

“Plan de negocios para la creación de una empresa fabricante y distribuidora de harina de chocolate en la ciudad de Valledupar”

Jaime José Urbina Hernández

Asesor

José Cotes Cotes

Universidad nacional abierta y distancia – UNAD

Escuelas de ciencias básicas de tecnología e ingeniería - ECBTI

Tecnologías en logística industrial

2025

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia, cuyo amor y apoyo incondicional me han brindado la fortaleza necesaria para alcanzar mis metas. A mis amigos, por su compañía y motivación en cada paso de este camino. Y a todos aquellos que creen en la importancia de la innovación y la sostenibilidad, esperando que este proyecto contribuya a un futuro más responsable y consciente.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte de este viaje académico. A mi docente, José Cotes, por su guía y apoyo constante, así como por compartir su valioso conocimiento. A mis compañeros de estudio, por su colaboración y por los momentos compartidos que hicieron este proceso más enriquecedor.

A mi familia, por su amor incondicional y por siempre estar a mi lado, brindándome el apoyo emocional y motivacional que necesitaba. A todos los productores y colaboradores que hicieron posible la realización de este proyecto, su dedicación y esfuerzo son una inspiración.

Finalmente, agradezco a la Universidad Abierta y a Distancia UNAD por ofrecerme la oportunidad de crecer y aprender en un entorno tan estimulante.

Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo la creación de CTP, una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de chocolate en polvo 100% natural y artesanal en Valledupar, Colombia. En un contexto donde la demanda de productos saludables y naturales está en constante crecimiento, se ha identificado una notable carencia de opciones de calidad en el mercado local. La mayoría de los productos disponibles son industrializados, lo que limita el acceso a alternativas realmente naturales y saludables. CTP se propone llenar este vacío ofreciendo un producto que no solo cumpla con altos estándares de calidad, sino que también se adapte a las preferencias individuales de los consumidores.

El proyecto se fundamenta en la necesidad de ofrecer un chocolate en polvo que resalte los sabores auténticos del cacao colombiano, al tiempo que promueve prácticas sostenibles que beneficien al medio ambiente y a la economía local. CTP utilizará insumos nacionales y establecerá alianzas estratégicas con proveedores locales, contribuyendo así al desarrollo económico de la región.

Desde el punto de vista financiero, se ha elaborado un análisis que indica una inversión inicial de \$36, 540,000 COP, con una proyección de recuperación en un plazo de dos años. Se espera un crecimiento del 33% en las ventas durante los primeros tres años, lo que contribuirá a un aumento significativo en los ingresos. Las proyecciones de ventas estiman un flujo mensual de 3,000 unidades, generando ingresos aproximados de \$6, 000,000 COP al mes.

Además, se implementarán estrategias de marketing que posicionen la marca CTP en el mercado, utilizando canales digitales y tradicionales para atraer a los consumidores. La empresa también se compromete a fomentar la educación del consumidor sobre los beneficios del chocolate natural y

las prácticas sostenibles, creando conciencia sobre la importancia de elegir productos responsables.

Palabras clave: Chocolate en polvo, Natural, Artesanal, Sostenibilidad, Cacao colombiano, Calidad, Mercado local, Consumo responsable, Desarrollo económico, Emprendimiento, Proveedores locales, Educación ambiental, Estrategias de marketing, Innovación, Responsabilidad social, Producción sostenible, Bienestar del consumidor, Análisis financiero, Rentabilidad, Crecimiento económico.

Abstract

In a world increasingly focused on natural and healthy products, the CTP CHOCOLATES project aims to establish a company dedicated to the production and commercialization of 100% natural, artisanal chocolate powder in Valledupar, Colombia. This initiative responds to the growing consumer demand for high-quality chocolate that is free from artificial additives. The project outlines a comprehensive business model that includes market analysis, financial projections, and marketing strategies to ensure sustainability and growth. Through the use of local ingredients and a commitment to quality, CTP CHOCOLATES seeks to not only satisfy consumer preferences but also contribute to the local economy by creating jobs and supporting local suppliers. The findings from surveys conducted with potential customers indicate a strong interest in the product, highlighting the opportunity for CTP to thrive in a competitive market. This paper presents the strategic framework for launching CTP CHOCOLATES, emphasizing the importance of quality, community engagement, and innovative marketing approaches.

Keywords: Chocolate powder, Natural, Artisanal, Sustainability, Colombian cocoa, Quality, Local market, Responsible consumption, Economic development, Entrepreneurship, Local suppliers, Environmental education, Marketing strategies, Innovation, Social responsibility, Sustainable production, Consumer well-being, Financial analysis, Profitability, Economic growth

Tabla de Contenido

Introducción.....	41
Planteamiento Del Proyecto	42
Marco Teórico	43
Objetivos.....	45
Objetivo General	45
Objetivos Específicos	45
Misión.....	46
Visión	47
Empresa “Ctp Chocolates”	48
Idea De Negocio	49
Elementos Clave De La Idea De Negocio	50
Personalización del Producto.....	50
Compromiso con la Sostenibilidad	50
Estrategias de Distribución Innovadoras	50
Educación del Consumidor.....	51
Razón Social.....	52
Flexibilidad en el Número de Socios.....	52
Aportes de Capital	52
Simplicidad en los Trámites	52

Responsabilidad Limitada	52
Como Se Creó Ctp Chocolate.....	53
Demanda de Productos Naturales.....	53
Oportunidad de Mercado.....	53
Desarrollo Económico Local.....	53
Situación En La Que Se Encuentra La Empresa Ctp Chocolate.....	54
Preparación para el Lanzamiento.....	54
Inversión Inicial.....	54
Análisis de Viabilidad	54
Desarrollo de Estrategias de Marketing.....	54
Compromiso con la Comunidad.....	54
Enfoque En La Sostenibilidad	55
Investigación de Mercado.....	55
Definición del Modelo de Negocio	55
Planificación Financiera	55
Desarrollo de la Propuesta de Valor.....	55
Estrategias De Marketing	56
Compromiso con la Comunidad.....	56
Enfoque en la Sostenibilidad	56
Planificación de la Producción	56

Permisos Y Licencias57

 Registro de la Empresa57

 Registro Tributario.....57

 Licencia Sanitaria57

 Permisos de Uso de Suelo.....57

 Registro de Marca.....57

 Permisos Ambientales57

 Certificaciones de Calidad.....58

Necesidades Que Cubre.....59

 Calidad y Sabor59

 Personalización59

 Accesibilidad59

 Desarrollo Económico Local.....59

 Sostenibilidad59

 Educación y Conciencia59

Porque Es Necesario Nuestro Producto.....61

 Salud y Bienestar61

 Alternativa a Productos Industrializados61

 Personalización61

 Apoyo a la Economía Local61

Compromiso con la Sostenibilidad	62
Cultura y Tradición.....	62
Educación sobre Consumo Responsable	62
Diferencia De Las Otras Marcas	63
100% Natural.....	63
Artesanal.....	63
Personalización	63
Sostenibilidad	63
Apoyo a la Economía Local	63
Enfoque en la Calidad.....	64
Compromiso Social	64
Educación del Consumidor.....	64
Logotipo	65
Ventajas Con La Competencia	66
Producto 100% Natural	66
Producción Artesanal.....	66
Personalización del Producto.....	66
Relación Directa con el Cliente.....	67
Educación y Conciencia	67
Flexibilidad en la Producción	67

Modelo De Negocio	68
Producción Artesanal.....	68
Personalización del Producto.....	68
Sostenibilidad	68
Apoyo a la Economía Local	68
Estrategias de Marketing y Distribución	69
Relación con el Cliente.....	69
Educación del Consumidor.....	69
Diversificación de Productos.....	69
Numero de empleando de CTP CHOCOLATES	70
Plan de marketing	70
Promoción.....	70
Distribución	70
Publicidad	70
Estrategia de Comunicación	70
Estrategia de Precios.....	70
Fidelización de Clientes.....	71
Producción Y Recursos Humanos	72
Proceso Productivo	72
Tostado del Cacao	72
Molienda.....	72

Mezclado	72
Empaque	72
Almacenamiento	73
Control de Calidad.....	73
Capacidad de Producción	73
Recursos Humanos	74
Estructura Organizacional.....	74
Fabricadores.....	74
Empacadores.....	74
Gerente Administrativo.....	74
Finanzas	74
Recursos Humanos	74
Capacitación y Desarrollo.....	74
Compromiso con el Bienestar del Personal.....	75
Generación De Empleo.....	76
Procesos a desarrollar	76
Proceso de Producción.....	76
Estandarización de Procesos.....	76
Control de Calidad.....	76
Proceso De Marketing Y Ventas	77
Investigación de Mercado.....	77
Desarrollo de Estrategias de Marketing.....	77

Establecimiento de Canales de Distribución	77
Proceso de Atención al Cliente.....	77
Capacitación del Personal.....	77
Recopilación de Retroalimentación	77
Proceso de Innovación y Desarrollo de Productos	77
Investigación y Desarrollo (I+D).....	77
Pruebas de Producto	78
Proceso de Sostenibilidad	78
Implementación de Prácticas Sostenibles	78
Educación y Conciencia Ambiental	78
Proceso de Gestión Financiera.....	78
Planificación Financiera	78
Control de Costos	78
Proceso de Recursos Humanos.....	78
Reclutamiento y Selección	78
Capacitación y Desarrollo.....	79
Certificaciones De Calidad Y Medio Ambientes	80
Certificaciones de Calidad.....	80
ISO 9001	80
HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).....	80
Certificación de Producto Orgánico	80
Certificación de Medio Ambiente	80

Duración De Producción Del Producto	81
Selección de Materias Primas.....	81
Duración	81
Tostado del Cacao	81
Duración	81
Molienda.....	81
Duración	81
Mezclado	82
Duración	82
Empaque	82
Duración	82
Almacenamiento	82
Duración	82
Tiempo Total Estimado	82
Capacidad De Producción De La Empresa CTP Chocolates.....	83
Suposiciones Iniciales.....	83
Tiempo de Producción por Lote	83
Cantidad de Unidades por Lote	83
Demanda del Mercado.....	84
Variabilidad en el Proceso.....	84
Sistemas Informáticos De Gestión Empresarial Y Comercial Para CTP Chocolates.....	85
ERP (Enterprise Resources Planning) o software de gestión empresarial.....	85

Características De Un Sistema De Gestión Empresarial	86
Integración de Procesos	86
Base de Datos Centralizada	86
Automatización de Tareas	86
Informes y Análisis.....	86
Escalabilidad.....	86
Mejora de la Colaboración.....	86
Beneficios De Implementar Un Sistema De Gestión Empresarial	87
Eficiencia Operativa	87
Mejor Toma de Decisiones.....	87
Mejora en la Gestión de Inventarios	87
Cumplimiento Normativo.....	87
Satisfacción del Cliente	87
Beneficios De Un Sistema ERP Para CTP Chocolates	88
Integración de Procesos	88
Gestión de Inventarios	88
Control de Producción.....	88
Análisis y Reportes	88
Mejora en la Atención al Cliente.....	88
Cumplimiento Normativo.....	88

Funcionalidades Clave a Considerar	89
Gestión de Ventas y CRM.....	89
Gestión de Producción.....	89
Informes y Análisis.....	89
Opciones de Software ERP para CTP Chocolates.....	89
Odoó	89
Zoho ERP	89
SAP Business One.....	89
Microsoft Dynamics 365	90
Oracle Net Suite	90
Consideraciones Para La Implementación.....	91
Evaluación de Necesidades.....	91
Presupuesto	91
Capacitación	91
Soporte Técnico.....	91
Empresario Autónomo De CTP Chocolates	92
Gestión de Producción.....	92
Control de Calidad.....	92
Gestión Financiera.....	92
Contabilidad.....	93
Análisis Financiero	93

Marketing y Ventas	93
Gestión de Ventas.....	93
Investigación de Mercado.....	93
Relaciones Con Clientes.....	94
Atención al Cliente	94
Fidelización de Clientes.....	94
Gestión de Recursos Humanos	94
Contratación y Capacitación.....	94
Gestión del Desempeño	94
Aspectos Legales y Regulatorios.....	94
Cumplimiento Normativo.....	94
Gestión de Contratos	94
Innovación y Desarrollo de Productos.....	95
Investigación y Desarrollo.....	95
Pruebas de Producto	95
Gestión de Proveedores	95
Selección de Proveedores	95
Negociación de Precios	95
Estrategia de Crecimiento.....	95
Expansión de Mercado	95
Desarrollo de Alianzas.....	95

Gestión de Tecnología	96
Implementación de Sistemas	96
Mantenimiento de Equipos.....	96
Contratacion De Trabajadores CTP Chocolates	97
Proceso De Contratación De Trabajadores Para CTP Chocolates.....	98
Planificación de la Contratación	98
Identificación de Necesidades	98
Definición de Roles	98
Elaboración de Descripciones de Puestos	98
Estrategias de Reclutamiento.....	98
Publicación de Ofertas.....	98
Redes de Contacto	98
Ferias de Empleo	99
Recepción y Filtrado de Solicitudes	99
Recopilación de Currículos.....	99
Filtrado Inicial	99
Proceso De Selección	100
Entrevistas	100
Entrevista Telefónica.....	100
Entrevista Presencial o Virtual	100
Pruebas de Habilidades.....	100
Verificación de Referencias.....	100

Toma de Decisiones.....	100
Evaluación de Candidatos.....	100
Selección Final.....	100
Oferta de Empleo.....	101
Presentación de la Oferta.....	101
Negociación.....	101
Incorporación de Nuevos Empleados.....	101
Documentación.....	101
Capacitación Inicial.....	101
Mentoría.....	101
Evaluación Y Seguimiento.....	102
Evaluación Del Desempeño.....	102
Retroalimentación.....	102
Organigrama.....	103
Descripción Textual del Organigrama.....	103
Director General.....	103
Gerente de Producción.....	103
Supervisores de Producción.....	103
Control de Calidad.....	103
Gerente de Ventas y Marketing.....	104
Equipo de Ventas.....	104

Equipo de Marketing	104
Gerente Administrativo.....	104
Finanzas	104
Recursos Humanos	104
Administración Financiera	105
Planificación Financiera	105
Proyecciones Financieras.....	105
Gestión de Ingresos	105
Diversificación de Productos.....	105
Control De Costos	106
Análisis de Costos	106
Optimización de Costos.....	106
Gestión de Flujos de Caja.....	106
Proyección de Flujos de Caja	106
Financiamiento	107
Fuentes de Financiamiento	107
Gestión de Deuda.....	107
Análisis de Rentabilidad.....	107
Cálculo de Margen de Utilidad.....	107
Punto de Equilibrio	107

