta con una alta industria del comercio en cuanto a su manera de ofrecer productos de buena calidad y diversidad, para llevar a cabo el establecimiento del plan de negocio que se quiere implementar en la ciudad, es necesario contar con una serie de planificación en la que se encuentra la ubicación de la misma, esto debido a que la empresa debe contar con un inicio para sus clientes.

Este plan de negocio se establece para un área no específica dentro de la ciudad de Bucaramanga donde se pueda montar la comercializadora, teniendo en cuenta lo establecido en el plano y revisando los parámetros que exige la resolución 2674 del 2013 donde se establece la distribución de cada una de las áreas de la planta, seguido a ello, cuáles deben ser las especificaciones para que se pueda establecer la planta en cierta área determinada con las condiciones necesarias de producción; se revisa el área total de la ciudad de Bucaramanga y sus condiciones para que, así mismo, se establece la planta en dicha ciudad y se pueda comercializar la chocolatería fina que se propuso al inicio.

*Figure 8. Mapa de Bucaramanga*



Fuente: (Google maps, 2023)

### **Elementos técnicos para el diseño de la planta procesadora**

Inicialmente en la transformación del cacao se debe tener en cuenta cómo se distribuirá la planta para su manejo, su localización se realizará a la hora de plasmar dicho proyecto, toda la organización se tendrá en cuenta respecto a la distribución de la misma.

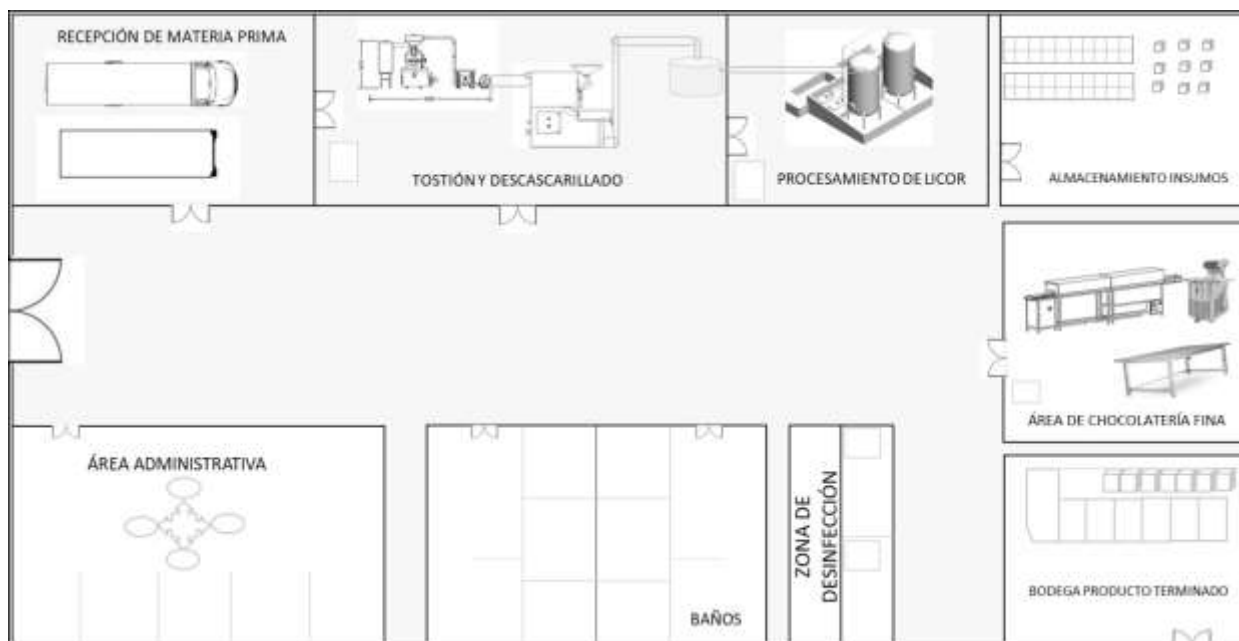
### **Distribución de la planta**

Para realizar la distribución de las áreas, se realiza un énfasis en cómo será el proceso de la misma y como se deben manejar las áreas para que al final, el proceso sea completo, así mismo se tenga la distribución completa entre los procesos.

- ✓ Al inicio de todo el proceso se debe tener en cuenta el área de recepción de la materia prima, la cual recibirá el grano de cacao que será procesado.

- ✓ Área de descascarillado y limpieza que va de la mano con la tostión, proceso en el cual se da campo al inicio del proceso establecido.
- ✓ Área de molienda de los nibs anteriormente procesados y que serán convertidos en pasta de cacao, de allí se envía a los tanques para ser refinado y convertido en licor de cacao.
- ✓ Área de almacenamiento de ese licor procesado
- ✓ Área de chocolatería fina, área en la cual se encarga de procesar dicho licor y convertirlo en chocolates o chocolatinas.
- ✓ Bodega de producto terminado, almacenamiento de la producción diaria
- ✓ Continuamos con las áreas de los baños, zona de desinfección y al final se encuentra el área administrativa.

*Figure 9. Modelo de una planta de producción de chocolates*



Fuente: Elaboración propia

## Descripción del proceso

Para llevar a cabo el proceso de producción de una empresa de chocolates, se debe tener en cuenta cada uno de los manejos que se desarrollan en cada una de las áreas, con esto se establece el orden específico de los equipos que se requieren para lograr toda la producción y distribución.

Para iniciar el proceso productivo se debe contar con el proceso total de elaboración de los chocolates, el cual inicia con la recepción de la materia prima (Grano de cacao) y termina con la elaboración de los chocolates, a continuación, se presenta el proceso de producción que se debe llevar a cabo en dicha empresa para obtener el producto final.

## Recepción de la materia prima

El proceso inicial de la producción, inicia desde la recepción de la materia prima, la cual llega a la bodega establecida donde se ubicará en estibas para su almacenamiento, seguido a ello se hará su respectivo proceso de análisis y proceso de calidad para después ser procesado.

- ✓ Entrada de materias primas, revisión de calidad y registro de las mismas.

*Figure 10. Proceso de calidad del grano*



Fuente: Elaboración propia

Se establece un sistema de recepción de la materia prima (Cacao), seguido a esto, se lleva al laboratorio 500g de cacao para realizar el análisis en sus características físicas donde se requiere de un medidor de humedad el cual determinará en qué condiciones está el grano;

también se pasa por una prueba de corte que permitirá observar el proceso de fermentación por el que pasó y sus características de origen.

### **Tostión**

*Figure 11. Cacao tostado*



Fuente: Elaboración propia

Tostión o tostado es uno de los procesos que experimenta el cacao en su camino para transformarse en chocolate, y posiblemente, junto con la fermentación, es uno de los procesos más determinantes para que el cacao desarrolle sabores y aromas adecuados.

Una vez que se limpian los granos pasan a los tostadores. Mediante radiación de calor, estos tostadores generan el vapor que permite tostar los granos. En este momento los atributos del cacao comienzan a sobresalir y el proceso de tosti3n termina y da inicio al siguiente proceso que permitirá la creaci3n de la cobertura.

### **El tostado de cacao**

Aunque en algunos obradores artesanos tambi3n se elabora chocolate raw (sin tostar el grano de cacao), por nuestra parte no lo aconsejamos. Es importante que el cacao se tueste antes de convertirse en chocolate por varios motivos:

La alta temperatura del tostado ayudará a destruir todos los microorganismos contaminantes que puedan estar presentes en el cacao. No nos olvidemos de que el cacao procede de distintos procesos anteriormente distinguidos para su eventual desarrollo.

### **Descascarillado**

Después de que el grano se tuesta con todo y cáscara, continúa por un proceso de triturado para separar la cáscara con ayuda de aire. En la industria, a estas piezas de cacao sin cáscara se les conoce como nibs. Los nibs pasan a molienda mientras que las cáscaras de cacao se utilizan como alimento para animales. (ANIMAL GOURMET , s.f.)

El descascarillado de cacao es importante para garantizar un producto libre de contaminantes. Aprender a realizar este paso correctamente asegurará la calidad de tu chocolate y otros derivados de dicho grano.

#### **Primer paso:** Preparar el grano

Después de la etapa del tostado, es importante verificar que no exista ningún elemento externo como piedras u otras impurezas que puedan afectar la calidad del grano.

Adicionalmente, es necesario examinar las similitudes en términos de tamaño y textura, ya que esto permitirá la uniformidad de las cualidades gustativas y sensoriales de los pasos siguientes.

#### **Segundo paso:** Colocar el cacao en la descascarilladora

Luego de asegurarnos que los granos estén limpios y uniformes, estos deben ser colocados en el embudo de la descascarilladora, la cual separa las cáscaras de las semillas después de quebrar el cacao mediante su dispositivo de ajuste de la presión de succión al vacío y de alimentación automática, siendo posible realizar el descascarillado de 35-40 kg / hora. Finalizado el descascarillado de cacao, es necesario retirar los nibs obtenidos para continuar con el proceso de

transformación, así también, no se debe olvidar vaciar el depósito donde las cáscaras son colocadas durante el craqueo.

Realizar el descascarillado de forma automatizada ayudará a agilizar la producción y reducir costos operativos al requerir de un solo operario para el accionamiento de la maquinaria. (LATMAC, 2022)

### **Molienda**

El proceso de molienda es el punto donde se tiene el primer contacto con lo que va a ser la base del chocolate. Los nibs entran a unos molinos y se muelen hasta transformarse en una pasta que se convertirá en dos productos: licor de cacao y cakes de cacao.

La molienda del cacao es el proceso industrial de transformar materia prima, en este caso granos de cacao, y convertirlo en productos derivados del mismo, como lo son la manteca, el licor, la torta y el polvo de cacao. Insumos esenciales en la elaboración de chocolates y confiterías a nivel global.

Las moliendas de cacao se convierten en el indicador de la demanda de chocolates en determinada región o país, entre los principales “Grinders” están los Estados Unidos de Norte América y la Unión Europea, ambos con elevados índices anuales de consumo de chocolate per cápita. (Anecacao , 2015)

### **Prensado**

El prensado es el proceso en el cual el licor o pasta de cacao es pasada por un proceso de desengrasado utilizando una prensa horizontal, la cual contiene cámaras que se llenan por bombeo del licor de cacao, así mismo, la pasta se muele a una temperatura de 90-100 grados centígrados y se somete a presión de 900 kg/cm a través de émbolos de acero. El resultado de dicho proceso es la manteca de cacao y la pasta de cacao. (Proceso industrial del chocolate)

Este proceso permite tener la grasa que se utilizará para hacer los chocolates blancos o derivados de los mismos, también, se obtiene el licor de cacao que será utilizado en el proceso de elaboración de chocolates oscuros. El prensado se utiliza para que la grasa del mismo licor no se desaproveche y logre ser utilizada en los demás procesos, este proceso permite el rendimiento y mejor rentabilidad en los procesos de producción.

*Figure 12. Parámetros de producción*

					
PARÁMETROS DE PRODUCCIÓN					
FECHA			RESPONSABLE		
NOMBRE DEL PRODUCTO	N° ORDEN	N° DEL PRODUCTO	TIPO DE PRODUCTO	HORA Y FECHA	OBSERVACIONES

Fuente: Elaboración propia

### **Refinado y conchado**

La mezcla se somete a un proceso de refinado a través de una serie de rodillos hasta obtener una pasta suave. Este refinado mejora la textura del chocolate.

Hoy en día, el proceso de conchado es el paso final en la manufactura del chocolate, bien sea chocolate con leche o amargo, y es un proceso esencial que contribuye al desarrollo de la viscosidad, la textura final y especialmente el sabor. En el proceso de fabricación del chocolate, hablamos de los “sólidos del cacao” para referirnos a aquellas partículas que contienen todo el color, sabor y la mayor parte del valor nutricional de una barra de chocolate; estas partículas también tienen intensas notas amargas y astringentes, debido a los polifenoles o antioxidantes del cacao, y otros sabores desagradables como el del ácido acético que resulta del proceso de

fermentación. Este paso del proceso, que consiste principalmente en mezclar, someter la masa de chocolate a esfuerzos de corte y airearla bajo ciertas condiciones de tiempo y temperatura, se considera un paso crucial por dos razones:

Durante el conchado, las pequeñas partículas de sólidos (cacao, azúcar y leche -si es el caso-) que se comportan como una fase dispersa, adquieren una forma más uniforme y se recubren con manteca de cacao (fase continua), lo cual está relacionado con la viscosidad y la fluidez, las propiedades de textura del chocolate, y la manera en la que el producto terminado se funde suavemente en boca.

El proceso de conchado promueve el desarrollo del sabor mediante diversos factores como el tiempo, la temperatura y los demás ingredientes de la receta, pero también elimina la humedad y los sabores desagradables volátiles (aldehídos y ácidos grasos volátiles de cadena corta) que están altamente relacionados con el origen y características de los granos de cacao. Esta es una de las razones más relevantes que hacen que el proceso de conchado en Luker Chocolate sea diferente al realizado en otras compañías productoras de chocolate.

En la comunidad científica, diferentes investigadores expresan opiniones diferentes sobre el número de fases que existen en el proceso de conchado. Algunos investigadores definen el conchado como un proceso de dos fases: fase seca y fase húmeda. Por otro lado, algunos dicen que este proceso cuenta con tres fases y se describen a continuación:

**1. FASE SECA:** La masa de chocolate se transfiere de la refinadora, generalmente en hojuelas, para calentarla, mezclarla y airearla. El principal objetivo de esta etapa es permitir la evaporación de algunos ácidos volátiles del licor de cacao y el agua que se originan de los componentes de la receta. La concentración total de ácido acético después de la etapa seca de

conchado permanece aproximadamente constante pues no hay agua libre que actúe como vapor de arrastre.

**2. FASE PLÁSTICA:** La masa que se mezcló y fue agitada bajo esfuerzos de corte, se calentó y se desgasificó, ingresa a esta segunda fase que llamamos el “paso largo”, en el que las características de sabor se desarrollan mediante reacciones químicas (reacción Maillard y degradación de Strecker) dadas por las condiciones de temperatura y tiempo del proceso, y debido a la gran volatilización del ácido acético resultante de la fermentación del cacao. Se llama “plástica” debido al cambio físico que ocurre en la masa y que convierte los copos en una pasta y la torna más líquida a medida que la manteca de cacao cubre las partículas sólidas.

El tiempo y la temperatura desarrollan un rol clave en esta etapa. La temperatura en particular se relaciona más de cerca con el tipo de chocolate que se está produciendo (amargo, con leche o blanco), mientras que el tiempo tiene que ver con factores que van más allá del tipo de chocolate, como, por ejemplo, la calidad y variedad de los granos empleados para producir el licor de cacao.

**3. FASE LÍQUIDA:** Esta fase es la más corta, y es cuando las propiedades de viscosidad y fluidez atraviesan los últimos ajustes con la adición de manteca de cacao y emulsionantes. Teniendo en cuenta que el tipo de tecnología es extremadamente importante en el proceso de conchado (por ejemplo: los diseños actuales de maquinaria son más eficientes en términos de energía y tiempo), por lo general durante la fase plástica los chocolates con leche se conchan a 50°C para evitar el caramelizado del producto, que ocurre por encima de esta temperatura con la formación consecuente de grumos que se percibirán como arenosos en la boca. (Luker Chocolate , 2020)

## Bombonería

El origen de los bombones que disfrutamos hoy hay que buscarlo en Francia, concretamente a principios del siglo XVIII, cuando el pastelero de Luis XIV preparó unas delicias de frutas bañadas en chocolate. Cuando el Rey Sol las probó, su reacción fue decir “bon bon”, que en francés significa “bueno bueno”, para indicar cuánto le habían gustado. Posteriormente, se conoció como bombón a todos los chocolates rellenos.

Gracias a la idea de este pastelero, otros artesanos comenzaron a crear sus propias elaboraciones con diversas técnicas en pequeños negocios familiares por toda Europa. Los bombones vivieron su momento de expansión a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, cuando Cadbury lanzó su caja de bombones y Hershey’s puso a la venta su producto kisses, gotas de chocolate rellenas y envueltas en papel de plata que aún hoy están a la venta.

A partir de entonces, la industria chocolatera ha lanzado multitud de variedades de bombones con diferentes chocolates e ingredientes, convirtiéndose en el producto Premium de chocolate por excelencia.

*Figure 13. Chocolatería fina junto con un molde*



Fuente: Elaboración propia

Proceso de elaboración: Inicialmente se agrega la cobertura en el equipo, seguido se programa el equipo para que inicie el proceso de circulación de la cobertura e inicie su atemperado,

a partir de allí, se colocan los moldes para que inicie el proceso de elaboración de los bombones y al final se tengan los chocolates que se deseen.

*Figure 14. Bombones de chocolate*



Fuente: Elaboración propia

### **Tipos de chocolates a distribuir**

**Chocolates blancos finos:** Actualmente en la industria del chocolate se define como chocolate blanco a aquella grasa que fue sacada de un proceso de producción llamo prensado, adicionalmente para que este se considere como un chocolate fino, solo se utilizará esa grasa del licor de cacao y demás materias primas que se añaden en el proceso, esto permite procesarlo a diferentes tipos de chocolates.

El origen del chocolate blanco se da en el año 1936 cuando la multinacional Nestlé lo empezó a comercializar y aprovechando la sobreproducción de leche en polvo que había en el momento, a partir de ese instante se empezó a comercializar los chocolates blancos. (Casanovas , 2019)

**Chocolates oscuros finos:** El chocolate oscuro se obtiene del proceso productivo de la molienda del cacao que pasará por los procesos de refinado, conchado y atemperado, adicionalmente se debe tener en cuenta los demás procesos que contienen el suministro de demás materias primas, adicionalmente cada una de las empresas optan por tener su propio proceso de

elaboración de los chocolates, para ello realizan diferentes tipos de análisis en las características que se manejan para que los productos sean mejores cada día.