Control Financiero.....	107
Informes Financieros	107
Gestión De Inversiones.....	108
Evaluación de Proyectos.....	108
Reinversión de Utilidades.....	108
Cumplimiento Legal y Fiscal	108
Regulaciones Fiscales.....	108
Asesoría Legal	108
Gestión de Riesgos Financieros.....	108
Identificación de Riesgos.....	108
Planes de Mitigación	108
Plan Financiero	110
Inversión Inicial.....	110
Proyecciones de Ingresos.....	110
Proyecciones de Costos	110
Punto de Equilibrio.....	110
Análisis de Rentabilidad	110
Costos	111
Costos Fijos Mensuales	111
Costos Variables Mensuales.....	111
Resumen de Costos.....	111

Ingresos.....	112
Estrategias de Generación de Ingresos	112
Diversificación de Productos.....	112
Canales de Distribución.....	112
Promociones y Descuentos.....	112
Marketing Digital	112
Fidelización de Clientes.....	112
Proyecciones de Ingresos.....	113
Ventas Mensuales	113
Crecimiento Anual.....	113
Control de Ingresos.....	113
Análisis de Ventas	113
Gestión de Cuentas por Cobrar.....	113
Reinversión de Ganancias	113
Estrategias De Control De Costos	114
Monitoreo Regular.....	114
Análisis de Costos	114
Negociación con Proveedores.....	114
Optimización de Procesos	114
Control de Inventarios	114
Capacitación del Personal.....	114

Herramientas De Control.....	115
Software de Gestión.....	115
Informes Financieros	115
Evaluación de Resultados	115
Análisis de Rentabilidad	115
Revisión de Presupuestos	115
Estructura Del Flujo De Caja.....	116
Entradas de Efectivo	116
Salidas de Efectivo	116
Importancia Del Flujo De Caja.....	118
Planificación Financiera	118
Identificación de Problemas	118
Toma de Decisiones.....	118
Proyecciones a Futuro	118
Crecimiento de Ventas	118
Control de Costos	118
Opciones De Financiamiento.....	119
Capital Propio	119
Aportaciones de los Fundadores.....	119
Familia y Amigos	119
Préstamos Bancarios.....	119

Préstamos Comerciales	119
Líneas de Crédito	119
Estrategias De Financiamiento	120
Gestión de Costos	120
Reinversión de Ganancias	120
Rentabilidad.....	121
Margen de Utilidad	121
Proyecciones de Ingresos.....	121
Costos Totales	121
Flujo de Caja Neto.....	121
Punto de Equilibrio	121
Recuperación de la Inversión	121
Rentabilidad Proyectada a Cinco Años	121
Control Financiero.....	123
Presupuesto	123
Elaboración de un Presupuesto Anual.....	123
Revisión Periódica.....	123
Monitoreo de Ingresos y Gastos	123
Registro Detallado	123
Análisis de Variaciones	123
Gestión De Flujos De Caja	124

Proyección de Flujos de Caja	124
Control de Cuentas por Cobrar	124
Análisis de Rentabilidad	124
Evaluación de Productos	124
Margen de Utilidad	124
Informes Financieros	124
Generación de Informes	124
Análisis de Resultados	124
Control de Costos	125
Revisión de Costos	125
Negociación con Proveedores.....	125
Auditoría Interna	125
Implementación de Auditorías.....	125
Gestión De Inversión	126
Identificación de Oportunidades de Inversión.....	126
Expansión de la Capacidad Productiva.....	126
Nuevos Productos	126
Análisis de Viabilidad	126
Estudio de Mercado.....	126
Proyecciones Financieras.....	126
Planificación Financiera	127
Presupuesto de Inversiones.....	127

Priorizar Inversiones.....	127
Monitoreo y Evaluación	127
Seguimiento de Proyectos	127
Revisión de Resultados.....	127
Reinversión de Ganancias	127
Utilizar Ganancias para Crecimiento.....	127
Diversificación de Inversiones	128
Explorar Nuevos Mercados	128
Gestión de Riesgos	128
Evaluación de Riesgos.....	128
Flexibilidad.....	128
Cumplimientos Legales A Seguir Para CTP Chocolates.....	129
Registro de la Empresa.....	129
Registro Tributario (RUT).....	129
Obligaciones Fiscales	129
Normativas Laborales.....	129
Seguridad Social	129
Regulaciones Sanitarias Y De Seguridad Alimentaria	130
Normas de Calidad	130
Licencias y Permisos	130
Protección del Medio Ambiente	130

Aspectos Contractuales.....	130
Auditorías Y Revisiones.....	131
Auditorías Internas	131
Asesoría Legal y Contable.....	131
Gestión De Riesgos Financieros.....	132
Identificación de Riesgos Financieros.....	132
Riesgo de Liquidez	132
Riesgo de Crédito	132
Riesgo de Mercado	132
Riesgo Cambiario	132
Evaluación De Riesgos.....	133
Análisis Cuantitativo	133
Análisis Cualitativo	133
Desarrollo de Estrategias de Mitigación.....	133
Diversificación.....	133
Control de Costos	133
Políticas de Crédito.....	133
Monitoreo Y Revisión.....	134
Seguimiento Continuo	134
Revisiones Periódicas	134
Plan de Contingencia.....	134

Preparación para Crisis	134
Fondo de Emergencia	134
Capacitación y Conciencia	134
Formación del Personal	134
Comunicación Interna	134
Asesoría Profesional	135
Consultores Financieros.....	135
Estudio De Mercado Ctp Chocolates.....	136
Descripción del Producto.....	136
Producto Principal	136
Análisis del Mercado	136
Tamaño del Mercado	136
Tendencias del Mercado	136
Segmentación del Mercado	136
Amas de Casa	136
Restaurantes y Cafeterías.....	136
Adultos Mayores	137
Estrategia De Precios.....	138
Análisis de la Demanda	138
Preferencias del Consumidor.....	138
Frecuencia de Consumo.....	138
Análisis de la Oferta	138

Competencia	138
Calidad del Producto	138
Análisis Del Sector Económico	139
Cualidades del Sector del Cacao en Colombia	139
Beneficios Económicos	139
Estrategias De Marketing	140
Promoción del Producto	140
Canales de Distribución	140
Conclusiones del Estudio de Mercado	140
Oportunidades Identificadas	140
Desafíos Potenciales	140
Localización De La Empresa CTP CHOCOLATES	141
Características del Local	141
Proximidad a Clientes y Proveedores	141
Cumplimiento Normativo	142
Análisis de la Zona	142
Ritmo De Crecimiento	143
Estacionalidad	144
Temporadas de Mayor Demanda	144
Festividades	144

Días Especiales	144
Temporadas de Menor Demanda.....	144
Verano	144
Estrategias para Mitigar la Estacionalidad.....	144
Promociones y Ofertas.....	144
Diversificación de Productos.....	145
Análisis de Ventas Históricas	145
Marketing Estacional	145
Segmentacion.....	146
Edad.....	146
Género	146
Nivel Socioeconómico.....	146
Segmentación Geográfica.....	146
Ubicación.....	146
Segmentación Psicográfica.....	146
Estilo de Vida	146
Motivaciones de Compra.....	146
Segmentación Conductual	147
Frecuencia de Compra.....	147
Lealtad a la Marca	147
Segmentación por Uso.....	147

Uso Familiar	147
Uso Comercial	147
Novedades	147
Lanzamiento de Nuevos Productos	147
Innovaciones en el Proceso de Producción.....	148
Estrategias de Marketing	148
Eventos y Promociones.....	148
Responsabilidad Social y Sostenibilidad	148
Feedback del Cliente	148
Fuerzas Competitivas.....	149
Rivalidad entre Competidores	149
Amenaza de Nuevos Entrantes	149
Poder de Negociación de los Proveedores.....	149
Poder de Negociación de los Compradores	149
Amenaza de Productos Sustitutos.....	149
Clientes	150
Proveedores	150
Dificultades Y Barreras	151
Requisitos de Capital.....	151
Diferenciación de Producto	151
Acceso a Canales de Distribución	151

Conocimiento del Mercado	151
Regulaciones y Normativas	151
Curva de Aprendizaje	152
Clientes Objetivo	153
Perfil Demográfico	153
Edad	153
Género	153
Nivel Socioeconómico	153
Ubicación	153
Motivos de Compra	153
Calidad del Producto	153
Salud y Bienestar	153
Uso Familiar	154
Regalos y Ocasiones Especiales	154
Hábitos de Compra	154
Frecuencia de Compra	154
Canales de Compra	154
Investigación de Productos	154
Personas	155
Amas de Casa	155
Consumidores Individuales	155
Pymes	155

Restaurantes y Cafeterías.....	155
No se Enfoca en la Administración	156
Número De Clientes Potenciales	157
Segmentación del Mercado	157
Consumo Promedio	157
Estimación de Facturación Total.....	157
Perfil Medio de la Clientela.....	157
Grupo de Edad.....	157
Sexo	158
Nivel Económico	158
Nivel Cultural	158
Nivel Tecnológico	158
Ubicación.....	158
Estilo de Vida	158
Gustos	158
Motivo de Compra.....	159
Capacidad de Compra.....	159
Cientes Pymes (Restaurantes y Cafeterías)	159
Facturación	159
Funcionamiento	159
Hábitos de Compra	159
Uso de la Tecnología	159

Criterios de Selección de Proveedores	160
Compra Del Producto	161
Momento del Día.....	161
Época del Año	161
Número de Unidades por Compra.....	161
Frecuencia de Repetición.....	161
Formas De Pago Para Clientes	162
Pago al Contado.....	162
Pago por crédito.....	162
Previsión De Ventas	163
Número de clientes que piensa tener CTP Chocolates	163
Promedio de consumo para clientes de CTP Chocolates.....	163
Competidores Indirectos.....	164
Marcas de Chocolate Industrial	164
Marcas Locales de Chocolate	164
Métodos de Producción	164
Distribución	164
Publicidad y Marketing	165
Reconocimiento de Marca	165
Economías de Escala	165
Red de Distribución	165
Falta de Personalización	165

Calidad del Producto	165
Sostenibilidad	166
Estrategia Comercial.....	167
Característica comercial y técnica del producto	167
Calidad.....	167
Producto 100% Natural	167
Proceso Artesanal	167
Diseño.....	167
Empaque Atractivo	167
Etiquetas Informativas	167
Línea de Producto Única	167
Asesoramiento al Cliente.....	168
Entrega a Domicilio.....	168
Marca CTP.....	168
Referencia de productos CTP chocolates	168
Posicionamiento.....	169
Estrategia de Posicionamiento	169
Calidad Superior	169
Precio Competitivo	169
Valor Añadido	169
Estrategia De Precios Para CTP	170
Análisis de Costos	170

Costo de Producción.....	170
Costo de Empaque.....	170
Precio de Venta.....	170
Posicionamiento en el Mercado.....	170
Descuentos y Promociones.....	170
Valor Añadido.....	171
Revisión Periódica de Precios.....	171
Análisis De Costos Y Precios.....	172
Costos de Producción.....	172
Precio de Venta.....	172
Margen de Utilidad.....	172
Viabilidad Del Negocio.....	173
Cobertura de Costos.....	173
Sostenibilidad Financiera.....	173
Estrategia De Ventas Y Distribución.....	173
Promoción del Producto.....	173
Ventas a Domicilio.....	173
Relaciones con Clientes.....	173
Campañas Publicitarias.....	174
Estrategia de Comunicación.....	174
Labor Comercial.....	175
Comerciales.....	176

Cacao	177
Orígenes del Cacao	178
Civilizaciones Precolombinas.....	178
Cultura Maya	178
Civilización Azteca	178
La Introducción del Cacao en Europa	178
Desarrollo de la Industria del Chocolate	179
Marcas Icónicas	179
Cacao en la Actualidad	179
Tendencias Modernas	179
Maíz cariaco	180
Orígenes del Maíz.....	180
Cultivo Ancestral.....	180
Variedades de Maíz	181
Desarrollo y Difusión	181
Situación Actual	181
Entrevista A Tienderos	182
Preguntas al entrevistado	182
¿Personas que más consumen el producto (chocolate en polvo) en el sector?	182
¿Qué tal les ha parecido a las personas que consumen el producto?.....	182
¿Que nos puede decir del precio del producto?	182
¿Cada cuánto consumen el producto sus clientes?	182

Análisis e interpretación de los resultados.....182

 Análisis de la situación actual182

Conclusión.....190

Referencias Bibliográficas.....193

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Segmentación de clientes de la empresa CTP CHOCOLATES</i>	155
Tabla 2 <i>le gusta el chocolate</i>	182
Tabla 3 <i>Por qué consume usted el chocolate</i>	183
Tabla 4 <i>con que regularidad consumen el chocolate</i>	183
Tabla 5 <i>trae beneficios para la salud este chocolate</i>	184
Tabla 6 <i>consumiría chocolate, personas con problemas de presión arterial, diabetes, enfermedades cardiovasculares, cerebrovasculares</i>	184
Tabla 7 <i>conoce usted o ha escuchado acerca de harina de chocolate</i>	184
Tabla 8 <i>sabía usted que el consumo de harina de chocolate mejoraría su salud</i>	185
Tabla 9 <i>Sabía usted que la harina de chocolate puede ser consumido como alimento, ya que su alto valor nutricional lo hace diferente a los otros chocolates</i>	185
Tabla 10 <i>considera usted que la creación de una empresa dedicada a la comercialización de chocolate mejoraría el desarrollo económico de Valledupar</i>	186
Tabla 11 <i>le gustaría que en Valledupar exista una empresa dedicada a la comercialización de harina de chocolate</i>	186
Tabla 12 <i>Dónde compra el chocolate que consume</i>	187
Tabla 13 <i>Por qué motivo cree que no se consume este tipo de chocolate</i>	187
Tabla 14 <i>Cuánto estaría dispuesto a pagar por el chocolate</i>	188
Tabla 15 <i>A través de qué medios se informa de los productos que consume</i>	188
Tabla 16 <i>incluiría en su alimentación harina de chocolate</i>	189

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Logotipo de la empresa CTP CHOCOLATES.</i>	65
Figura 2 <i>Constitución de CTP Chocolates</i>	102
Figura 3 <i>Organigrama de la empresa CTP CHOCOLATES.</i>	103
Figura 4 <i>Ubicación exacta de CTP CHOCOLATES</i>	141
Figura 5 <i>Cacao seco</i>	177
Figura 6 <i>Tipos de Cacao</i>	177
Figura 7 <i>Diferentes tipos de maíz cariaco.</i>	180

Introducción

En un mundo donde la demanda de productos naturales y saludables está en constante crecimiento, la industria del chocolate se presenta como una oportunidad única para satisfacer las expectativas de los consumidores. El proyecto CTP surge con la visión de establecer una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de chocolate en polvo 100% natural, artesanal y de alta calidad en la ciudad de Valledupar, Colombia. La propuesta de CTP no solo busca ofrecer un producto que resalte los sabores auténticos del cacao colombiano, sino que también se enfoca en prácticas sostenibles que promuevan el desarrollo económico local. A través de la utilización de insumos nacionales y la generación de empleo, CTP se posiciona como un actor clave en la revitalización de la economía regional, al tiempo que contribuye a la conservación del medio ambiente. Este proyecto responde a una necesidad insatisfecha en el mercado local, donde los consumidores buscan opciones que combinen calidad, accesibilidad y personalización. Con un enfoque en la innovación y la responsabilidad social, CTP se propone no solo satisfacer la demanda de chocolate en polvo, sino también transformar el consumo cotidiano en una experiencia saludable y sostenible. A lo largo de este documento, se presentará un análisis exhaustivo del mercado, un estudio técnico, proyecciones financieras y estrategias de mercadeo que respaldan la viabilidad del proyecto. Asimismo, se abordarán aspectos fundamentales como la justificación de la propuesta, el planteamiento del problema que busca resolver y los beneficios económicos y sociales que se derivan de su implementación. Con ello, se establece un marco sólido para el desarrollo exitoso de CTP, una empresa que aspira a convertirse en líder en el mercado local y regional de productos derivados del cacao.