El origen del chocolate se da desde el año 1590 cuando los españoles lo empezaron a utilizar como bebida, actualmente no se conoce como tal quien fue el que inventó el chocolate, lo que si se conoce es el proceso que actualmente se conoce, ya a partir de 1606, el chocolate se empezó a extender por Italia y Francia, países que con el tiempo fueron optando diferentes formas de procesamiento e innovación y así se llega al chocolate actual que todos conocen. (Cestalia , s.f.)

**Barras de chocolates:** El origen de las barras de chocolate llegaría en el año 1847 por la compañía de chocolate Fry's, la cual estaba radicada en Bristol, Inglaterra, fue donde se creó la primera barra de chocolate en el mundo. (Actually Notes Magazine , 2020)

Las barras de chocolate o famosas chocolatinas son un tipo de chocolate que se obtiene de diferentes tipos de moldes que han sido procesados y forman diferentes tipos de figuras, esto permite a los consumidores tener un énfasis de variedad de productos.

**Trufas:** El origen de las trufas se da gracias al pastelero Louis Dufour, quien el 28 de diciembre de 1895 el pastelero se dio cuenta que el almacén donde tenía sus productos se estaba quedando sin provisiones y que no podría surtir a sus clientes, debido a esta situación el pastelero optó por fabricar el producto a partir de varias mezclas, cuyo resultado fueron bolitas que formó y que después fueron bañadas con cobertura de chocolate; así nació la primera trufa en el mundo. (Explore France , 2012)

La trufa es una mezcla de diferentes ingredientes con chocolate y que después de ser mezclados se hacen bolas para poder continuar bañándolas con chocolate, a este proceso se le conoce como trufas.

**Ganache:** Se dio origen a mediados del siglo XIX, se habla que se inventó en Suiza o Francia, actualmente nadie conoce su verdadero origen, antes se aplicaba una mezcla de chocolate la cual tiempo después fue cambiada por una especie de almohadón que al paladar se convierte en un producto blando y cómodo. (The gourmet journal , s.f.)

El ganache es una mezcla de sabores que son puestas en un molde cuadrado y que pasado de cierto tiempo se cortan en cuadritos para ser bañados con chocolate. Este proceso tiene varios factores a tener en cuenta, ya que, el producto debe contar con una característica suave y crocante a la vez; esto permite al consumidor tener una sensación diferente a los demás chocolates.

### **13. Empaque del producto**

El empaque más allá de ser la actividad de diseño, la envoltura y el material que protege y contiene un producto, es una forma de comunicar al cliente. Un empaque promociona, distingue, proyecta, que tan bien esté diseñado y la información que plantee a los consumidores puede determinar la aceptación o el rechazo por parte de los clientes.

Para muchos expertos un empaque debe ser capaz de atraer los sentidos, crear conexiones emocionales y mejorar la experiencia de marca para el consumidor. Un empaque se puede convertir en la ventaja diferencial de un producto, capaz de resaltar en medio de la competencia; actualmente muchas empresas buscan brindar experiencias a los clientes y el empaque es una excelente forma de hacerlo.

El chocolate fino que se desea ofrecer tendrá una envoltura en papel pergamino vegetal, el cual llevará impreso el logo de la chocolatería. El papel pergamino vegetal tiene una gran

resistencia a las grasas y los aceites, además a la humedad. Es apropiado para el contacto para la comida, para ser moldeada, es libre de color, durable, resistente a altas y bajas temperaturas y libre de suciedad. Un empaque además de permitir entregar un producto en buenas condiciones es capaz de captar la atención de las personas, a través de los colores, diseño, textura; por ende, un buen empaque sorprende a la vista, por lo que es muy importante impresionar los sentidos y nuestros empaques tendrán diseños únicos y completamente artesanales.

Teniendo en cuenta el tipo de producto que se va a ofrecer y los tipos de clientes, se optó por empaques que cumplan con las características deseadas, basados en la experiencia respecto a la comercialización que se le da cada día a los productos, se van a manejar varios tipos de empaques, los cuales son a gusto del consumidor, actualmente se conocen varios tipos de empaques, pero los más conocidos y más utilizados en la industria son los de cartón, plástico y papel con combinación de aluminio.

#### **Clases de empaques:**

Para envasar chocolates se debe tener en cuenta que no es un trabajo fácil de realizar, ya que, requiere una combinación efectiva de precisión técnica y el material de envasado ideal, esto no solo permite envasar los productos de chocolate de forma más suave, sino que también ahorra material en beneficio del medio ambiente y hace más adecuados los procesos, para ello, se han realizado estudios que determinan cual es el empaque ideal para un producto como lo es la chocolatería, este tipo de investigaciones permite ver más allá de lo que realmente es necesario.

*Figure 15. Empaque plástico*



Elaboración propia

Hay varias formas de envasar los chocolates

En cuanto a las barras de chocolate se envasan utilizando materiales compuestos, como una base de plástico o papel en combinación de una capa de aluminio. Así, los productos se pueden envasar fácilmente por medio de un envoltorio plegable y no requieren ningún tipo de seguridad adicional del envase por medio de sellado o pegamento. Hay que tener en cuenta que dichos empaques no son reciclables y, por lo tanto, no son sostenibles.

Para el envasado de chocolate tradicional se utiliza tradicionalmente una segunda variante de envasado: una combinación de dos materiales: laminado de papel de aluminio más envase de plástico. Esta primera “capa”, la envoltura interior de laminado de papel de aluminio, es necesaria como barrera para proteger los delicados productos de chocolate durante el proceso de envaso: al cerrar la envoltura exterior mediante una tecnología de sellado por contacto, el chocolate podría resultar dañado por el calor generado o por las herramientas de sellado utilizadas. (Canales sectoriales , 2020)

*Figure 16. Empaque papel en combinación con capa de aluminio*



Fuente: Elaboración propia

Plástico o papel:

El empaque de plástico o papel permite el bloqueo del oxígeno y en el caso de empaque de papel no permite el ingreso de la luz, lo que permite mantener el producto sin que se permita el proceso de oxidación.

*Figure 17. Empaque de papel*



Fuente: Tomado (Clifton , 2022)

Este empaque es muy común en el ámbito del chocolate, permite tener una mejor visión del producto y un mejor manejo de producción, también, se tiene en cuenta que este empaque controla los riesgos de deterioro del producto a largo plazo y genera más confianza en los productores. (Dispatchtrack, 2023)

### Algunas de las funciones del empaque

- ✓ Facilitar la manipulación del producto.
- ✓ Unificar las unidades básicas de cada producto para facilitar su comercialización.
- ✓ Motivar la compra de los productos mediante la promoción y el marketing.
- ✓ Facilitar la identificación del producto y de sus características de cara al comprador.
- ✓ Comunicar información relevante sobre el propio producto.

*Figure 18. Empaque plástico*



Fuente: Tomado (Clifton , 2022)

Cajas: La función de la caja es mantener el producto en deseadas condiciones, se utiliza para manejar diferentes tipos de mercado que son lejanos, este permite mejor la conservación de los chocolates durante viajes a periodos de tiempo. También es importante tener en cuenta que es fácil la distribución para los clientes, ya que permite la distribución de los chocolates como el consumidor lo desea.

*Figure 19. Empaque de cartón*



**Bolsas para chocolate:** Las bolsas para chocolates proporcionan distintas ventajas y preservan intactas las características organolépticas del producto.

**Bolsas Stand Up:** las bolsas Stand Up son la mejor opción de empackado, gracias a su combinación de materiales ofrece diferentes barreras que permiten la conservación del producto.

Barrera protectora a:

- ✓ La luz
- ✓ El oxígeno
- ✓ La humedad

**Bolsas tipo almohadilla:** Son envases totalmente económicos y uno de los más utilizados en el mercado.

Brindan una protección de alta calidad para el producto.

Se les puede incorporar también elementos extras tales como: el cierre zipper resellable, el corte abre fácil, ventana transparente y asas troqueladas.

**Lámina de aluminio:** Muchos de los productos de chocolate son almacenados por largos periodos de tiempo y finalmente la superficie con su atractivo brillo suelen deteriorarse al ser expuestos a la humedad y a la luz. El papel aluminio o laminado ofrece la mejor protección, proporcionando una barrera total a la luz, la humedad y a la penetración de aroma y sabor. Además, puede ser doblado firmemente a la superficie del chocolate.

#### Propiedades del Foil de aluminio

Apariencia

Resistencia a la contaminación

Resistencia al vapor de agua

Conductividad del calor

Resistente a los gases

Características de termosellado

Carencia de absorción

Carencia de toxicidad

Carencia de sabor y olor

Impermeabilidad a las grasas

Plegabilidad

Higiene

Resistencia a la luz

Visible y Uv

Capacidad de permanencia

(Tipos de envase para chocolate, 2018)

Figure 20. *Empaque de aluminio*



Fuente: (Empaques y flexibles , s.f.)

### **Capacillos:**

Los capacillos son moldes o recipientes de papel, que son utilizados para envasar los chocolates de consumo rápido, se pueden utilizar para eventos o para ocasiones donde el consumo del producto se hará en el menor tiempo posible. (Pastelería , 2023)

Características:

- ✓ De forma redonda, cuadrados, asimétricos, para decoración
- ✓ Pueden ser blancos, clásico rojo, traslúcido o de colores e impresiones varias
- ✓ Diversos tamaños
- ✓ Reutilizables en el caso de ser siliconados

*Figure 21. Capacillos*



Fuente: Elaboración propia

## **Maquinaria y equipos**

Tostadora

*Figure 22. Tostadora*



Fuente: Elaboración propia

La tostadora es un equipo especializado en el tostado del cacao y el que tiene la capacidad de hacer salir los ácidos volátiles, activar los sabores, activar los aromas y permitir que la cascarilla se suelte fácilmente, dándole las características deseadas y únicas en los demás productos; este proceso es uno de los más importantes en el proceso de elaboración de la cobertura para los chocolates ya que, sin un buen tostado, la cobertura no saldrá con las características deseadas y el proceso no se podría continuar al 100%.

*Figure 23. Descascarilladora*



Fuente: Elaboración propia

La descascarilladora es un equipo especializado para cacao, el equipo solo trabaja con energía y es el encargado de quitar la cascarilla a los granos que cacao que fueron tostados en el anterior proceso, este proceso permite que la obtención de almendras limpias para continuar con los demás procesos.

*Figure 24. Molino*



Fuente: Elaboración propia

El molino de cacao industrial es un equipo que se emplea para la molienda de los nibs de cacao, producto solido que por la descascarilladora. Este equipo cuenta con dos rodillos, los cuales al hacer presión van moliendo los nibs y estos se convierten en pasta o torta de cacao.

El equipo consta de una trituradora, una cámara de recolección de producto y un sistema de succión, que opera al vacío y permite solventar los problemas con las nubes de polvo que se forman al procesar estos productos tan finos.

La molienda se logra por el esfuerzo que se genera entre el sistema de rotor y estator, aplastando y triturando el producto mientras gira a alta velocidad, hasta convertirlo en polvo. El producto final se tamiza para cumplir con las especificaciones del material que se comercializa.

El molino de cacao industrial está fabricado en acero inoxidable. Presenta un diseño sencillo y compacto que facilita su mantenimiento y limpieza al momento de emplearlo en otras aplicaciones. (AFFOETH, 2020)

*Figure 25. Conchadora*



Fuente: Elaboración propia

La conchadora es un equipo encargado de procesar el chocolate, mezcla los ingredientes, incorporando las grasas, azúcares y emulsificantes para formar una masa líquida homogénea. Refina las partículas de chocolates de 20-25 micras. El proceso que realiza se define como la forma de eliminar los ácidos acéticos no deseables de la pasta refinada con la ayuda de un extractor incorporado y la agitación que se da en su interior. Puede mantener el chocolate en estado líquido gracias al sistema compuesto por una chaqueta térmica, resistencias, electroválvulas y control de temperatura. Este equipo funciona por medio de un tanque que es cubierto por otra capa donde

pasa el agua fría para mantener el equilibrio de la temperatura cuando está en proceso, también cuenta con tubos donde pasa la cobertura y es expulsada una vez termine el proceso. (Delani, 2019)

*Figure 26. Atemperadora*



Elaboración propia

La atemperadora es un equipo profesional en acero inoxidable que trabaja con energía, la función del equipo es atemperar el chocolate para que este sea moldeado en los moldes y así, obtener los chocolates, esta trabaja con un sistema de rotación de la cobertura, la cual permite la recirculación, cuenta con una mesa vibratora que sujeta los moldes y hace que estos no queden con ningún espacio de aire. La atemperadora controla la temperatura del chocolate entre 30-32° C y la mantendrá el tiempo que sea necesario; esta temperatura es la que permite que los chocolates tengan el brillo y la textura que se observa en el producto final. (La casa del chef , s.f.)

Figure 27. Prensadora



Fuente: (DELANI, 2019)

La prensadora es un equipo encargado de sacar la grasa de la pasta o licor de cacao, este cuenta con placas de acero inoxidable que permite la succión de las grasas y el licor aparte. Este equipo funciona con energía; permite el proceso de extracción el cual inicia aplicando alta presión a la pasta de cacao para separar la manteca de la parte sólida conocida como licor o pasta de cacao; la máquina cuenta con una cámara de prensado la cual está construida en acero al carbono, las demás partes de la máquina son en acero inoxidable 304 (DELANI, 2019). La función del equipo es permitir la separación de la grasa con el licor de cacao.

### **Distribución**

La logística de distribución se hace con el fin de cubrir las demandas de los clientes en cuanto a los productos que se les ofrecen, para ello es indispensable contar con ciertos aspectos específicos; la logística de comercialización y su planificación, entrega y control.

Para tener en cuenta la logística del negocio es muy importante llevar a cabo toda la planificación que esta requiera, también es importante tener en cuenta la competitividad en las demás compañías, para que así, la nueva empresa visiona y mejore las cosas en las que están fallando las demás.

La principal función y la más efectiva es conocer a los clientes, saber cuáles son sus necesidades y, sobre todo, garantizar que la distribución del producto se hará de la manera que ellos lo requieran con esto se logra que los clientes tengan el mayor porcentaje de conformidad y confiabilidad en la distribución y el producto de dicha empresa.

### **Sistemas de seguimiento**

La logística de distribución debe tener lo último en tecnología para optimizar sus procesos y lograr recopilar la transición de cada uno de los procesos. Además, toda la información suministrada le sirve a las empresas como fuente de suministro para diseñar nuevas estrategias de comercialización, de esta manera se logra un énfasis en estrategias de marketing. En cuanto a los sistemas de distribución es muy importante contar con sistemas de seguimiento y rastreo de los productos en tiempo real.

### **Planes de comercialización**

La logística en la comercialización, no solo se basa en el control de la calidad y cantidad de los productos que se elaboran en la compañía, sino que también se refiere a servir de ayuda para que puedan crear valor agregado a los clientes y que estos disfruten y se sientan seguros de la distribución deseada.

Cuando una empresa cuenta con un buen producto y a eso se le suma la buena calidad en la distribución de los mismos, el cliente estará completamente satisfecho y le regalará marketing a dicho producto.

## **Canales de distribución**

Para lograr una buena comercialización se debe tener en cuenta una serie de métodos para que este logre ser efectivo, entre ellos se encuentran:

**Canal directo:** En este canal la empresa es la encargada de que el producto le llegue al consumidor final, por lo tanto, no existen los intermediarios y así se logra mantener una buena calidad en la transición en la calidad del producto.

**Canal indirecto:** En este canal, los intermediarios son los encargados de hacer la entrega final del producto, aunque las empresas no tengan el control final de la distribución, si tienen la capacidad de alcanzar un número más grande de clientes. Este canal se divide en dos:

**Canal indirecto corto:** En el canal indirecto corto el número de intermediarios es reducido; generalmente, solo hay un intermediario minorista y este es el encargado de llevarlo al consumidor final.

**Canal indirecto largo:** En el canal indirecto largo existen dos o más intermediarios, por lo menos un mayorista y un minorista, esto permite tener una distribución más amplia y sin conocimiento por cuantos distribuidores debe pasar para que llegue al producto final.

## **Estrategias de distribución**

**Distribución intensiva:** En esta estrategia el fabricante es el encargado de insertar los productos en el mayor número de puntos de venta, se utilizan una gran cantidad de intermediarios para llegar a un mayor número de personas, esta estrategia es buena usarla con productos de la canasta familiar que se requieren cada día o con productos que su consumo es masivo.

**Distribución exclusiva:** En la distribución exclusiva solo se utiliza un intermediario en determinado lugar o región, es decir, existen puntos de venta exclusivos para dicho producto, estos suelen utilizarse para productos muy exclusivos o con precios muy altos.

Distribución selectiva: En la distribución selectiva se utiliza un número reducido de intermediarios, que son los responsables de vender los productos al consumidor final, en esta estrategia de distribución es muy importante la reputación del intermediario, pues depende mucho el performance de ventas.

(zendesk, 2023)

Sistemas de registro y control de la Distribución y localización del producto tras su envío.