Planteamiento del Proyecto

A pesar de la creciente demanda de chocolate en polvo en la región de Valledupar, el mercado local presenta una notable carencia de opciones que combinen calidad, accesibilidad y personalización. La mayoría de los productos disponibles son industrializados, lo que limita el acceso a alternativas realmente naturales y saludables. Esta situación ha generado un vacío en el mercado que CTP se propone llenar. El proyecto CTP tiene como objetivo la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de chocolate en polvo 100% natural y artesanal. La propuesta se fundamenta en la necesidad de ofrecer un producto que no solo cumpla con los estándares de calidad, sino que también se adapte a las preferencias individuales de los consumidores. A través de un enfoque en la personalización, CTP busca transformar el consumo cotidiano de chocolate en una experiencia única y saludable. Además, el planteamiento del proyecto incluye la revisión y optimización de los procesos productivos para garantizar la eficiencia en costos, calidad y servicio. Se implementarán prácticas de producción sostenible que minimicen el impacto ambiental, alineándose con las tendencias actuales de responsabilidad social y sostenibilidad. Esto no solo beneficiará a los consumidores, sino que también fomentará el desarrollo económico local al utilizar insumos nacionales y generar empleo directo e indirecto. El proyecto CTP se basa en un análisis exhaustivo de la viabilidad del negocio, que incluye un estudio de mercado, evaluación técnica y proyecciones financieras. Se espera que, mediante la implementación de estrategias de distribución innovadora y un enfoque en la calidad del producto, CTP logre posicionarse como un líder en el mercado regional de chocolate en polvo. El planteamiento del proyecto CTP busca abordar las deficiencias del mercado actual, ofreciendo un producto artesanal y saludable que responda a las expectativas de los consumidores, al tiempo que promueve el desarrollo sostenible y el bienestar de la comunidad.

Marco Teórico

El chocolate artesanal se distingue por su producción a partir de métodos tradicionales y la utilización de ingredientes de alta calidad, sin la inclusión de aditivos ni conservantes. A diferencia del chocolate industrial, el chocolate artesanal se caracteriza por un proceso de elaboración meticuloso que resalta los sabores y aromas naturales del cacao. Este enfoque no solo busca ofrecer un producto de alta calidad, sino también proporcionar una experiencia sensorial única al consumidor, promoviendo la autenticidad y la personalización del producto. Colombia se posiciona como uno de los países con mayor diversidad genética de cacao a nivel mundial, lo que le otorga una ventaja competitiva en la producción de chocolate de alta calidad. La industria del cacao es fundamental para la economía rural, ya que no solo genera ingresos para los agricultores, sino que también contribuye a la conservación del medio ambiente y la biodiversidad. CTP se propone utilizar cacao colombiano, apoyando a los agricultores locales y fomentando el desarrollo sostenible en la región. La sostenibilidad en la producción de alimentos es un aspecto crucial en la actualidad. CTP se compromete a implementar prácticas responsables que minimicen el impacto ambiental, tales como el uso de empaques biodegradables y la reducción de la huella de carbono. Al priorizar el uso de insumos nacionales, la empresa no solo fortalece la economía local, sino que también genera empleo, promoviendo un modelo de negocio que beneficia a la comunidad y contribuye al bienestar social. El mercado del chocolate en polvo ha experimentado un crecimiento constante, impulsado por la creciente demanda de productos naturales y saludables. Los consumidores actuales buscan opciones que no solo sean deliciosas, sino que también ofrezcan beneficios para la salud. Un análisis de la competencia revela que, aunque existen varias marcas en el mercado, hay una oportunidad significativa para CTP al ofrecer un producto artesanal y personalizable que se adapte a las preferencias del

consumidor, llenando así un vacío en el mercado local. El chocolate en polvo 100% natural es reconocido por sus propiedades antioxidantes y su capacidad para mejorar el estado de ánimo. A diferencia de los productos procesados, que a menudo contienen azúcares añadidos y conservantes, el chocolate natural ofrece una opción más saludable para los consumidores. CTP se enfocará en educar a sus clientes sobre los beneficios de elegir productos naturales, posicionándose como una alternativa saludable y responsable en el mercado. Para posicionar a CTP en el mercado, se implementarán diversas estrategias de marketing, que incluirán el uso de redes sociales, promociones y colaboraciones con restaurantes y cafeterías locales. La creación de una tienda en línea facilitará el acceso a los productos y permitirá a los consumidores conocer más sobre la historia y los valores de la marca, fomentando así una conexión más cercana con el cliente. Es fundamental que CTP cumpla con todas las regulaciones y normativas relacionadas con la producción y comercialización de alimentos en Colombia. Esto incluye la obtención de licencias, el cumplimiento de estándares de calidad y la implementación de prácticas de higiene y seguridad alimentaria. Asegurarse de que todos los procesos estén alineados con la legislación vigente es clave para el éxito y la sostenibilidad del negocio, garantizando la confianza del consumidor en los productos ofrecidos.

Objetivos

Objetivo General

Establecer CTP como una empresa líder en la producción y comercialización de chocolate en polvo 100% natural y artesanal, promoviendo la sostenibilidad y el desarrollo económico local.

Objetivos Específicos

Desarrollar un proceso de producción eficiente y sostenible que garantice la calidad del chocolate en polvo, desde la selección de materias primas hasta el empaque del producto final. Implementar un sistema de control de calidad riguroso en cada etapa del proceso productivo para asegurar que el producto cumpla con los estándares establecidos. Realizar estudios de mercado para identificar las preferencias de los consumidores y adaptar la oferta de productos a sus necesidades. Establecer alianzas estratégicas con proveedores locales para asegurar la calidad y disponibilidad de materias primas, así como fomentar el desarrollo económico de la región. Desarrollar e implementar estrategias de marketing que posicionen la marca CTP en el mercado y atraigan a los consumidores, utilizando canales digitales y tradicionales. Fomentar la educación del consumidor sobre los beneficios del chocolate natural y las prácticas sostenibles, creando conciencia sobre la importancia de elegir productos responsables. Generar empleo directo e indirecto en la comunidad, contribuyendo al desarrollo económico local y fortaleciendo la economía regional.

Misión

La misión de CTP CHOCOLATES es brindar a sus clientes chocolate en polvo de alta calidad, elaborado de manera artesanal con ingredientes 100% naturales, que combine tradición, sabor y sostenibilidad. La empresa se compromete a promover hábitos alimenticios saludables y a contribuir al desarrollo económico local mediante prácticas responsables con el medio ambiente y la comunidad.

Visión

La visión de CTP CHOCOLATES es convertirse en un líder en el mercado regional y nacional de productos derivados del cacao, reconocido por la calidad de su chocolate en polvo 100% natural y su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. La empresa aspira a ser un referente en la producción artesanal de chocolate, promoviendo hábitos de consumo saludables y contribuyendo al desarrollo económico local a través de la generación de empleo y el uso de insumos nacionales.

Se busca innovar constantemente en sus procesos y productos, adaptándose a las tendencias del mercado y fortaleciendo su relación con la comunidad y el medio ambiente.

Empresa “CTP Chocolates”

Es una empresa dedicada a la producción y comercialización de chocolate en polvo 100% natural y artesanal. Su enfoque se centra en la calidad, la personalización del producto y la sostenibilidad. CTP busca establecer relaciones cercanas con sus clientes y educar a los consumidores sobre la importancia de elegir productos responsables y naturales. La empresa también se compromete a apoyar la economía local al utilizar insumos de proveedores locales y generar empleo en la región. Actualmente, CTP está en una fase de planificación y desarrollo, trabajando en su modelo de negocio y estrategias de marketing para posicionarse en el mercado.

Idea de Negocio

La idea de negocio de CTP se centra en la creación de una empresa artesanal dedicada a la fabricación y comercialización de chocolate en polvo 100% natural, con un enfoque en la sostenibilidad y la personalización del producto. CTP busca ofrecer a los consumidores una alternativa de alta calidad que combine tradición, sabor y beneficios para la salud, respondiendo a la creciente demanda de productos naturales y saludables en el mercado.

Elementos Clave de la Idea de Negocio

Producto Artesanal y Natural CTP se especializará en la producción de chocolate en polvo elaborado exclusivamente con cacao de alta calidad, sin conservantes ni aditivos. Este enfoque garantiza un producto que resalta los sabores auténticos del cacao colombiano y promueve un consumo más saludable.

Personalización del Producto

La empresa ofrecerá opciones de personalización, permitiendo a los clientes elegir entre diferentes presentaciones y niveles de intensidad de sabor. Esto no solo atenderá las preferencias individuales, sino que también creará una conexión más cercana entre el consumidor y el producto.

Compromiso con la Sostenibilidad

CTP se compromete a implementar prácticas de producción responsables que minimicen el impacto ambiental. Esto incluye el uso de empaques biodegradables, la reducción de residuos y la colaboración con proveedores que compartan valores de sostenibilidad.

Desarrollo Económico Local Al utilizar insumos nacionales y trabajar con agricultores locales, CTP contribuirá al desarrollo económico de la región. La empresa generará empleo directo e indirecto, fortaleciendo la economía local y promoviendo el uso de productos nacionales.

Estrategias de Distribución Innovadoras

CTP implementará un modelo de distribución que incluya ventas en línea y entregas a domicilio, facilitando el acceso a sus productos. Además, se establecerán alianzas con restaurantes y cafeterías locales para ampliar la presencia de la marca en el mercado.

Educación del Consumidor

La empresa se enfocará en educar a los consumidores sobre los beneficios del chocolate natural y las prácticas sostenibles, creando conciencia sobre la importancia de elegir productos que no solo sean deliciosos, sino también responsables. La idea de negocio de CTP se basa en ofrecer un chocolate en polvo artesanal y saludable que responda a las necesidades y preferencias de los consumidores, al tiempo que promueve la sostenibilidad y el desarrollo económico local. Con un enfoque en la calidad, la personalización y la responsabilidad social, CTP aspira a convertirse en un referente en el mercado regional de productos derivados del cacao.

Razón Social

La razón social de la empresa será CTP LTDA. Se ha optado por constituir la empresa como una Sociedad Limitada (LTDA) debido a varias ventajas que este tipo de estructura jurídica ofrece:

Flexibilidad en el Número de Socios

No existe un límite máximo de socios, lo que permite que la empresa pueda crecer y adaptarse a las necesidades del mercado y de los inversionistas.

Aportes de Capital

La constitución de una LTDA permite que se pueda iniciar la empresa con pequeños aportes de capital, facilitando la participación de socios que deseen invertir en el proyecto.

Simplicidad en los Trámites

Los trámites para la constitución y funcionamiento de una Sociedad Limitada son relativamente sencillos, lo que agiliza el proceso de puesta en marcha de la empresa.

Responsabilidad Limitada

Los socios de una LTDA tienen responsabilidad limitada, lo que significa que su responsabilidad se limita al monto de su aporte de capital, protegiendo así su patrimonio personal. La elección de CTP CHOCOLATES LTDA como razón social refleja el compromiso de la empresa con la calidad, la sostenibilidad y el desarrollo económico local, alineándose con los valores y objetivos que guiarán su operación en el mercado de chocolate en polvo artesanal.

Como se Creó CTP Chocolate

Se creó por varias deficiencias en el mercado de chocolate en polvo en la región de Valledupar y, en general, en la región Caribe colombiana. Las razones principales para su creación incluyen:

Demanda de Productos Naturales

Existe un creciente interés por parte de los consumidores en productos saludables y naturales. La mayoría de los chocolates en polvo disponibles en el mercado son industrializados y contienen conservantes y aditivos, lo que no satisface las expectativas de los consumidores que buscan alternativas más saludables.

Oportunidad de Mercado

A pesar de la alta demanda de chocolate en polvo, el mercado local carece de opciones que combinen calidad, accesibilidad y personalización. CTP busca llenar este vacío ofreciendo un producto artesanal, 100% natural y de alta calidad.

Desarrollo Económico Local

La creación de CTP también tiene como objetivo fomentar el desarrollo económico local al utilizar insumos nacionales y generar empleo directo e indirecto en la comunidad.

Sostenibilidad: La empresa se compromete a implementar prácticas responsables con el medio ambiente, alineándose con las tendencias actuales de sostenibilidad y responsabilidad social.

Situación en la que se Encuentra la Empresa CTP Chocolate

Nos encontramos en una fase de planificación y desarrollo, con el objetivo de establecerse como una empresa artesanal dedicada a la producción y comercialización de chocolate en polvo 100% natural. Algunas de las situaciones clave que podrían describir su estado actual son:

Preparación para el Lanzamiento

La empresa está en proceso de definir su modelo de negocio, realizar estudios de mercado y establecer su infraestructura productiva.

Inversión Inicial

Se ha estimado una inversión inicial para la compra de maquinaria, materias primas y otros costos operativos necesarios para iniciar la producción.

Análisis de Viabilidad

Se están llevando a cabo análisis de viabilidad técnica y financiera para asegurar que el proyecto sea sostenible y rentable a largo plazo.

Desarrollo de Estrategias de Marketing

CTP está trabajando en la creación de un plan de marketing para posicionar la marca en el mercado y atraer a los consumidores.

Compromiso con la Comunidad

La empresa tiene un enfoque en el desarrollo económico local, lo que implica establecer relaciones con proveedores locales y generar empleo en la región.

Enfoque en la Sostenibilidad

CTP CHOCOLATES se compromete a implementar prácticas sostenibles en su producción y operaciones, alineándose con las tendencias actuales de responsabilidad social y ambiental.

Estamos en una etapa de preparación y desarrollo, con un enfoque en la calidad, sostenibilidad y el impacto positivo en la comunidad local.

Hemos dado varios pasos importantes en su proceso de creación y desarrollo. Algunos de estos pasos incluyen:

Investigación de Mercado

Se ha realizado un análisis exhaustivo del mercado para identificar la demanda de chocolate en polvo 100% natural y las preferencias de los consumidores.

Definición del Modelo de Negocio

Se ha establecido un modelo de negocio que combina la producción artesanal, la sostenibilidad y la personalización del producto según las preferencias del cliente.

Planificación Financiera

Se han elaborado proyecciones financieras y un análisis de viabilidad para asegurar que el proyecto sea sostenible y rentable a largo plazo.

Desarrollo de la Propuesta de Valor

CTP ha definido su propuesta de valor, enfocándose en ofrecer un producto de alta calidad, libre de conservantes y con un enfoque en la salud y el bienestar del consumidor.

Estrategias de Marketing

Se están desarrollando estrategias de marketing para posicionar la marca en el mercado y atraer a los consumidores, incluyendo campañas promocionales y el uso de redes sociales.

Compromiso con la Comunidad

CTP ha establecido un enfoque en el desarrollo económico local, buscando colaborar con proveedores locales y generar empleo en la región.

Enfoque en la Sostenibilidad

Se han definido prácticas responsables con el medio ambiente que se implementarán en la producción y operaciones de la empresa.

Planificación de la Producción

Se han delineado los procesos de producción, desde la selección de materias primas hasta el empaque del producto final.

Permisos y Licencias

Para operar legalmente, se necesitará obtener varios permisos y licencias. Algunos de los más importantes incluyen:

Registro de la Empresa

Inscripción en la Cámara de Comercio para obtener la personería jurídica y el reconocimiento legal como empresa.

Registro Tributario

Obtener el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) para cumplir con las obligaciones fiscales.

Licencia Sanitaria

Solicitar una licencia sanitaria ante la Secretaría de Salud local, que garantice que la producción de alimentos cumple con las normativas de higiene y sanidad.

Permisos de Uso de Suelo

Verificar que el local donde se llevará a cabo la producción esté en una zona permitida para actividades industriales o comerciales, y obtener los permisos correspondientes.

Registro de Marca

Registrar la marca "CTP CHOCOLATES" ante la Superintendencia de Industria y Comercio para proteger la identidad de la empresa y evitar conflictos legales.

Permisos Ambientales

Si la producción genera residuos o tiene un impacto ambiental significativo, puede ser necesario obtener permisos ambientales de las autoridades competentes.

Certificaciones de Calidad

Considerar la obtención de certificaciones de calidad, como ISO, que pueden ayudar a mejorar la credibilidad y la confianza del consumidor en el producto.

Necesidades que Cubre

Cubre varias necesidades en el mercado y en la comunidad, entre las cuales se destacan:
Demanda de Productos Naturales Ofrece chocolate en polvo 100% natural, respondiendo a la creciente demanda de productos saludables y libres de conservantes y aditivos.

Calidad y Sabor

Proporciona un producto artesanal de alta calidad que destaca por su sabor tradicional, satisfaciendo las expectativas de los consumidores que buscan alternativas más auténticas.

Personalización

Permite a los clientes personalizar su producto según sus preferencias, lo que agrega un valor adicional y mejora la experiencia del consumidor.

Accesibilidad

A través de estrategias de distribución innovadoras, CTP busca garantizar que su producto esté disponible para un amplio público, incluyendo tiendas, restaurantes y servicios a domicilio.

Desarrollo Económico Local

Al utilizar insumos nacionales y colaborar con agricultores locales, CTP contribuye al desarrollo económico de la región, generando empleo y apoyando a la comunidad.

Sostenibilidad

Implementa prácticas responsables con el medio ambiente, lo que responde a la necesidad de los consumidores de apoyar empresas que se preocupan por el impacto ambiental.

Educación y Conciencia

A través de su enfoque en la sostenibilidad, CTP también busca educar a sus clientes sobre la importancia de consumir productos responsables y apoyar la economía local.

No solo satisface la necesidad de un producto de calidad, sino que también aborda preocupaciones más amplias relacionadas con la salud, la sostenibilidad y el desarrollo comunitario.

Porque es Necesario Nuestro Producto

El producto de CTP CHOCOLATES es necesario por varias razones que responden a las tendencias del mercado y a las necesidades de los consumidores. Algunas de las razones clave son:

Salud y Bienestar

En un contexto donde los consumidores están cada vez más preocupados por su salud, CTP ofrece chocolate en polvo 100% natural, libre de conservantes y aditivos. Esto satisface la demanda de opciones más saludables y nutritivas.

Alternativa a Productos Industrializados

La mayoría de los chocolates en polvo disponibles en el mercado son industrializados y contienen ingredientes artificiales. CTP proporciona una alternativa artesanal que se alinea con las preferencias de los consumidores que buscan productos más auténticos y naturales.

Personalización

La capacidad de personalizar el chocolate en polvo según las preferencias del cliente es un valor añadido que permite a CTP diferenciarse en el mercado y satisfacer las necesidades específicas de los consumidores.

Apoyo a la Economía Local

Al utilizar insumos nacionales y colaborar con agricultores locales, CTP contribuye al desarrollo económico de la región, lo que es especialmente importante en un contexto donde se busca fortalecer las economías locales.

Compromiso con la Sostenibilidad

CTP CHOCOLATES se compromete a implementar prácticas sostenibles en su producción, lo que responde a la creciente preocupación de los consumidores por el impacto ambiental de los productos que consumen.

Cultura y Tradición

Al ofrecer un producto que respeta las tradiciones locales en la producción de chocolate, CTP ayuda a preservar la cultura y los sabores autóctonos, lo que puede ser atractivo tanto para consumidores locales como para turistas.

Educación sobre Consumo Responsable

CTP también tiene la oportunidad de educar a los consumidores sobre la importancia de elegir productos responsables y de calidad, fomentando hábitos de consumo más conscientes. El producto de CTP CHOCOLATES es necesario porque no solo satisface la demanda de un chocolate de alta calidad y saludable, sino que también aborda preocupaciones más amplias relacionadas con la economía local, la sostenibilidad y la cultura

Diferencia de las Otras Marcas

El producto de CTP CHOCOLATES se diferencia de otros chocolates en polvo en el mercado por varias características clave:

100% Natural

A diferencia de muchos chocolates en polvo industrializados que contienen conservantes, aditivos y azúcares artificiales, CTP ofrece un chocolate en polvo 100% natural, elaborado sin ingredientes artificiales.

Artesanal

CTP se enfoca en la producción artesanal, lo que significa que cada lote de chocolate en polvo se elabora con atención al detalle y un enfoque en la calidad, en contraposición a los procesos de producción masiva que pueden comprometer el sabor y la calidad.

Personalización

CTP permite a los clientes personalizar su chocolate en polvo según sus preferencias, lo que no es común en productos industrializados. Esto ofrece una experiencia más adaptada a las necesidades individuales de los consumidores.

Sostenibilidad

La empresa se compromete a implementar prácticas sostenibles en su producción, como el uso de empaques biodegradables y la reducción de la huella ecológica, lo que la alinea con las tendencias actuales de responsabilidad ambiental.

Apoyo a la Economía Local

CTP utiliza insumos nacionales y colabora con agricultores locales, lo que no solo garantiza la frescura de los ingredientes, sino que también contribuye al desarrollo económico de la región.

Enfoque en la Calidad

CTP se centra en ofrecer un producto de alta calidad, utilizando cacao de primera y asegurando que el sabor y la textura sean superiores a los de los productos convencionales.

Compromiso Social

Además de su enfoque en la sostenibilidad ambiental, CTP también busca generar empleo y contribuir al bienestar de la comunidad local, lo que puede ser un factor diferenciador importante para los consumidores que valoran la responsabilidad social.

Educación del Consumidor

CTP tiene la oportunidad de educar a sus consumidores sobre la importancia de elegir productos naturales y responsables, lo que puede crear una conexión más profunda con la marca. Se diferencia de otros productos en el mercado por su enfoque en la naturalidad, la calidad, la personalización, la sostenibilidad y el compromiso con la comunidad, lo que lo convierte en una opción atractiva para los consumidores que buscan alternativas más saludables y responsables.

Logotipo

Al pensar en una figura, marca o símbolo que representara los valores o la idea que queríamos transmitir en cuanto a delicadeza, dulzura, atracción y sencillez al mismo tiempo, pensamos en la imagen de una taza de chocolate humeante que produjera atractivo. De manera, que, se consideró la siguiente imagen 1 como la más apropiada.

Figura 1

Logotipo de la empresa CTP CHOCOLATES.



Fuente. Logotipo de auditoria propia de la empresa CTP CHOCOLATES.

Slogan: "Entregamos Alegría"

Ventajas con la Competencia

Presenta varias ventajas competitivas en comparación con otros productos en el mercado de chocolate en polvo. Algunas de estas ventajas incluyen:

Producto 100% Natural

A diferencia de muchos competidores que ofrecen chocolates en polvo industrializados con conservantes y aditivos, CTP se enfoca en un producto completamente natural, lo que atrae a consumidores que buscan opciones más saludables.

Producción Artesanal

La elaboración artesanal del chocolate en polvo permite a CTP garantizar una calidad superior y un sabor auténtico, lo que puede diferenciarlo de los productos masivos que a menudo sacrifican calidad por cantidad.

Personalización del Producto

CTP ofrece la posibilidad de personalizar el chocolate en polvo según las preferencias del cliente, lo que no es común en la mayoría de los productos de la competencia. Esto permite una experiencia de consumo más adaptada y satisfactoria. Implementará prácticas sostenibles en su producción, como el uso de empaques biodegradables y la reducción de residuos, lo que puede atraer a consumidores conscientes del medio ambiente. Al utilizar insumos nacionales y colaborar con agricultores locales, CTP no solo garantiza la frescura de sus ingredientes, sino que también contribuye al desarrollo económico de la región, lo que puede resonar positivamente con los consumidores. Su enfoque compromete a ofrecer un chocolate en polvo de alta calidad, utilizando cacao de primera y asegurando que el sabor y la textura sean superiores a los de los productos convencionales.

Relación Directa con el Cliente

CTP puede establecer relaciones más cercanas con sus clientes a través de estrategias de distribución innovadoras, como el servicio a domicilio y contacto directo con clientes mayoristas, lo que puede mejorar la lealtad del cliente.

Educación y Conciencia

CTP tiene la oportunidad de educar a sus consumidores sobre la importancia de elegir productos naturales y responsables, creando una conexión más profunda con la marca y fomentando hábitos de consumo más conscientes.

Flexibilidad en la Producción

Al ser una empresa artesanal, CTP puede adaptarse más rápidamente a las tendencias del mercado y a las preferencias cambiantes de los consumidores en comparación con las grandes empresas que pueden tener procesos más rígidos. Tiene varias ventajas competitivas que le permiten destacarse en el mercado, incluyendo su enfoque en la naturalidad, la calidad, la personalización, la sostenibilidad y el compromiso con la comunidad. Estas características pueden atraer a un segmento de consumidores que valora productos responsables y de alta calidad.

Modelo de Negocio

CTP CHOCOLATES se basa en varios pilares fundamentales que integran la producción, comercialización y sostenibilidad. A continuación se describen los componentes clave de este modelo:

Producción Artesanal

CTP se enfoca en la fabricación de chocolate en polvo 100% natural a través de procesos artesanales. Esto garantiza un producto de alta calidad, con un sabor auténtico y sin conservantes ni aditivos.

Personalización del Producto

La empresa ofrece la posibilidad de personalizar el chocolate en polvo según las preferencias del cliente, lo que permite una experiencia de consumo único y adaptado a las necesidades individuales.

Sostenibilidad

CTP CHOCOLATES implementa prácticas responsables con el medio ambiente, como el uso de empaques biodegradables y la reducción de residuos en su proceso de producción. Esto no solo responde a la demanda de productos sostenibles, sino que también refuerza el compromiso de la empresa con la responsabilidad social.

Apoyo a la Economía Local

La empresa utiliza insumos nacionales y colabora con agricultores locales, lo que contribuye al desarrollo económico de la región y asegura la frescura de los ingredientes.

Estrategias de Marketing y Distribución

CTP desarrolla estrategias de marketing que destacan la calidad y los valores de la marca, utilizando canales de distribución innovadores para llegar a diferentes segmentos de mercado, incluyendo amas de casa, restaurantes y cafeterías.

Relación con el Cliente

La empresa busca establecer relaciones cercanas con sus clientes, ofreciendo atención personalizada y fomentando la lealtad a la marca. Esto incluye la posibilidad de recibir retroalimentación directa para mejorar continuamente el producto.

Educación del Consumidor

CTP tiene la oportunidad de educar a sus consumidores sobre la importancia de elegir productos naturales y responsables, creando conciencia sobre la sostenibilidad y el impacto de sus decisiones de compra.

Diversificación de Productos

Aunque el enfoque principal es el chocolate en polvo, CTP puede explorar la diversificación de su línea de productos en el futuro, ofreciendo diferentes presentaciones o sabores que respondan a las tendencias del mercado. CTP CHOCOLATES se centra en la producción artesanal de un producto de alta calidad, la personalización, la sostenibilidad, el apoyo a la economía local y la creación de relaciones sólidas con los clientes. Este enfoque integral permite a CTP diferenciarse en el mercado y satisfacer las necesidades de un segmento de consumidores que valora la calidad y la responsabilidad social.