Table 3. distribución de producto

FECHA		RESPONSABLE				
NOMBRE DEL PRODUCTO	LOTE	N° DEL PRODUCTO	TIPO DE PRODUCTO	HORA Y FECHA	DESTINO	OBSERVACIONES

Fuente: Elaboración propia

Figure 28. Distribuidor



Fuente: Elaboración propia

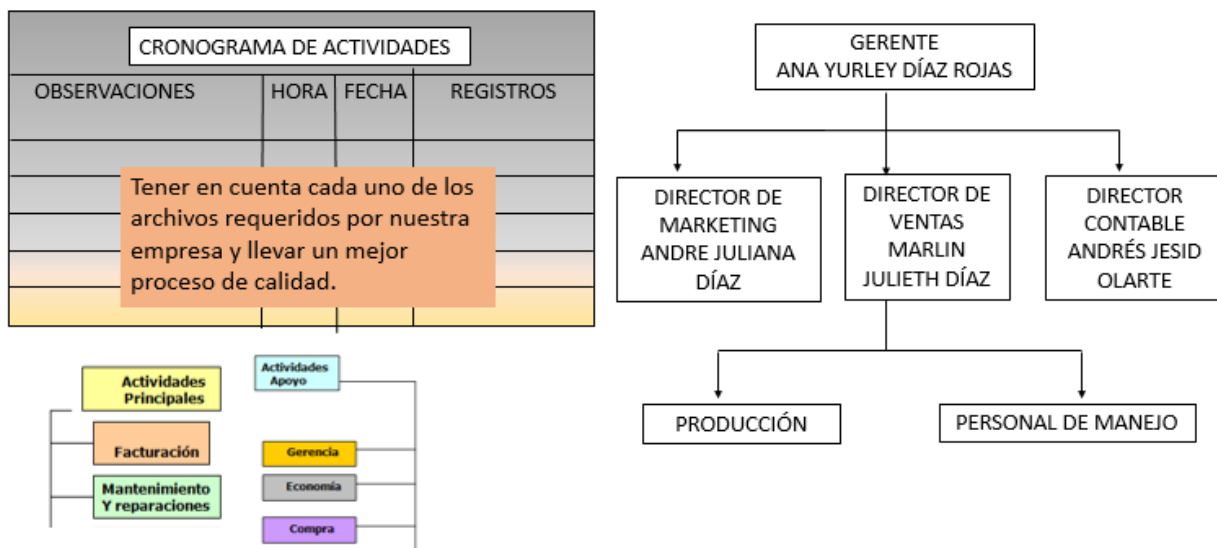
Figure 29. Comercialización



Fuente: Elaboración propia

**Estudio administrativo**

Figure 30. Proceso administrativo



Fuente: Elaboración propia

Gerente: es el ente encabezado para llevar a cabo todo el manejo de la empresa, es quien está dirigiendo y analizando el sector del cual es participe en la industria de la chocolatería, persona encargada de reuniones y buscar nuevas formas de contratos para que la empresa cada día tenga más mercado.

**Directores:** Encargados de todo lo relacionado con el marketing digital, ventas y contaduría de la empresa, ellos son los encargados de que todo en la empresa vaya bien en cuanto al manejo de nuevos mercados y posibles alianzas con las demás competencias.

**Personal de manejo:** Son los encargados de la ayuda a los trabajadores, como lo son los de talento humano o personal de aseo, quien brinda a los trabajadores las mejores condiciones para que puedan ejercer las labores específicas.

**Producción:** Todo el personal de producción, las personas encargadas de que el producto salga de excelente calidad y puedan así, obtener más clientes para la empresa.

### **Constitución de la empresa**

La constitución de una empresa se basa en el reglamento que se debe cumplir para que esta sea legal y de manera correcta, pues debe efectuarse por escrito, es decir, documento privado o escritura pública y con estricta sujeción a las reglas contempladas en el artículo 72 de la Ley 222 de 1995. (Cámara de comercio, s.f.)

Inicialmente se quiere lograr la conformación de la empresa S.A.S, la cual hace ver la perspectiva de una manera clara y más afondo del tema reglamentario por el cual se debe regir, después se tendrá en cuenta el crecimiento de la empresa y se llevará a cabo el proceso de nuevas sociedades si así se requiere.

### **Constitución de una S.A.S**

La sociedad por acciones simplificada, creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción.

Cuando los activos aportados a la sociedad comprenden bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa

#### **Requisitos para constituir una S.A.S:**

- ✓ Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (Ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S
- ✓ El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- ✓ El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- ✓ Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

- ✓ El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, el número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- ✓ La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

## **8.0 VIABILIDAD FINANCIERA**

### **Tercer objetivo: Análisis financiero**

#### **Análisis financiero**

(La universidad en internet , 2022) El estudio financiero de una empresa se basa en la información contable de la misma, con el fin de obtener un diagnóstico sobre la situación actual y una prevención sobre el progreso en un futuro. El análisis financiero proporciona la rentabilidad de la compañía, el objetivo del análisis es facilitar a la compañía la situación económica y que, a su vez todos los agentes implicados dispongan de la información total para la toma de decisiones.

La importancia de un buen análisis financiero es que permite conocer herramientas que identifican posibles riesgos o posibles ganancias, todo depende de la proyección que se tiene a lo largo del tiempo que fue fundada la empresa.

Para iniciar con la estructura de costos del manejo de toda la planta, es necesario tener en cuenta que se debe contar con una primera inversión inicial, esta debe tener desde la inversión en maquinaria y equipos, muebles y enseres, publicidad; esta inversión es el inicio del negocio, más adelante se tendrá en cuenta los costos variables, en los cuales incluye las materias primas, costos de producción y servicios.

### **Análisis financiero como fase gerencial**

Debido al gran avance que se tiene en el mundo actual de los negocios, los gerentes también deben conocer el área financiera, ya que, les permite conocer a fondo lo que ocurre y en momentos de tomar decisiones rápidas se apliquen dichos conocimientos para así, evitar que la empresa enfrente problemas mayores (Revista venezolana de gerencia , 2019 ).

Generalmente, en las organizaciones se presentan problemas financieros que se deben afrontar, el riesgo, baja rentabilidad, conflictos para financiarse con recursos propios y permanentes, una empresa que enfrenta un entorno difícil debe implementar medidas que le permitan ser más competitiva y eficiente desde el punto de vista económico y financiero, de tal forma que haga mejor uso de sus recursos para obtener mayor productividad y mejores resultados con menores costos.

Hernández (2005), define el análisis financiero como una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos.

### **Indicadores de la situación financiera de la empresa**

En la mayoría de las empresas los indicadores financieros se utilizan como una herramienta indispensable para determinar la condición financiera ya que, con los cálculos e interpretación se logra ajustar al desempeño operativo y organizacional que aquellas lo requieran.

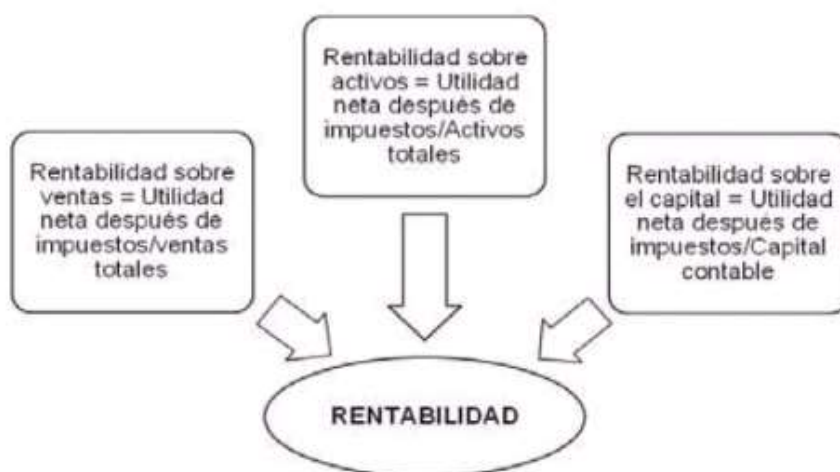
### **Rentabilidad**

La rentabilidad de una empresa se basa en el resultado de las acciones gerenciales, decisiones financieras y las políticas implementadas en la organización. Fundamentalmente, la rentabilidad está reflejada en la proporción de utilidad o beneficio que aporta un activo, dada su

utilización en el proceso productivo, durante un periodo de tiempo determinado; aunado a que es un valor porcentual porcentual que mide la eficiencia en las operaciones e inversiones que se realizan en las empresas (Revista venezolana de gerencia , 2019 ).

A través del análisis financiero se pueden determinar los niveles de rentabilidad de un negocio; pues, permite evaluar la eficiencia de la empresa en la utilización de los activos, el nivel de ventas y la conveniencia de efectuar inversiones, mediante la aplicación de indicadores financieros que muestran los efectos de gestionar en forma efectiva y eficiente los recursos disponibles.

*Figure 31. Indicadores de rentabilidad*



Fuente: (Revista venezolana de gerencia , 2019 )

(Revista venezolana de gerencia , 2019 ) El rendimiento es un indicador financiero que expresa la utilidad que obtiene la organización en relación con sus ventas e indica el costo de las operaciones y las fluctuaciones que pueda sufrir tanto el precio como el volumen de los productos.