Numero de empleando de CTP CHOCOLATES

CTP CHOCOLATES, al inicio de sus operaciones, comenzara con un equipo reducido formado por los socios del proyecto. A medida que la empresa crezca y la demanda aumente, se planea contratar más personal para las áreas de producción y ventas.

Plan de Marketing***Promoción***

Se llevarán a cabo campañas promocionales en puntos de venta, restaurantes y cafés, así como publicidad en redes sociales para aumentar la visibilidad del producto.

Distribución

Se desarrollará un sistema de distribución eficiente que incluya visitas regulares a clientes mayoristas y un servicio a domicilio para facilitar el acceso al producto.

Publicidad

Se utilizarán redes sociales y otros medios digitales para llegar a un público más amplio y generar interés en el chocolate en polvo.

Estrategia de Comunicación

Se promoverán folletos informativos y se realizarán presentaciones tienda a tienda, así como visitas a restaurantes y cafeterías de la ciudad para establecer relaciones cercanas con los clientes.

Estrategia de Precios

CTP CHOCOLATES ofrecerá un producto de excelente calidad a un precio competitivo, basado en un análisis del mercado y los costos de producción.

Fidelización de Clientes

Se implementarán promociones y descuentos para incentivar la compra recurrente y premiar a los clientes leales.

Producción y Recursos Humanos

La producción y los recursos humanos de CTP CHOCOLATES son componentes esenciales para el funcionamiento y éxito de la empresa la producción de la empresa se basará en un proceso artesanal y de alta calidad, mientras que su enfoque en los recursos humanos se centra en la capacitación, el bienestar del personal y la creación de un equipo comprometido con los valores de la empresa. Aquí se mostrarán varios aspectos:

Proceso Productivo

Selección de Materias Primas CTP se enfoca en la adquisición de cacao y otros ingredientes naturales de proveedores locales certificados, garantizando la calidad y frescura de los insumos:

Tostado del Cacao

Utiliza hornos industriales para tostar los granos de cacao, asegurando el desarrollo óptimo del sabor.

Molienda

Los granos tostados se muelen para obtener un polvo fino y homogéneo, que es la base del chocolate en polvo.

Mezclado

Se incorporan ingredientes adicionales, como maíz y especias, según las recetas específicas.

Empaque

Los productos se empacan en bolsas biodegradables con diseños atractivos que refuerzan la identidad artesanal y sostenible de la marca.

Almacenamiento

Los productos terminados se almacenan en condiciones controladas para preservar su calidad.

Control de Calidad

Se implementan controles en cada etapa del proceso productivo para garantizar que el producto cumpla con los estándares de calidad establecidos. Esto incluye pruebas de sabor, textura y composición nutricional.

Capacidad de Producción

CTP tiene proyecciones de producción que buscan cubrir la demanda local y regional, con un enfoque en la mejora continua de los procesos para optimizar costos y tiempos.

Recursos Humanos

Estructura Organizacional

Fabricadores

Encargados de la producción del chocolate en polvo, desde la selección de materias primas hasta el empaque.

Empacadores

Responsables de empaquetar el producto final de manera adecuada y atractiva.

Vendedores Gestionan las relaciones con los clientes y cierran acuerdos comerciales.

Gerente Administrativo

Maneja las operaciones internas de la empresa, incluyendo recursos humanos y finanzas.

Finanzas

Encargado del presupuesto, pagos y análisis financiero.

Recursos Humanos

Administra la contratación, capacitación y bienestar del personal.

Capacitación y Desarrollo

CTP se compromete a capacitar a su personal en las mejores prácticas de producción, atención al cliente y sostenibilidad, asegurando que todos los empleados estén alineados con los valores y objetivos de la empresa.

Compromiso con el Bienestar del Personal

La empresa busca crear un ambiente de trabajo positivo y motivador, promoviendo el bienestar y la satisfacción de sus empleados, lo que puede contribuir a una mayor productividad y lealtad.

Generación de Empleo

CTP tiene como objetivo generar empleo directo e indirecto en la comunidad, contribuyendo al desarrollo económico local y fortaleciendo la economía regional.

Procesos a desarrollar

Implementar y optimizar varios procesos claves como:

Proceso de Producción

Optimización de la Cadena de Suministro: Establecer relaciones sólidas con proveedores locales para asegurar la calidad y disponibilidad de materias primas, así como optimizar la logística de adquisición.

Estandarización de Procesos

Documentar y estandarizar cada etapa del proceso productivo (tostado, molienda, mezclado, empaque) para garantizar la consistencia y calidad del producto final.

Control de Calidad

Implementar un sistema de control de calidad riguroso en cada etapa del proceso para asegurar que el chocolate en polvo cumpla con los estándares establecidos.

Proceso de Marketing y Ventas

Investigación de Mercado

Realizar estudios de mercado para identificar tendencias, preferencias de los consumidores y oportunidades de crecimiento.

Desarrollo de Estrategias de Marketing

Crear campañas de marketing efectivas que destaquen la calidad, sostenibilidad y personalización del producto, utilizando canales digitales y tradicionales.

Establecimiento de Canales de Distribución

Desarrollar una red de distribución que incluya tiendas locales, restaurantes, cafeterías y servicios de entrega a domicilio.

Proceso de Atención al Cliente

Capacitación del Personal

Capacitar al equipo de ventas y atención al cliente para ofrecer un servicio excepcional y resolver dudas o problemas de los consumidores.

Recopilación de Retroalimentación

Implementar mecanismos para recopilar y analizar la retroalimentación de los clientes, lo que permitirá realizar mejoras continuas en el producto y el servicio.

Proceso de Innovación y Desarrollo de Productos

Investigación y Desarrollo (I+D)

Establecer un equipo de I+D que explore nuevas recetas, sabores y presentaciones de chocolate en polvo, así como la posibilidad de diversificar la línea de productos.

Pruebas de Producto

Realizar pruebas de producto con grupos de enfoque para evaluar la aceptación de nuevas ofertas antes de su lanzamiento al mercado.

Proceso de Sostenibilidad***Implementación de Prácticas Sostenibles***

Desarrollar e implementar prácticas que minimicen el impacto ambiental, como el uso de empaques biodegradables y la gestión adecuada de residuos.

Educación y Conciencia Ambiental

Crear programas de educación para empleados y consumidores sobre la importancia de la sostenibilidad y el consumo responsable.

Proceso de Gestión Financiera***Planificación Financiera***

Establecer un plan financiero sólido que incluya proyecciones de ingresos, costos y análisis de rentabilidad.

Control de Costos

Implementar un sistema de control de costos para monitorear y optimizar los gastos operativos.

Proceso de Recursos Humanos***Reclutamiento y Selección***

Desarrollar un proceso de reclutamiento que atraiga talento calificado y alineado con los valores de la empresa.

Capacitación y Desarrollo

Implementar programas de capacitación continua para el personal, fomentando su desarrollo profesional y personal. Haciendo esto Podremos mejorar la eficiencia operativa, aumentar la satisfacción del cliente y fortalecer su posición en el mercado.

Certificaciones de Calidad y Medio Ambientes

Es un paso importante para garantizar la excelencia en productos y compromisos con la sostenibilidad. Describiremos algunas certificaciones relevantes para la empresa:

Certificaciones de Calidad

ISO 9001

Esta certificación se centra en la gestión de la calidad y es aplicable a cualquier organización. Certificarse bajo ISO 9001 implica establecer un sistema de gestión de calidad que garantice la mejora continua y la satisfacción del cliente. Para CTP, esto significaría documentar procesos, establecer estándares de calidad y realizar auditorías internas.

HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control)

Esta certificación es fundamental en la industria alimentaria y se centra en la seguridad alimentaria. Implementar un sistema HACCP ayudaría a CTP a identificar y controlar riesgos en el proceso de producción, asegurando que el chocolate en polvo sea seguro para el consumo.

Certificación de Producto Orgánico

Si CTP utiliza ingredientes orgánicos en su chocolate en polvo, podría buscar la certificación orgánica, que garantiza que los productos cumplen con estándares específicos de producción orgánica.

Certificación de Medio Ambiente

ISO 14001

Duración de Producción del Producto

El proceso de producción de CTP CHOCOLATES, al ser artesanal, puede variar en duración dependiendo de varios factores, como la cantidad de producto que se esté elaborando, la eficiencia de los equipos utilizados y la experiencia del personal. Sin embargo, a continuación se presenta un desglose general de las etapas del proceso de producción y una estimación del tiempo que podría tomar cada una

Selección de Materias Primas

Duración

Este proceso puede ser continuo, ya que implica la adquisición de cacao y otros ingredientes de proveedores locales. La selección en sí puede tomar unas pocas horas, dependiendo de la disponibilidad.

Tostado del Cacao

Duración

El tostado de los granos de cacao puede tomar entre 30 minutos a 2 horas, dependiendo del tipo de cacao y el método de tostado utilizado.

Molienda

Duración

La molienda de los granos tostados para obtener un polvo fino puede tomar entre 1 a 2 horas, dependiendo de la cantidad de cacao y maíz para la capacidad de la maquinaria utilizada.

Mezclado***Duración***

Incorporar los ingredientes adicionales (como maíz y especias) puede tomar entre 30 minutos a 1 hora, dependiendo de la complejidad de la receta y la cantidad de producto.

Empaque***Duración***

El proceso de empaque puede tomar entre 1 a 2 horas, dependiendo de la cantidad de producto a empaquetar y la eficiencia del equipo de empaque.

Almacenamiento***Duración***

El almacenamiento en condiciones controladas es un proceso continuo, pero la preparación para el almacenamiento puede tomar unas pocas horas.

Tiempo Total Estimado

En total, el proceso de producción de CTP CHOCOLATES podría tomar entre 4 a 8 horas para un lote de producción, dependiendo de la cantidad y la eficiencia de los procesos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que, al ser un proceso artesanal, la calidad y el cuidado en cada etapa son prioritarios, lo que puede influir en el tiempo total. Además, si CTP CHOCOLATES busca aumentar su capacidad de producción o implementar mejoras en la eficiencia, podría considerar la inversión en maquinaria más avanzada o la optimización de los procesos, lo que podría reducir el tiempo total de producción.

Capacidad de Producción de la Empresa CTP Chocolates

La capacidad de producción de CTP CHOCOLATES dependerá de varios factores, incluyendo el tiempo total del proceso de producción, la cantidad de personal disponible, la eficiencia de los equipos y la demanda del mercado. A continuación, se presenta un cálculo estimado basado en la información proporcionada

Suposiciones Iniciales

Tiempo de Producción por Lote

Se estima que el proceso de producción de un lote toma entre 4 a 8 horas, como se mencionó anteriormente.

Cantidad de Unidades por Lote

Supongamos que cada lote produce 600 unidades de chocolate en polvo (esto puede variar según la capacidad de la maquinaria y el tamaño del lote).

Cálculo de Producción Diaria

Producción en un Día:

Si se producen 100 unidades en un lote y se pueden realizar 4 lotes en un día (suponiendo un tiempo de producción de 8 horas por lote), la producción diaria sería:

$$10 \text{ unidades/lote} \times 10 \text{ lotes/día} = 100 \text{ unidades/día.}$$

Producción en un Mes:

Si CTP opera 30 días al mes, la producción mensual sería:

$$100 \text{ unidades/día} \times 30 \text{ días/mes} = 3000 \text{ unidades/mes.}$$

Producción Diaria Estimada: 100 unidades.

Producción Mensual Estimada: 3000 unidades.

Consideraciones

Aumento de Capacidad

Si CTP decide aumentar la capacidad de producción, por ejemplo, al implementar maquinaria más eficiente o al aumentar el número de turnos de trabajo, la producción diaria y mensual podría incrementarse significativamente.

Demanda del Mercado

La producción real también dependerá de la demanda del mercado. Si la demanda es mayor, CTP podría ajustar su producción en consecuencia.

Variabilidad en el Proceso

La duración del proceso de producción puede variar, lo que afectaría la cantidad de unidades producidas en un día.

Sistemas Informáticos de Gestión Empresarial y Comercial para CTP Chocolates

Un sistema informático de gestión empresarial puede ser una decisión estratégica clave para CTP CHOCOLATES, ya que permitirá optimizar procesos, mejorar la eficiencia operativa y facilitar la toma de decisiones. Al elegir un sistema, es importante considerar las necesidades específicas de la empresa, el presupuesto y la escalabilidad del software.

ERP (Enterprise Resources Planning) o Software de Gestión Empresarial

Es una herramienta integral que ayuda a las organizaciones a gestionar y automatizar diversos procesos de negocio. Estos sistemas son fundamentales para mejorar la eficiencia operativa, la toma de decisiones y la colaboración entre diferentes departamentos de una empresa.

Características de un Sistema de Gestión Empresarial

Integración de Procesos

Un ERP integra diferentes funciones de negocio, como finanzas, recursos humanos, producción, ventas, marketing y gestión de la cadena de suministro, en una única plataforma.

Base de Datos Centralizada

Todos los datos se almacenan en una base de datos centralizada, lo que permite un acceso fácil y rápido a la información y evita la duplicación de datos.

Automatización de Tareas

Los sistemas ERP automatizan tareas repetitivas y procesos manuales, lo que reduce errores y libera tiempo para que los empleados se concentren en actividades más estratégicas.

Informes y Análisis

Proporcionan herramientas de informes y análisis que permiten a los gerentes y directivos tomar decisiones informadas basadas en datos en tiempo real.

Escalabilidad

Los sistemas ERP son escalables, lo que significa que pueden adaptarse al crecimiento de la empresa y a la incorporación de nuevas funciones o módulos según sea necesario.

Mejora de la Colaboración

Facilitan la colaboración entre departamentos al proporcionar una visión unificada de la información y permitir la comunicación fluida.

Beneficios de Implementar un Sistema de Gestión Empresarial

Eficiencia Operativa

Al automatizar procesos y mejorar la comunicación, las empresas pueden operar de manera más eficiente y reducir costos.

Mejor Toma de Decisiones

Con acceso a datos en tiempo real y análisis detallados, los gerentes pueden tomar decisiones más informadas y estratégicas.

Mejora en la Gestión de Inventarios

Los sistemas ERP ayudan a gestionar el inventario de manera más efectiva, optimizando los niveles de stock y reduciendo costos de almacenamiento.

Cumplimiento Normativo

Facilitan el cumplimiento de regulaciones y normativas al proporcionar herramientas para la gestión de documentos y auditorías.

Satisfacción del Cliente

Al mejorar la eficiencia y la gestión de pedidos, las empresas pueden ofrecer un mejor servicio al cliente, lo que se traduce en una mayor satisfacción y lealtad. (ERP) o comercial para CTP CHOCOLATES puede ser una decisión estratégica que impulse la eficiencia operativa, mejore la toma de decisiones y optimice la gestión de recursos. Se presentara una guía sobre cómo un sistema ERP puede beneficiar a CTP CHOCOLATES, así como algunas opciones de software que podrían ser adecuadas.

Beneficios de un Sistema ERP para CTP Chocolates

Integración de Procesos

Un ERP puede integrar todas las funciones de CTP, como producción, ventas, finanzas, inventario y recursos humanos, en una única plataforma. Esto facilita la comunicación y la colaboración entre departamentos.

Gestión de Inventarios

Permite un seguimiento en tiempo real de los niveles de inventario de materias primas y productos terminados, optimizando la gestión de stock y reduciendo costos de almacenamiento.

Control de Producción

Ayuda a planificar y controlar el proceso de producción, permitiendo a CTP gestionar la producción por lotes, programar tareas y optimizar el uso de recursos.

Análisis y Reportes

Proporciona herramientas de análisis y generación de informes que permiten a la dirección tomar decisiones informadas basadas en datos en tiempo real sobre ventas, costos y rendimiento.

Mejora en la Atención al Cliente

Facilita la gestión de pedidos y la atención al cliente, lo que puede resultar en una mayor satisfacción y lealtad del cliente.

Cumplimiento Normativo

Ayuda a CTP a cumplir con regulaciones y normativas del sector alimentario, proporcionando herramientas para la gestión de calidad y trazabilidad.

Funcionalidades Clave a Considerar

Gestión de Ventas y CRM

Para gestionar relaciones con clientes, seguimiento de ventas y gestión de pedidos.

Gestión Financiera: Para llevar un control de ingresos, gastos, facturación y contabilidad.

Gestión de Producción

Para planificar y controlar el proceso de producción, incluyendo la gestión de lotes.

Gestión de Inventarios: Para monitorear y gestionar el inventario de materias primas y productos terminados.

Informes y Análisis

Para generar informes sobre ventas, costos, producción y otros indicadores clave de rendimiento.

Opciones de Software ERP para CTP Chocolates

Odoo

Un software de gestión empresarial de código abierto que ofrece módulos para ventas, inventario, producción y contabilidad. Es flexible y escalable, lo que lo hace adecuado para empresas en crecimiento.

Zoho ERP

Ofrece una suite de aplicaciones que incluyen gestión de ventas, inventario, finanzas y más. Es fácil de usar y se adapta bien a pequeñas y medianas empresas.

SAP Business One

Una solución ERP diseñada para pequeñas y medianas empresas que ofrece funcionalidades completas para la gestión de finanzas, ventas, inventario y producción.

Microsoft Dynamics 365

Ofrece soluciones integradas para la gestión de finanzas, ventas y operaciones. Es altamente personalizable y se integra bien con otras herramientas de Microsoft.

Oracle Net Suite

Un ERP basado en la nube que proporciona herramientas para la gestión financiera, CRM, comercio electrónico y más. Es ideal para empresas que buscan una solución integral.

Consideraciones para la Implementación

Evaluación de Necesidades

Antes de elegir un sistema, es importante evaluar las necesidades específicas de CTP CHOCOLATES y definir los procesos que se desean optimizar.

Presupuesto

Considerar el costo de adquisición, implementación y mantenimiento del software.

Capacitación

Asegurarse de que el personal reciba la capacitación adecuada para utilizar el sistema de manera efectiva.

Soporte Técnico

Verificar que el proveedor ofrezca soporte técnico y actualizaciones regulares. Para CTP CHOCOLATES, ayudara a optimizar procesos, mejorar la eficiencia y facilitar la toma de decisiones. Al elegir un software ERP, es fundamental considerar las necesidades específicas de la empresa y buscar una solución que se adapte a su crecimiento y objetivos.

Empresario Autónomo de CTP Chocolates

El rol de un empresario autónomo en CTP CHOCOLATES es multifacético y requiere una combinación de habilidades en gestión, finanzas, marketing y producción. La capacidad de manejar diversas tareas y adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio es crucial para el éxito de la empresa. Además, el compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social puede diferenciar a CTP CHOCOLATES en un mercado competitivo, atrayendo a consumidores que valoran estos aspectos.

Un empresario autónomo en CTP CHOCOLATES desempeñara múltiples tareas y responsabilidades que son fundamentales para el funcionamiento y el éxito de la empresa. Detallare algunas de las tareas clave que podría realizar yo como empresario autónomo:

Gestión de Producción

Planificación de la Producción: Establecer un calendario de producción basado en la demanda del mercado y la capacidad de producción.

Control de Calidad

Supervisar el proceso de producción para garantizar que los productos cumplan con los estándares de calidad establecidos.

Gestión de Inventarios: Monitorear los niveles de inventario de materias primas y productos terminados, asegurando que haya suficiente stock para satisfacer la demanda.

Gestión Financiera

Elaboración de Presupuestos: Crear y gestionar el presupuesto de la empresa, controlando los ingresos y gastos.

Contabilidad

Llevar un registro de las transacciones financieras, incluyendo ventas, compras y gastos operativos.

Análisis Financiero

Realizar análisis de rentabilidad y costos para tomar decisiones informadas sobre precios y gastos.

Marketing y Ventas

Desarrollo de Estrategias de Marketing: Diseñar y ejecutar campañas publicitarias para promocionar los productos de CTP CHOCOLATES.

Gestión de Ventas

Establecer relaciones con clientes, gestionar pedidos y cerrar ventas.

Investigación de Mercado

Analizar las tendencias del mercado y la competencia para identificar oportunidades de crecimiento.

Relaciones con Clientes

Atención al Cliente

Proporcionar un excelente servicio al cliente, respondiendo a consultas y resolviendo problemas.

Fidelización de Clientes

Implementar estrategias para mantener la lealtad de los clientes y fomentar la repetición de compras.

Gestión de Recursos Humanos

Contratación y Capacitación

Reclutar, seleccionar y capacitar al personal necesario para las operaciones de la empresa.

Gestión del Desempeño

Evaluar el desempeño de los empleados y proporcionar retroalimentación y desarrollo profesional.

Aspectos Legales y Regulatorios

Cumplimiento Normativo

Asegurarse de que la empresa cumpla con todas las regulaciones y normativas del sector alimentario, incluyendo la obtención de licencias y permisos necesarios.

Gestión de Contratos

Negociar y gestionar contratos con proveedores, distribuidores y otros socios comerciales.

Innovación y Desarrollo de Productos

Investigación y Desarrollo

Explorar nuevas recetas y productos que puedan atraer a los consumidores y diferenciar a CTP CHOCOLATES en el mercado.

Pruebas de Producto

Realizar pruebas de nuevos productos y recopilar retroalimentación de los clientes.

Gestión de Proveedores

Selección de Proveedores

Identificar y seleccionar proveedores de materias primas de alta calidad.

Negociación de Precios

Negociar precios y condiciones de compra con los proveedores para optimizar costos.

Estrategia de Crecimiento

Expansión de Mercado

Identificar oportunidades para expandir la presencia de CTP CHOCOLATES en nuevos mercados o segmentos.

Desarrollo de Alianzas

Establecer alianzas estratégicas con otras empresas o distribuidores para aumentar la visibilidad y las ventas.

Gestión de Tecnología

Implementación de Sistemas

Evaluar e implementar sistemas informáticos de gestión empresarial (ERP) para optimizar procesos y mejorar la eficiencia.

Mantenimiento de Equipos

Asegurarse de que la maquinaria y los equipos estén en buen estado y se mantengan adecuadamente. Yo como empresario autónomo en CTP CHOCOLATES debo ser versátil y estar preparado para asumir diversas responsabilidades que abarcan desde la producción y la gestión financiera hasta el marketing y la atención al cliente. La capacidad de gestionar múltiples tareas de manera efectiva es crucial para el éxito y el crecimiento de la empresa.

Contratacion de Trabajadores CTP Chocolates

Es un proceso fundamental para asegurar que la empresa cuente con el personal adecuado para llevar a cabo sus operaciones de manera eficiente y efectiva. La contratación de trabajadores para CTP CHOCOLATES debe ser metódico y bien estructurado para atraer y seleccionar al personal adecuado. Al seguir estos pasos, CTP puede asegurarse de que está construyendo un equipo competente y comprometido que contribuya al éxito y crecimiento de la empresa. Se presentara una guía sobre el proceso de contratación, las consideraciones clave y los roles que podrían ser necesarios en la empresa.

Proceso de Contratación de Trabajadores para CTP Chocolates

Planificación de la Contratación

Identificación de Necesidades

Evaluar las necesidades actuales y futuras de personal en función de la demanda del mercado y la capacidad de producción.

Definición de Roles

Determinar los puestos que se necesitan cubrir, incluyendo descripciones de trabajo y requisitos específicos.

Elaboración de Descripciones de Puestos

Crear descripciones de puestos que incluyan:

Título del puesto.

Responsabilidades y tareas específicas.

Requisitos de educación y experiencia.

Habilidades y competencias necesarias.

Condiciones laborales y beneficios ofrecidos.

Estrategias de Reclutamiento

Publicación de Ofertas

Anunciar las vacantes en plataformas de empleo, redes sociales, el sitio web de la empresa y en instituciones educativas locales.

Redes de Contacto

Utilizar redes de contactos y referencias internas para atraer candidatos calificados.

Ferias de Empleo

Participar en ferias de empleo para interactuar directamente con posibles candidatos.

Recepción y Filtrado de Solicitudes

Recopilación de Currículos

Recoger currículos y cartas de presentación de los candidatos interesados.

Filtrado Inicial

Revisar las solicitudes y seleccionar a aquellos que cumplen con los requisitos establecidos en las descripciones de puestos.

Proceso de Selección

Entrevistas

Entrevista Telefónica

Realizar una entrevista inicial para evaluar la idoneidad Del candidato.

Entrevista Presencial o Virtual

Llevar a cabo entrevistas más profundas para evaluar habilidades, experiencia y ajuste cultural.

Pruebas de Habilidades

Si es necesario, realizar pruebas prácticas para evaluar las habilidades específicas requeridas para el puesto.

Verificación de Referencias

Contactar a referencias laborales para obtener información sobre el desempeño y la ética laboral de los candidatos.

Toma de Decisiones

Evaluación de Candidatos

Comparar a los candidatos seleccionados en función de sus habilidades, experiencia y ajuste a la cultura de la empresa.

Selección Final

Elegir a los candidatos que mejor se alineen con las necesidades de CTP CHOCOLATES y hacerles una oferta formal.

Oferta de Empleo

Presentación de la Oferta

Comunicar la oferta de empleo al candidato seleccionado, incluyendo detalles sobre salario, beneficios y condiciones laborales.

Negociación

Estar abierto a discutir y negociar términos si es necesario.

Incorporación de Nuevos Empleados

Documentación

Asegurarse de que todos los documentos necesarios (contratos, formularios fiscales, etc.) estén completos y firmados.

Capacitación Inicial

Proporcionar una capacitación inicial que incluya:

Introducción a la empresa y su cultura.

Capacitación en procesos específicos de producción, ventas o administración.

Normas de seguridad y salud laboral.

Mentoría

Asignar UN mentor o supervisor que guíe a los nuevos empleados durante su período de adaptación.

Evaluación y Seguimiento

Evaluación del Desempeño

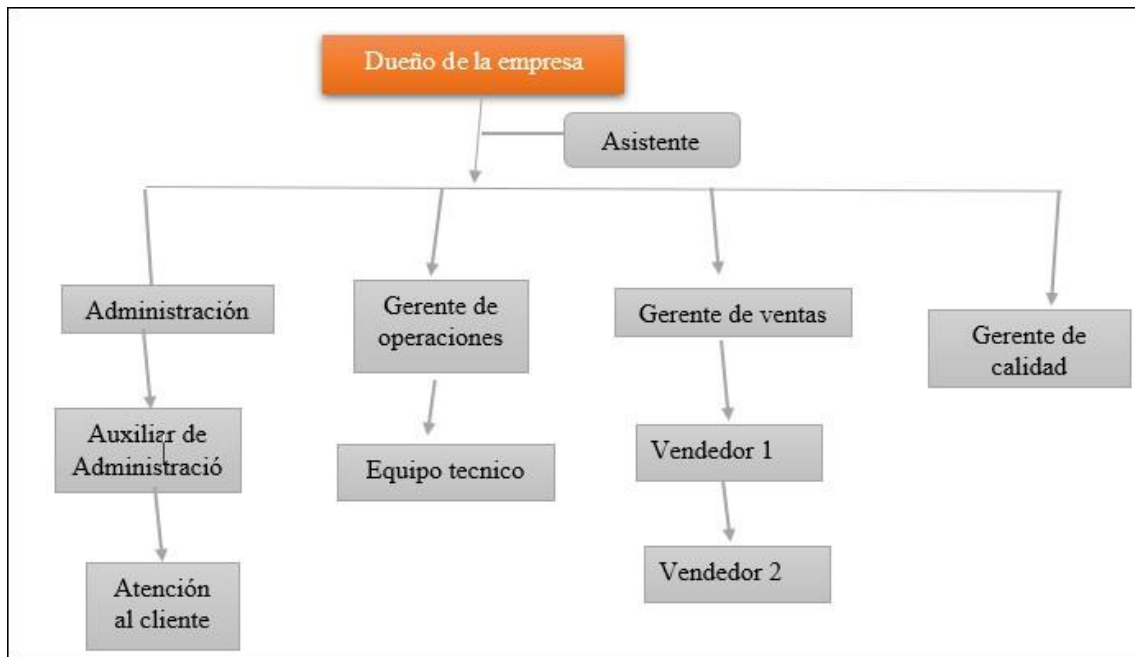
Realizar evaluaciones periódicas del desempeño de los nuevos empleados para asegurar que se están adaptando bien y cumpliendo con las expectativas.

Retroalimentación

Proporcionar retroalimentación constructiva y apoyo continuo para fomentar el desarrollo profesional.