## **Análisis financiero corporativo**

El análisis seccional consiste en comparar los indicadores financieros de diferentes empresas del mismo ramo o con estándares de referencia disponibles acerca del sector productivo al que pertenece la empresa, correspondiente a un ejercicio económico específico (Revista venezolana de gerencia , 2019 ).

### **Inversión inicial**

Para iniciar la inversión en la empresa se debe tener en cuenta toda la organización que esta conlleva, teniendo en cuenta como la lleva a cabo; para esta inversión iniciamos con equipos de oficina, maquinaria y equipos, muebles, enseres y publicidad.

*Table 4. Muebles y enseres*

<b>PRESUPUESTO INVERSIÓN INICIAL</b>			
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computador	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Escritorio	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Impresora	1	\$ 680.000	\$ 680.000
Archivador	1	\$ 430.000	\$ 430.000
Telefono	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Aire acondicionado	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Sillas de oficina	2	\$ 300.000	\$ 600.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.710.000</b>

### **Muebles y enseres**

En la inversión inicial se debe presupuestar el costo de los enseres de trabajo que requieren las personas que van a realizar labores en la empresa, permite tener un ambiente laboral sano y con las condiciones necesarias para que cumplan con el trabajo establecido, para ello se requiere de un computador, escritorio, impresora, archivador, teléfono, aire acondicionado y sillas.

## Publicidad

La publicidad cuenta como una inversión inicial, ya que es el paso fundamental para iniciar con la oferta del producto, debe contar con las estrategias necesarias para atraer a clientes y contar con la mejor atención e impacto, también, se debe tener en cuenta el uso de las redes sociales, las cuales, en la actualidad es lo que más se usa y el medio en el cual se atraen más clientes.

*Table 5. Publicidad*

GASTOS DE VENTA	VALOR TOTAL	
Publicidad	\$	1.000.000
Redes Sociales	\$	700.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>1.700.000</b>

## Máquina y equipos

En la inversión se debe realizar la compra de los equipos y utensilios para realizar el proceso de producción entre ellos encontramos los equipos como lo son: Tostadora, descascarilladora, molino, refinador, atemperadora y el tunel de enfriamiento, equipos que son inicialmente los mas importantes para iniciar los procesos productivos, seguido, se manejan los demas equipos industriales para la creación de la empresa.

Table 6. Maquinaria y equipos

MAQUINARIA/EQUIPOS			
Espátulas	7	\$	154.000
Tazas	8	\$	80.000
Cuchillos	3	\$	36.000
Bandeja de acero inoxidable	6	\$	78.000
Mangas	20	\$	60.000
Tenedores	15	\$	30.000
Capacillos	500	\$	3.750.000
Moldes	100	\$	5.000.000
Termómetro infrarrojo	2	\$	210.000
Mesón de marmol	1	\$	1.500.000
Cucharas	15	\$	30.000
Bandeja para picar	4	\$	72.000
Jarra dosificadora	3	\$	42.000
Báscula	2	\$	140.000
Tostadora	1	\$	15.000.000
Descascarilladora	1	\$	12.000.000
Molino	1	\$	18.000.000
Refinador	1	\$	20.000.000
Cellador industrial	1	\$	20.000.000
Tunel de enfriamiento	1	\$	3.200.000
Horno microondas	1	\$	615.000
Atemperadora	1	\$	20.000.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$</b>	<b>119.997.000</b>

A continuación, se hizo un análisis de los costos que son fijos y se deben tener en cuenta mensualmente, para ello se debe tener en cuenta desde el inicio de la producción hasta obtener el producto final.

### Costos fijos

Los costos fijos son aquellos que se deben costear mes a mes y se deben tener en cuenta a la hora de montar una empresa, ya que, en estos se incluyen todos los servicios que se tengan en la empresa.

Table 7. Costos fijos

COSTOS FIJOS/ MES	
Servicios públicos	\$ 880.000
Transporte Materia Prima	\$ 130.000
Arriendo	\$ 2.000.000
Certificaciones	\$ 540.000
Servicios Telefonicos	\$ 400.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.950.000</b>

### Flujo de caja

(Solunion, 2023) El flujo de caja es el informe financiero del flujo de ingresos y egresos de dinero con el que cuenta una empresa, esto permite tener un análisis financiero de cómo lleva el proceso la empresa.

Se debe tener en cuenta que el flujo de caja no se refleja las ganancias o las pérdidas que la empresa tiene, esta es encargada de dar a conocer los resultados de dinero en efectivo que entra y sale. La correcta gestión y proyección del flujo de caja es que permite mantener la liquidez de la empresa en positivo y esta reflejar que se debe hacer ante la toma de decisiones como lo son:

- ✓ Cantidad de mercancía que se puede comprar.
- ✓ Determinación de los costos fijos y variables, el margen de contribución requerido en el proceso productivo para alcanzar el equilibrio.
- ✓ El análisis y anticipación de un posible déficit de efectivo y la consiguiente necesidad de financiación.
- ✓ La necesidad de comprar a crédito o realizar las compras de contado.
- ✓ La posibilidad de vender a crédito o limitarse a vender cobrando al contado.
- ✓ El establecimiento del límite de crédito concedido a los clientes.

- ✓ El pago de deudas en su fecha de vencimiento o la refinanciación de estas.
- ✓ La realización de nuevas inversiones.

La gestión de la caja permite ordenar y controlar los ingresos y gastos de un negocio, para garantizar la liquidez y consiguiente viabilidad de la actividad y proyección de un negocio.

Flujo de caja de operaciones, este flujo es el encargado de realizar los ingresos y gastos como parte de la actividad normal de la empresa.

Flujo de caja de inversión, este flujo se refiere a las inversiones realizadas y de las que se espera conseguir un futuro beneficio.

Flujo de caja financiero, se refiere a las operaciones tales como contratación y pago de préstamos, compra venta de acciones y demás operaciones relacionadas con el dinero de la empresa.

La inversión inicial para la puesta en marcha del negocio es de **\$250.000.000** millones de pesos

*Table 8. Flujo de caja*

INVERSION	\$ 250.000.000
SALDO DEUDA	
ABONO A CAPITAL	
COSTOS PRODUCCION	
GASTOS DE ADMON Y VENTAS	
GASTOS FINANCIEROS (15%)	
SUB TOTAL EGRESOS	\$ 250.000.000,00
INGRESOS - EGRESOS	-\$ 250.000.000,00
IMPUESTOS (30%)	
TOTAL EGRESOS	
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-\$ 250.000.000,00</b>

Esta inversión costea todas las herramientas necesarias para la puesta en marcha de la empresa de chocolates, en la cual inicialmente se basa en la compra de maquinaria y equipos que se requieren para la elaboración de los chocolates, sumado a ello, también se debe tener en cuenta la inversión de los implementos requeridos adicionales como lo son los utensilios de producción; se tomó en cuenta como inversión inicial la publicidad, ya que, esta se toma para el inicio del negocio y es una inversión para el reconocimiento de la marca y los productos.

### **Proyección de ingresos y egresos (flujo de fondos)**

Se trabajó en el flujo de caja de proyección, el cual establece que la inversión inicial debe ser de 250 millones de pesos, tomando como referencia la anterior tabla se analiza que al tercer año se puede sustentar la inversión del negocio, ya que en el segundo año aún se están realizando las liquidaciones de las maquinarias y equipos de la inversión inicial. El crecimiento anual se puede aumentar hasta un 300% para manejar mayor rentabilidad, pero esto nos genera un aumento en los gastos publicitarios que se podrían manejar.

Para establecer la proyección deseada, es necesario contar con la mano de obra fundamental, para que así, la rentabilidad en la producción y comercialización sea efectiva y demostrar el rendimiento de la misma, esto quiere decir que, desde el año 1 se tienen en cuenta los costos que se tienen y el inicio de procesos. Para tener en cuenta el crecimiento de la empresa se hace con el punto promedio de las ventas anuales y cuál fue el déficit en ese año.