Figura 2

Constitución de CTP Chocolates



Nota. Mapa conceptual de cómo estará constituida la empresa CTP CHOCOLATES

Organigrama

Descripción Textual del Organigrama

Figura 3

Organigrama de la empresa CTP CHOCOLATES.



Nota. El organigrama de CTP CHOCOLATES es una herramienta clave para la gestión y organización de la empresa, permitiendo un funcionamiento más eficiente y coordinado.

Director General

Encargado de la gestión y toma de decisiones estratégicas, así como del liderazgo general de la empresa.

Gerente de Producción

Responsable de supervisar el proceso de fabricación del chocolate, desde la recepción de insumos hasta la finalización del producto. Este puesto reporta directamente al Director General.

Supervisores de Producción

Aseguran que el trabajo en las líneas de producción se realice según los estándares establecidos.

Control de Calidad

Verifica que el producto cumpla con las especificaciones de calidad.

Gerente de Ventas y Marketing

Coordina las estrategias de promoción, ventas, y posicionamiento en el mercado.

Equipo de Ventas

Gestiona las relaciones con los clientes y cierra acuerdos comerciales.

Equipo de Marketing

Diseña y ejecuta campañas publicitarias y de promoción.

Gerente Administrativo

Maneja las operaciones internas de la empresa, incluyendo recursos humanos y finanzas.

Finanzas

Encargado del presupuesto, pagos, y análisis financiero.

Recursos Humanos

Administra la contratación, capacitación y bienestar del personal.

Administración Financiera

La administración financiera de CTP CHOCOLATES es un componente esencial para garantizar la viabilidad y el crecimiento sostenible de la empresa. A continuación, se presenta un desglose de los aspectos clave que deben considerarse en la administración financiera de CTP CHOCOLATES:

Planificación Financiera

Elaboración de Presupuestos: Crear un presupuesto anual que contemple todos los ingresos y gastos esperados. Esto incluye costos de producción, gastos operativos, marketing y administración.

Proyecciones Financieras

Realizar proyecciones a corto y largo plazo para anticipar el flujo de caja, ingresos y gastos, así como el crecimiento esperado de la empresa.

Gestión de Ingresos

Estrategias de Ventas: Implementar estrategias de ventas efectivas para maximizar los ingresos, como promociones, descuentos y programas de fidelización.

Diversificación de Productos

Considerar la diversificación de la línea de productos para atraer a diferentes segmentos de mercado y aumentar las fuentes de ingresos.

Control de Costos

Análisis de Costos

Realizar un análisis detallado de los costos fijos y variables asociados con la producción y operación de la empresa.

Optimización de Costos

Identificar áreas donde se pueden reducir costos sin comprometer la calidad del producto, como la negociación con proveedores o la mejora de la eficiencia operativa.

Gestión de Flujos de Caja

Monitoreo del Flujo de Caja: Llevar un control riguroso del flujo de caja para asegurarse de que la empresa tenga suficiente liquidez para cubrir sus obligaciones financieras.

Proyección de Flujos de Caja

Realizar proyecciones de flujo de caja para anticipar períodos de alta y baja liquidez, permitiendo una mejor planificación.

Financiamiento

Fuentes de Financiamiento

Evaluar diferentes opciones de financiamiento, como préstamos bancarios, inversionistas o financiamiento a través de programas gubernamentales.

Gestión de Deuda

Mantener un control sobre la deuda de la empresa, asegurando que los pagos se realicen a tiempo y que la carga de deuda sea manejable.

Análisis de Rentabilidad

Cálculo de Margen de Utilidad

Calcular el margen de utilidad de los productos para evaluar la rentabilidad de cada línea de productos.

Punto de Equilibrio

Determinar el punto de equilibrio financiero, es decir, el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos fijos y variables.

Control Financiero

Auditorías Internas: Realizar auditorías internas periódicas para asegurar que los procesos financieros se estén llevando a cabo de manera adecuada y que no haya irregularidades.

Informes Financieros

Generar informes financieros regulares (mensuales, trimestrales y anuales) que incluyan estados de resultados, balances generales y flujos de efectivo.

Gestión de Inversiones

Evaluación de Proyectos

Evaluar la viabilidad financiera de nuevos proyectos o inversiones, considerando el retorno esperado y el riesgo asociado.

Reinversión de Utilidades

Decidir sobre la reinversión de utilidades en la empresa para financiar el crecimiento y la expansión.

Cumplimiento Legal y Fiscal

Regulaciones Fiscales

Asegurarse de que la empresa cumpla con todas las obligaciones fiscales y normativas locales, incluyendo la presentación de declaraciones de impuestos.

Asesoría Legal

Contar con asesoría legal y contable para garantizar que todas las operaciones financieras se realicen de acuerdo con la ley.

Gestión de Riesgos Financieros

Identificación de Riesgos

Identificar los riesgos financieros que podrían afectar a la empresa, como fluctuaciones en el precio de las materias primas o cambios en la demanda del mercado.

Planes de Mitigación

Desarrollar planes de mitigación para reducir el impacto de los riesgos identificados. La administración financiera de CTP CHOCOLATES es fundamental para asegurar la estabilidad y

el crecimiento de la empresa. Al implementar prácticas sólidas de planificación, control y análisis financiero, CTP puede tomar decisiones informadas que contribuyan a su éxito a largo plazo.

Plan Financiero

Inversión Inicial

Se estima en \$36, 540,000 COP, que abarca maquinaria, equipos, materias primas, infraestructura y costos administrativos.

Proyecciones de Ingresos

Se proyecta un flujo de ventas mensual de 3,000 unidades a un precio de venta de \$2000 COP por unidad, lo que resulta en ingresos mensuales esperados de \$6, 000,000 COP y anuales de \$72, 000,000 COP.

Proyecciones de Costos

Los costos fijos mensuales se estiman en \$1, 500,000 COP, mientras que los costos variables mensuales son de \$850,000COP.

Punto de Equilibrio

Se alcanza al producir y vender 3,000 unidades mensuales, cubriendo así los costos fijos y variables.

Análisis de Rentabilidad

Con un margen de utilidad promedio del 33%, se espera recuperar la inversión inicial en un plazo de dos años, y la rentabilidad proyectada a cinco años supera el 100%.

Costos

Costos Fijos Mensuales

Arriendo: \$400,000 COP

Servicios públicos: \$450,000 COP

Mantenimiento: \$650.000 COP

Total de Costos Fijos: \$1, 500,000 COP

Costos Variables Mensuales

Materias primas: \$500.000 COP

Transporte: \$ 150,000COP

Empaque: \$200,000 COP

Costos variables totales: \$850,000 COP

Resumen de Costos

Total de Costos Fijos: \$1, 500,000 COP

Total de Costos Variables: \$850.000 COP

Total General de Costos Mensuales: \$2, 350,000 COP

Ingresos

Estrategias de Generación de Ingresos

Diversificación de Productos

Ofrecer diferentes presentaciones de chocolate en polvo, adaptándose a las preferencias de los consumidores, incluyendo opciones personalizadas.

Canales de Distribución

Vender a través de tiendas locales, restaurantes y cafeterías, así como implementar un servicio de entrega a domicilio para aumentar el alcance del mercado.

Promociones y Descuentos

Realizar campañas promocionales y descuentos en fechas especiales para atraer a más clientes y aumentar las ventas.

Marketing Digital

Utilizar redes sociales y correo electrónico para promocionar productos, informar sobre novedades y mantener una comunicación constante con los clientes.

Fidelización de Clientes

Implementar programas de lealtad o recompensas para incentivar la repetición de compras y construir una base de clientes fieles.

Proyecciones de Ingresos

Ventas Mensuales

Se proyecta un flujo de ventas de 3,000 unidades al mes, con un precio de venta de \$2,000 COP por unidad, lo que generaría ingresos mensuales de aproximadamente \$6, 000,000 COP.

Crecimiento Anual

Se espera un crecimiento del 33% en las ventas durante los primeros tres años, lo que contribuirá a un aumento significativo en los ingresos.

Control de Ingresos

Análisis de Ventas

Realizar un seguimiento mensual de las ventas para identificar tendencias, productos más vendidos y áreas de mejora.

Gestión de Cuentas por Cobrar

Asegurar que los pagos de los clientes se realicen a tiempo, minimizando el riesgo de impagos.

Reinversión de Ganancias

Utilizar parte de las ganancias para reinvertir en el negocio, mejorando la producción, marketing y expansión

Estrategias de Control de Costos

Monitoreo Regular

Realizar un seguimiento mensual de todos los costos fijos y variables para identificar desviaciones y ajustar el presupuesto según sea necesario.

Análisis de Costos

Desglosar los costos en categorías (materias primas, transporte, empaque, etc.) para entender mejor dónde se están generando los gastos y buscar oportunidades de reducción.

Negociación con Proveedores

Establecer relaciones sólidas con proveedores y negociar precios y condiciones de pago para obtener mejores tarifas en materias primas y otros insumos.

Optimización de Procesos

Revisar y optimizar los procesos de producción para reducir tiempos y desperdicios, lo que puede disminuir costos operativos.

Control de Inventarios

Implementar un sistema de gestión de inventarios que permita mantener niveles adecuados de stock, evitando tanto el exceso como la falta de productos.

Capacitación del Personal

Invertir en la capacitación del personal para mejorar la eficiencia y reducir errores que puedan generar costos adicionales.

Herramientas de Control

Software de Gestión

Utilizar software de contabilidad y gestión empresarial que permita llevar un registro detallado de ingresos y gastos, facilitando el análisis financiero.

Informes Financieros

Generar informes periódicos que muestren el estado de los costos y la rentabilidad, permitiendo tomar decisiones informadas.

Evaluación de Resultados

Análisis de Rentabilidad

Evaluar periódicamente la rentabilidad de los productos para identificar cuáles son más rentables y cuáles podrían necesitar ajustes en precios o costos.

Revisión de Presupuestos

Comparar los costos reales con los presupuestados para identificar áreas de mejora y ajustar las proyecciones futuras.

Estructura del Flujo de Caja

Entradas de Efectivo

Ventas Mensuales: Se proyecta un ingreso mensual de \$6, 000,000 COP por la venta de 3,000 unidades de chocolate en polvo a \$2,000 COP cada una.

Otros Ingresos: Cualquier ingreso adicional, como promociones o eventos especiales.

Salidas de Efectivo

Costos Fijos Mensuales: \$1, 500,000 COP (arriendo, servicios públicos, mantenimiento).

Costos Variables Mensuales: \$8500,000 COP (materias primas, transporte, empaque).

Gastos Administrativos: Cualquier otro gasto relacionado con la operación del negocio.

Cálculo del Flujo de Caja:

Flujo de Caja Neto = Entradas de Efectivo - Salidas de Efectivo

Por ejemplo, si las entradas son \$6, 000,000 COP y las salidas son \$2, 350,000 COP, el flujo de caja neto sería de \$3, 650,000 COP.

Para calcular el flujo de caja neto, simplemente sigues estos pasos:

Identifica las Entradas de Efectivo: Esto incluye todo el dinero que entra a la empresa. En tu caso, es de \$6, 000,000 COP.

Identifica las Salidas de Efectivo: Esto incluye todos los gastos y costos que la empresa tiene que pagar. En tu caso, es de \$2, 350,000 COP.

Aplica la Fórmula: Utiliza la fórmula del flujo de caja neto:

Flujo de Caja Neto=Entradas de Efectivo–Salidas de Efectivo
Flujo de Caja Neto=Entradas de Efectivo–Salidas de Efectivo

Realiza el Cálculo: Sustituye los valores en la fórmula: Flujo de Caja Neto= 6, 000,000–2, 350,000
Flujo de Caja Neto= 6, 000,000–2, 350,000

Calcula el Resultado: Realiza la resta: Flujo de Caja Neto=3,
650,000Flujo de Caja Neto=3, 650,000.

Importancia del Flujo de Caja

Planificación Financiera

Permite prever necesidades de efectivo y planificar inversiones o gastos futuros.

Identificación de Problemas

Ayuda a identificar períodos de escasez de efectivo, lo que permite tomar medidas preventivas.

Toma de Decisiones

Facilita la toma de decisiones informadas sobre gastos, inversiones y financiamiento.

Proyecciones a Futuro

Crecimiento de Ventas

Considerar un crecimiento del 33% anual en las ventas durante los primeros años, lo que impactará positivamente en las entradas de efectivo.

Control de Costos

Mantener un control riguroso de los costos para asegurar que las salidas de efectivo no superen las entradas.

Opciones de Financiamiento

Capital Propio

Aportaciones de los Fundadores

Los fundadores pueden invertir sus ahorros personales o reinvertir las ganancias iniciales del negocio.

Familia y Amigos

Obtener financiamiento a través de préstamos o inversiones de familiares y amigos que crean en el proyecto.

Préstamos Bancarios

Préstamos Comerciales

Solicitar un préstamo a una entidad bancaria para cubrir la inversión inicial y los costos operativos. Es importante presentar un plan de negocio sólido para aumentar las posibilidades de aprobación.

Líneas de Crédito

Establecer una línea de crédito que permita acceder a fondos adicionales según sea necesario.

Estrategias de Financiamiento

Elaboración de un Plan de Negocios: Tener un plan de negocios bien estructurado que incluya proyecciones financieras, análisis de mercado y estrategias de crecimiento, lo que facilitará la obtención de financiamiento.

Gestión de Costos

Mantener un control riguroso de los costos para maximizar la rentabilidad y demostrar a los posibles financiadores que la empresa es viable.

Reinversión de Ganancias

Utilizar las ganancias generadas por la empresa para financiar el crecimiento y la expansión, evitando depender excesivamente de financiamiento externo.

Rentabilidad

Margen de Utilidad

Se estima un margen de utilidad promedio del 33%. Esto significa que, por cada unidad vendida, el 33% del ingreso se considera ganancia después de cubrir los costos.

Proyecciones de Ingresos

Con un precio de venta de \$2,000 COP por unidad y una proyección de ventas de 3,000 unidades mensuales, los ingresos mensuales esperados son de \$6, 000,000 COP.

Esto se traduce en ingresos anuales de aproximadamente \$72, 000,000 COP.