Table 9. Cálculo de inversión inicial

FLUJO DE CAJA PROYECTADO													AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12			
Saldo Anterior	258.808.000	127.236.083	124.967.167	-574.937	713.667	4.051.790	9.644.727	17.717.850	28.191.777	42.321.528	59.426.006	80.197.723			
<b>INGRESOS</b>															
Ventas de contado	15.400.000	16.940.000	18.634.000	20.497.400	22.547.140	24.901.854	27.582.089	30.010.243	33.011.358	36.312.394	39.943.634	43.927.957	219117970	362245767	358474744
Otras ventas			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
<b>TOTAL INGRESOS</b>	265.808.000	144.176.083	143.601.167	19.922.463	23.260.707	28.953.644	36926767	47728093	61330444	78633522	99368639	124097720			
<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>															
Valor materia prima	12.658.917	12.658.917	12.658.917	12.658.917	12.658.917	12.658.917	12.658.917	12.658.917	12.658.917	12.658.917	12.658.917	12.658.917			
<b>EDIFICACION</b>															
Infraestructura	18.000.000														
<b>ROMERA</b>															
Auxiliar Administrativo Contabilistas	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000			
Operarios de producción (2 personas)	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000			
<b>COSTOS FIJOS</b>															
Transporte Materia Prima	130.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000			
Arriendo	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000			
Gastos Administrativos	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000			
<b>OPERATIVO</b>															
Servicios Públicos	480.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000			
Arriendo	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000			
<b>GASTOS DE VENTA</b>															
Publicidad	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000			
Redes Sociales	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000	700.000			
<b>TOTAL EGRESOS</b>	138.163.917	19.208.917	19.208.917	19.208.917	19.208.917	19.208.917	19.208.917	19.208.917	19.208.917	19.208.917	19.208.917	19.208.917	349462000	107418960	118012477
Superavit / déficit	127.236.083	124.967.167	-674.937	-713.667	-4.051.790	-9.644.727	-17.717.850	-36.519.177	-42.321.528	-59.426.006	-80.197.723	-101.997.723	89462000		
<b>VNA</b>													154509300		
<b>TIR</b>													33%		
<b>Tasa descuento</b>													0,1		

La proyección del flujo de caja permite conocer que con el estimado de venta estipulado de 7.000 bombones mensuales con una TIR del 33% el valor presente por año será de 268.800.000\$, lo que permite analizar la proyección que se tiene del negocio, logrando así, la rentabilidad del negocio. Con lo propuesto anteriormente se tiene que, al tercer año, las ganancias serán suficientes para costear el total de la inversión inicial.

La inversión que se realiza se podrá recuperar al tercer año cuando el punto de equilibrio esté en los 117.600 bombones al año, con este promedio se prevé que la inversión se recupera en

su totalidad, dando así que no hay ganancias hasta el momento, ya, en el año cuatro se logra ver el crecimiento de la empresa en cuanto a ventas y a la producción que puede ser más del 15% anual.

Table 10. Crecimiento anual de ventas de chocolates

Año	2023	2024	2025	2026
Unidades vendidas	84000	100800	117600	134400

Se realizó el aumento en ventas de los chocolates teniendo en cuenta que la cantidad mensual es de 7.000 chocolates, el crecimiento anual es del 20% respecto a la cantidad que se maneja en el año 1.

Table 11. Punto de equilibrio en el precio

Unidades	Precio	Ventas	Costos variables	Costos fijos	Costo total	Utilidades
1	2200	2200	800	1200	2000	200
2	2200	4400	1600	1200	2800	1600
3	2200	6600	2400	1200	3600	3000
4	2200	8800	3200	1200	4400	4400
5	2200	11000	4000	1200	5200	5800
6	2200	13200	4800	1200	6000	7200
7	2200	15400	5600	1200	6800	8600
8	2200	17600	6400	1200	7600	10000
9	2200	19800	7200	1200	8400	11400
10	2200	22000	8000	1200	9200	12800



El punto de equilibrio en precio de los chocolates es de 3.000\$ precio justo con el que se puede ingresar al mercado teniendo en cuenta que es el inicio de la empresa, cada vez se puede aumentar el crecimiento mensual.

*Table 12. Punto de equilibrio*

Precio de venta unitario	2200
Costos variables UN	800
Costos fijos	1200
Gastos fijos mensuales	8400000
Margen de contribución	1400
Punto de equilibrio	7000

El punto de equilibrio de la empresa se logra si se tiene en cuenta las ventas mensuales que serán de 7.000 unidades de chocolates, esto permitirá que la proyección del negocio sea rentable entendiendo que los gastos se pueden manejar con respecto al uso que se le da a cada uno de los productos, generando un buen manejo en las pérdidas de producto.

## 9. Conclusiones

✓ Se estableció el análisis y estudio de mercado donde se mostró cuáles serán los clientes objetivo para la comercialización de los chocolates finos en la ciudad de Bucaramanga.

✓ Se evidenciaron las técnicas de producción que se llevaron a cabo durante el proceso productivo de una empresa de chocolates, también, se evidenció las técnicas administrativas que se llevaron a cabo para poder establecer una empresa.

✓ Finalizando se hizo el estudio financiero en cuanto a las proyecciones que debe tener una empresa productora de chocolates.

✓ Se evidencia que para que el negocio sea rentable se deben vender 84.000 bombones al año y esto permite que al tercer año se encuentre con el punto de equilibrio de la empresa.

## 10. Recomendaciones

✓ Se recomienda tener muy claro el enfoque que se le quiere dar a la empresa, ya que, en este tipo de propuestas, se desajusta el mercado al cual se hizo el estudio respecto a la persona que lo realiza, esto quiere decir que se debe observar muy bien el ámbito en el cual está trabajando para que ese mercado no sea de la misma zona de confort del cual está rodeado, se recomienda hacer un análisis de nuevas estrategias de mercadeo y realizar nuevas innovaciones frente a la competencia.

## Referencias

- (29 de 10 de 2012). Obtenido de Explore France : <https://www.france.fr/es/alpes-mont-blanc/articulo/historia-las-trufas-chocolate>
- (02 de Junio de 2019). Obtenido de <https://www.colombiamascompetitiva.com/esto-es-lo-que-debe-saber-sobre-cacaos-especiales/>
- (15 de 06 de 2023). Obtenido de Google maps: <https://www.google.com/maps/place/Bucaramanga,+Santander/@7.1198448,-73.1064563,13z/data=!4m6!3m5!1s0x8e68157af751c0ed:0x75a0e4551148c36c!8m2!3d7.119349!4d-73.1227416!16zL20vMDM3eXNj?entry=ttu>
- Actually Notes Magazine* . (08 de 01 de 2020). Obtenido de <https://www.actuallynotes.com/historia-del-chocolate-en-barra-polvo-solido/>
- Adiveter* . (s.f.). Obtenido de [https://www.adiveter.com/ftp\\_public/Trazabilidad.pdf](https://www.adiveter.com/ftp_public/Trazabilidad.pdf)
- Administración y Ciencias Sociales* . (s.f.). Obtenido de <https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing>
- AFFOETH*. (2020). Obtenido de <https://www.foeth.com/es/molino-de-cacao-industrial>
- Agrosavia* . (16 de 02 de 2021). Obtenido de <https://editorial.agrosavia.co/index.php/publicaciones/catalog/book/191>
- Agrosavia*. (10 de 09 de 2019). Obtenido de <https://www.agrosavia.co/noticias/cadmio-en-cacao>
- Anecacao* . (2015). Obtenido de <http://www.anecacao.com/index.php/es/noticias/la-industria-de-las-moliendas-de-cacao.html>
- ANIMAL GOURMET* . (s.f.). Obtenido de <https://www.animalgourmet.com/2018/03/15/cacao-chocolate->

2/#::~text=El%20proceso%20de%20molienda%20es,cacao%20y%20cakes%20de%20cacao.

*Biblioteca itson* . (2023). Obtenido de [http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa50/elementos\\_factibilidad/p3.htm](http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa50/elementos_factibilidad/p3.htm)

*Canales sectoriales* . (22 de 12 de 2020). Obtenido de <https://www.interempresas.net/Envase/Articulos/320423-Chocolate-en-un-envase-suave-y-respetuoso-con-el-medio-ambiente.html>

Casanovas , M. (16 de 09 de 2019). *La vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20190913/47308640463/dia-internacional-del-chocolate-blanco-la-gran-mentira-blanca-cacao.html#:~:text=Fue%20la%20multinacional%20Nestl%C3%A9%20quien,del%20nacimiento%20del%20chocolate%20blanco>.

*Cestalia* . (s.f.). Obtenido de <https://www.cestalia.com/blog/origen-del-chocolate>

*Clifton* . (2022). Obtenido de <https://www.cliftonpackaging.com.mx/embalaje-de-chocolate/>

*Clúster santander* . (2022). Obtenido de <https://clustersantander.com/noticias-y-novedades/noticias-generales/santander-cultiva-el-mejor-cacao-del-mundo/>

*Codex Alimentarius* . (2016). Obtenido de [https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/en/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCXS%2B87-1981%252FCXS\\_087s.pdf](https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/en/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252Fstandards%252FCXS%2B87-1981%252FCXS_087s.pdf)

*Colombia + Competitiva*. (02 de 06 de 2019). Obtenido de <https://www.colombiamascompetitiva.com/esto-es-lo-que-debe-saber-sobre-cacaos-especiales/>

*Delani.* (2019). Obtenido de <https://delanitrading.com/producto/molino-refinador-conchador-monty-500/>

*DELANI.* (2019). Obtenido de <https://delanitrading.com/producto/prensa-de-manteca-de-cacao-creamy-30-y-40/#:~:text=Es%20una%20m%C3%A1quina%20de%20f%C3%A1cil, en%20fr%C3%A1do%20como%20en%20caliente.>

*Directo al paladar .* (s.f.). Obtenido de <https://www.directopaladar.com/cultura-gastronomica/breve-historia-del-cacao-y-del-chocolate>

*Directopaladar.* (s.f.). Obtenido de <https://www.directopaladar.com/cultura-gastronomica/breve-historia-del-cacao-y-del-chocolate>

*Dispatchtrack.* (2023). Obtenido de <https://www.beetrack.com/es/blog/embalaje-y-empaque-tipos-ejemplos-funciones-diferencias#:~:text=Proteger%20el%20producto., la%20gesti%C3%B3n%20de%20los%20pedidos.>

*Economía simple.* (13 de 02 de 2020). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/tamano-de-muestra>

*Empaques y flexibles .* (s.f.). Obtenido de <https://nmml.com.mx/foil/foil-papel-de-aluminio-para-empaques-y-flexibles/>

*En alimentos .* (18 de 04 de 2022). Obtenido de <https://enalimentos.lat/noticias/5193-mercado-mundial-de-chocolate-industrial-alcanzara-los-64-300-mdd-en-2026.html>

*Feedbacknetworks.* (2003). Obtenido de <https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>

- Forestales, D. d. (03 de 2021). *Minagricultura* . Obtenido de <https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Gestión* . (22 de 04 de 2019). Obtenido de <https://gestion.pe/fotogalerias/chocolate-cinco-componentes-claves-molecula-amor-264716-noticia/?outputType=amp>
- Gonzales, X. (10 de 02 de 2021). *AGRONEGOCIOS*. Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/la-produccion-de-cacao-alcanzo-cifra-record-en-2020-y-llego-a-las-63416-toneladas-3123391#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20informe%20del%20a%C3%B1o,lo%20que%20continuar%C3%A1%20en%20aumento>
- Ialimentos* . (s.f.). Obtenido de <https://www.revistaialimentos.com/aumenta-el-consumo-de-chocolates-amargos/>
- Icco* . (08 de 12 de 2021). Obtenido de <https://www.icco.org/la-organizacion-internacional-del-cacao-da-la-bienvenida-a-colombia-como-52o-pais-miembro/>
- Infobae*. (21 de 02 de 2023). Obtenido de <https://www.infobae.com/colombia/2023/02/21/asi-es-el-impacto-de-la-produccion-de-chocolates-y-confiteria-en-la-economia-colombiana/>
- Isotools excellence*. (s.f.). Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/02/27/norma-iso-22000-garantia-de-seguridad-alimentaria/>
- La casa del chef* . (s.f.). Obtenido de <https://lacasadelchef.net/chocolate/atemperadoras/atemperadora-por-siembrabetatemper.html>

La chocolatería Santa Ana. (s.f.). *¿Cuál es la diferencia entre el chocolate real y el chocolate sucedáneo?* Bogotá, Cajicá, Colombia. Obtenido de <https://lachocolateriasantaana.com/chocolate-real-vs-chocolate-sucedaneo/>

*La nota*. (10 de 06 de 2022). Obtenido de <https://www.lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/ranking-2021-chocolates-y-confiteria-de-colombia.html#:~:text=En%202021%2C%20Colombina%20mantuvo%20su,Trululu%20ocup%C3%B3%20el%20cuarto%20lugar>

*La universidad en internet*. (17 de 08 de 2022). Obtenido de <https://mexico.unir.net/economia/noticias/analisis-financiero-empresa/#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20financiero%20de%20una%20empresa%20es%20el%20estudio%20de,su%20progreso%20en%20el%20futuro.>

*LATMAC*. (2022). Obtenido de <https://productostaiwaneses.com/realiza-el-descascarillado-de-cacao-en-tres-simples-pasos/>

Levapan, C. D. (2022). Obtenido de Institucional Colombia : <https://www.institucionalcolombia.com/gastromarketing/estrategias/como-iniciar-negocio-de-alimentos-colombia/>

*Luker Chocolate*. (20 de 01 de 2020). Obtenido de <https://www.lukerchocolate.com/es/chocolate-y-portafolio/proceso-elaboracion-chocolate/#:~:text=La%20masa%20de%20chocolate%20se,los%20componentes%20de%20la%20receta.>

Minagricultura. (03 de 2021). *Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural*. Obtenido de [https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/2021-03-](https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf)

[31%20Cifras%20Sectoriales.pdf](https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf)

Ministerio de salud y protección social . (22 de 07 de 2013). Obtenido de [https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%202674%20de%202013.pdf](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%202674%20de%202013.pdf)

*Ministerio de Salud y Protección Social*. (26 de 07 de 2013). Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>

Minsalud . (11 de 05 de 2011). *Minsalud* . Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion-1511-de-2011.pdf>

*Minsalud*. (2020). Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%205109%20de%202005.pdf>

*Municipio de Bucaramanga* . (08 de 04 de 2021). Obtenido de <https://www.municipio.com.co/municipio-bucaramanga.html>

Nacional de chocolates . (11 de 09 de 2020). *Mundo cacao*. Obtenido de <https://www.mundocacao.com.co/calidad/c/0/i/49741462/norma-tecnica-colombiana-del-icontec-ntc-1252>

*OCHA*. (1 de 03 de 2021). Obtenido de <https://reliefweb.int/report/colombia/fao-colombia-fortaleciendo-el-desarrollo-rural-y-la-seguridad-alimentaria>

*Pasteleria* . (2023). Obtenido de <https://www.pasteleriaycupcakes.com/que-es-un-capacillo/>

*Proceso industrial del chocolate.* (s.f.). Obtenido de [http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2017/02/PROCESO\\_INDUSTRIAL\\_DEL\\_CHOCOLATE.pdf](http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2017/02/PROCESO_INDUSTRIAL_DEL_CHOCOLATE.pdf)

*Procolombia* . (25 de 06 de 2020). Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/el-cacao-en-colombia-esta-presente-en-sus-departamentos#:~:text=El%20cacao%20en%20Colombia%20es,lo%20relacionado%20a%20este%20producto.>

*Questionpro.* (2023). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>

*Red jurista* . (15 de 02 de 2011). Obtenido de [https://www.redjurista.com/Documents/resolucion\\_333\\_de\\_2011\\_ministerio\\_de\\_la\\_proteccion\\_social.aspx#/](https://www.redjurista.com/Documents/resolucion_333_de_2011_ministerio_de_la_proteccion_social.aspx#/)

república, L. (17 de 10 de 2019). Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/especial-andi-octubre-2019/chocolateria-una-industria-que-crece-de-manera-sostenible-a-nivel-nacional-2922127>

*Revista venezolana de gerencia* . (12 de 2019 ). Obtenido de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842009000400009](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009)

Salazar Pérez, D. A., & Sanchez Manrique, J. A. (2020). *Plan de negocio para una chocolatería. Dali's.*

*Scotiabank.* (2022). Obtenido de <https://www.scotiabankcolpatria.com/educacion-financiera/finanzas-maestras/tipos-de-sociedades>

*Servicio Legal* . (22 de 03 de 2023). Obtenido de <https://serviciolegal.com.co/requisitos-legales-para-crear-una-empresa-en-colombia/>

*Solunion*. (02 de 02 de 2023). Obtenido de <https://www.solunion.es/blog/la-importancia-del-flujo-de-caja-en-tu-empresa/>

*The gourmet journal* . (s.f.). Obtenido de <https://www.thegourmetjournal.com/a-fondo/ganache/#:~:text=La%20palabra%20ganache%20es%20francesa,a%20mediados%20del%20siglo%20XIX.>

*Tipos de envase para chocolate*. (19 de 06 de 2018). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/382066729/Tipos-de-Envases-Para-Chocolate#>

-UGRA, U. d. (11 de 2020). *FEDECACAO*. Obtenido de [https://www.finagro.com.co/sites/default/files/ficha\\_de\\_inteligencia\\_-\\_cacao.pdf](https://www.finagro.com.co/sites/default/files/ficha_de_inteligencia_-_cacao.pdf)

*Vanguardia* . (01 de 11 de 2019). Obtenido de <https://www.vanguardia.com/economia/local/cacao-de-santander-sigue-destacandose-en-produccion-y-sabor-YM1619504#:~:text=12%3A00%20AM-,Cacao%20de%20Santander%2C%20sigue%20destac%3%A1ndose%20en%20producci%C3%B3n%20y%20sabor,Rionegro%2C%20Lebrija%20los%20ma>

Vargas Arguello, N. (2020). Obtenido de <file:///C:/Users/USER/OneDrive/Documentos/PROYECTO%20GIRON%C3%89S.pdf>

zendesk, B. d. (01 de 05 de 2023). Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-de-canales-de-distribucion-cuales-son-y-como-elegir/#:~:text=Hay%20tres%20tipos%20de%20estrategia,comercializar%20un%20producto%20en%20particular.>