Costos Totales

Costos Fijos Mensuales: \$1, 500,000 COP

Costos Variables Mensuales: \$8500,000 COP

Total de Costos Mensuales: \$2, 3500,000 COP

Flujo de Caja Neto

Con ingresos de \$6, 000,000 COP y costos de \$2, 350,000 COP, el flujo de caja neto mensual sería de \$3, 650,000 COP.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio financiero se alcanza al producir y vender 3000 unidades mensuales, lo que cubre todos los costos fijos y variables. Esto indica que, a partir de esta cantidad, la empresa comenzará a generar ganancias.

Recuperación de la Inversión

Se estima que la inversión inicial de \$36, 540,000 COP será recuperada en un plazo de dos años, gracias a la rentabilidad proyectada y al flujo de caja positivo.

Rentabilidad Proyectada a Cinco Años

La rentabilidad proyectada a cinco años supera el 100%, consolidando la viabilidad económica del proyecto y su capacidad para crecer y expandirse en el mercado. Esto sugiere que el proyecto es económicamente viable y tiene el potencial de ser exitoso en el mercado.

Control Financiero

Se llevara a cargo estos controles para la empresa:

Presupuesto

Elaboración de un Presupuesto Anual

Crear un presupuesto que contemple todas las proyecciones de ingresos y gastos, permitiendo establecer límites y guiar las decisiones financieras.

Revisión Periódica

Realizar revisiones mensuales o trimestrales del presupuesto para comparar los resultados reales con lo proyectado y ajustar según sea necesario.

Monitoreo de Ingresos y Gastos

Registro Detallado

Mantener un registro detallado de todas las transacciones financieras, incluyendo ventas, costos de producción, gastos operativos y otros ingresos.

Análisis de Variaciones

Comparar los ingresos y gastos reales con las proyecciones para identificar desviaciones y tomar medidas correctivas.

Gestión de Flujos de Caja

Proyección de Flujos de Caja

Realizar proyecciones de flujo de caja a corto y mediano plazo para anticipar necesidades de efectivo y evitar problemas de liquidez.

Control de Cuentas por Cobrar

Implementar políticas para asegurar que los clientes paguen a tiempo, minimizando el riesgo de impagos.

Análisis de Rentabilidad

Evaluación de Productos

Analizar la rentabilidad de cada producto para identificar cuáles son más rentables y cuáles podrían necesitar ajustes en precios o costos.

Margen de Utilidad

Monitorear el margen de utilidad para asegurarse de que se mantenga dentro de los niveles esperados.

Informes Financieros

Generación de Informes

Crear informes financieros periódicos que incluyan estados de resultados, balances generales y flujos de caja, proporcionando una visión clara de la situación financiera de la empresa.

Análisis de Resultados

Utilizar estos informes para tomar decisiones informadas sobre inversiones, gastos y estrategias de crecimiento.

Control de Costos***Revisión de Costos***

Evaluar regularmente los costos fijos y variables para identificar oportunidades de reducción y optimización.

Negociación con Proveedores

Mantener relaciones sólidas con proveedores y negociar mejores condiciones para reducir costos.

Auditoría Interna***Implementación de Auditorías***

Realizar auditorías internas periódicas para evaluar la efectividad de los controles financieros y detectar posibles irregularidades.

Gestión de Inversión

Identificación de Oportunidades de Inversión

Expansión de la Capacidad Productiva

Evaluar la posibilidad de invertir en maquinaria adicional o en tecnología que mejore la eficiencia de la producción de chocolate en polvo.

Nuevos Productos

Considerar la inversión en el desarrollo de nuevos productos o variantes del chocolate en polvo que respondan a las tendencias del mercado y a las preferencias de los consumidores.

Análisis de Viabilidad

Estudio de Mercado

Realizar un análisis de mercado para identificar la demanda potencial de nuevos productos o servicios antes de realizar inversiones significativas.

Proyecciones Financieras

Evaluar el retorno de la inversión (ROI) y el tiempo de recuperación de la inversión para cada proyecto propuesto.

Planificación Financiera

Presupuesto de Inversiones

Establecer un presupuesto específico para inversiones, asegurando que se alineen con los objetivos estratégicos de la empresa.

Priorizar Inversiones

Clasificar las inversiones según su impacto potencial en el negocio y su urgencia, priorizando aquellas que ofrezcan el mejor retorno.

Monitoreo y Evaluación

Seguimiento de Proyectos

Implementar un sistema de seguimiento para evaluar el progreso de las inversiones realizadas y su impacto en la rentabilidad de la empresa.

Revisión de Resultados

Realizar revisiones periódicas para comparar los resultados obtenidos con las proyecciones iniciales y ajustar las estrategias según sea necesario.

Reinversión de Ganancias

Utilizar Ganancias para Crecimiento

Reinvertir una parte de las ganancias generadas por la empresa en nuevas oportunidades de inversión, lo que puede ayudar a financiar el crecimiento sin depender excesivamente de financiamiento externo.

Diversificación de Inversiones***Explorar Nuevos Mercados***

Considerar la posibilidad de diversificar las inversiones en otros mercados o segmentos relacionados, lo que puede ayudar a mitigar riesgos y aumentar las oportunidades de ingresos.

Gestión de Riesgos***Evaluación de Riesgos***

Identificar y evaluar los riesgos asociados con cada inversión, implementando estrategias para mitigarlos.

Flexibilidad

Mantener una cierta flexibilidad en la gestión de inversiones para adaptarse a cambios en el mercado o en la situación financiera de la empresa.

Cumplimientos Legales a Seguir para CTP Chocolates

Registro de la Empresa

Cámara de Comercio: CTP CHOCOLATES debe estar registrada en la Cámara de Comercio correspondiente, lo que le otorga reconocimiento jurídico y le permite operar legalmente.

Registro Tributario (RUT):

Obtener el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) para cumplir con las obligaciones fiscales.

Obligaciones Fiscales

Declaraciones de Impuestos: Presentar las declaraciones de impuestos correspondientes, como el impuesto sobre la renta y el impuesto al valor agregado (IVA), en los plazos establecidos por la ley.

Retenciones en la Fuente: Cumplir con las obligaciones de retención en la fuente, si aplica, al realizar pagos a proveedores o empleados.

Normativas Laborales

Contratación de Personal: Asegurarse de que todos los empleados estén debidamente contratados y registrados, cumpliendo con las normativas laborales vigentes.

Seguridad Social

Afiliar a los empleados al sistema de seguridad social, incluyendo salud, pensiones y riesgos laborales, y realizar los aportes correspondientes.

Regulaciones Sanitarias y de Seguridad Alimentaria

Normas de Calidad

Cumplir con las normativas de calidad y seguridad alimentaria establecidas por las autoridades competentes, garantizando que los productos sean seguros para el consumo.

Licencias y Permisos

Obtener las licencias y permisos necesarios para la producción y comercialización de alimentos, asegurando que se cumplan los estándares requeridos.

Protección del Medio Ambiente

Normativas Ecológicas: Cumplir con las regulaciones ambientales que apliquen a la producción y comercialización de productos, implementando prácticas sostenibles y responsables.

Aspectos Contractuales

Contratos con Proveedores y Clientes: Formalizar acuerdos mediante contratos que especifiquen las condiciones de suministro y venta, protegiendo los intereses de la empresa.

Propiedad Intelectual: Considerar la protección de la propiedad intelectual, como marcas y patentes, para salvaguardar los activos intangibles de la empresa.

Auditorías y Revisiones

Auditorías Internas

Realizar auditorías internas periódicas para asegurar el cumplimiento de las normativas legales y fiscales, identificando áreas de mejora.

Asesoría Legal y Contable

Contar con el apoyo de profesionales en derecho y contabilidad para garantizar que se cumplan todas las obligaciones legales y fiscales.

Gestión de Riesgos Financieros

Es esencial para proteger la estabilidad económica de la empresa y asegurar su crecimiento sostenible. Al implementar estas estrategias, la empresa podrá anticiparse a posibles problemas y tomar decisiones informadas que minimicen los riesgos. Se pondrán diferentes estrategias para la empresa las cuales tendremos estas cuenta para el éxito de la empresa

Identificación de Riesgos Financieros

Riesgo de Liquidez

La posibilidad de no tener suficiente efectivo para cumplir con las obligaciones a corto plazo.

Riesgo de Crédito

La posibilidad de que los clientes no paguen sus deudas, afectando el flujo de caja.

Riesgo de Mercado

Cambios en los precios de las materias primas (como el cacao) que pueden afectar los costos de producción.

Riesgo Cambiario

Si la empresa realiza transacciones en moneda extranjera, las fluctuaciones en el tipo de cambio pueden impactar los costos y los ingresos.

Evaluación de Riesgos

Análisis Cuantitativo

Utilizar herramientas estadísticas y modelos financieros para evaluar la probabilidad y el impacto de cada riesgo identificado.

Análisis Cualitativo

Evaluar los riesgos en función de su naturaleza y contexto, considerando factores como la reputación de la empresa y la relación con los clientes.

Desarrollo de Estrategias de Mitigación

Diversificación

Diversificar la base de clientes y proveedores para reducir la dependencia de un solo segmento del mercado.

Control de Costos

Implementar medidas para controlar y reducir costos, lo que puede ayudar a mantener la rentabilidad en tiempos de crisis.

Políticas de Crédito

Establecer políticas claras para la concesión de crédito a clientes, incluyendo límites de crédito y condiciones de pago.

Monitoreo y Revisión

Seguimiento Continuo

Monitorear regularmente los indicadores financieros y de riesgo para detectar cambios en la situación financiera de la empresa.

Revisiones Periódicas

Realizar revisiones periódicas de la gestión de riesgos para ajustar las estrategias según sea necesario y responder a nuevas amenazas.

Plan de Contingencia

Preparación para Crisis

Desarrollar un plan de contingencia que incluya acciones específicas a seguir en caso de que se materialicen los riesgos identificados.

Fondo de Emergencia

Considerar la creación de un fondo de emergencia para hacer frente a situaciones imprevistas que puedan afectar la liquidez.

Capacitación y Conciencia

Formación del Personal

Capacitar al personal en la identificación y gestión de riesgos financieros, fomentando una cultura de conciencia sobre la importancia de la gestión de riesgos.

Comunicación Interna

Establecer canales de comunicación para que los empleados puedan reportar riesgos potenciales y sugerir mejoras.

Asesoría Profesional

Consultores Financieros

Considerar la contratación de consultores financieros o expertos en gestión de riesgos para obtener una perspectiva externa y recomendaciones sobre las mejores prácticas.

Estudio de Mercado CTP Chocolates

Descripción del Producto

Producto Principal

CTP CHOCOLATES ofrecerá chocolate en polvo 100% natural, elaborado con cacao de alta calidad y sin conservantes. Este producto se enfocará en el sabor tradicional y la personalización según las preferencias del consumidor.

Análisis del Mercado

Tamaño del Mercado

Evaluar el tamaño del mercado de chocolate en polvo en la región de Valledupar y su crecimiento en los últimos años.

Tendencias del Mercado

Identificar tendencias como el aumento de la demanda de productos naturales y artesanales, así como el interés por opciones más saludables.

Segmentación del Mercado

Amas de Casa

Representan el 60% del consumo de chocolate en polvo, buscando productos de calidad para sus rutinas alimenticias.

Restaurantes y Cafeterías

Establecimientos que requieren productos en cantidades significativas para su uso regular en menús y bebidas.

Adultos Mayores

Un sector creciente que busca alternativas saludables y naturales.

Estrategia de Precios

El precio de venta se establecerá en \$2000 por unidad, basado en un análisis de costos y competencia.

Análisis de la Demanda

Preferencias del Consumidor

Realizar encuestas para entender las preferencias de los consumidores en cuanto a sabor, presentación y precio del chocolate en polvo.

Frecuencia de Consumo

Identificar que el consumo de chocolate en polvo se realiza regularmente en las mañanas y por las noches. Se ha observado un crecimiento en la demanda de chocolate en polvo, con un 100% de los encuestados consumiendo este producto.

Análisis de la Oferta

Competencia

Evaluar la competencia en el mercado local, identificando los principales competidores y sus productos, precios y estrategias de marketing.

Calidad del Producto

Comparar la calidad del chocolate en polvo ofrecido por la competencia con el producto de CTP, destacando las ventajas competitivas.

Análisis del Sector Económico

Cualidades del Sector del Cacao en Colombia

Analizar las características del sector del cacao, como su ubicación geográfica, calidad del producto y potencial de crecimiento.

Beneficios Económicos

Evaluar cómo CTP CHOCOLATES puede contribuir al desarrollo económico local mediante la generación de empleo y el uso de insumos nacionales.

Estrategias de Marketing

Promoción del Producto

Desarrollar estrategias de promoción que incluyan publicidad en redes sociales, degustaciones en tiendas y colaboraciones con restaurantes y cafeterías.

Canales de Distribución

Establecer canales de distribución eficientes, incluyendo ventas directas a consumidores y acuerdos con tiendas y restaurantes.

Conclusiones del Estudio de Mercado

Oportunidades Identificadas

La creciente demanda de productos naturales y artesanales, así como la falta de opciones personalizables en el mercado local, representan una oportunidad significativa para CTP CHOCOLATES.

Desafíos Potenciales

La competencia de productos industrializados y la necesidad de establecer una marca reconocida en el mercado.

Localización de la Empresa CTP Chocolates

Figura 4

Ubicación exacta de CTP CHOCOLATES



Nota. La ubicación de CTP CHOCOLATES en Valledupar es estratégica para su operación, permitiendo un acceso eficiente a insumos de calidad y a un mercado potencial.

Dirección

CTP estará ubicada en la mz e casa 11 de la Urbanización La Ceiba, en Valledupar.

Características del Local

El lugar es propio y se encuentra en un sector tranquilo, lo que puede ser beneficioso para la producción. Aunque no es un área de alto tránsito, la ubicación permite un fácil acceso para la distribución a los clientes.

Proximidad a Clientes y Proveedores

Algunos clientes están cerca, lo que facilita la logística de entrega. Los proveedores están más alejados, pero se establecerán relaciones sólidas para asegurar el suministro de materias primas.

Cumplimiento Normativo

Aunque actualmente no cumple con todas las normativas legales, se espera que se realicen los ajustes necesarios para garantizar la legalidad y seguridad del local.

Análisis de la Zona

La elección de esta ubicación se basa en la falta de competencia cercana y en la posibilidad de industrializar el producto en un entorno adecuado.

Ritmo de Crecimiento

Crecimiento Previo a la Pandemia: Antes de la pandemia, el consumo de chocolate en polvo había mostrado un crecimiento constante, con un aumento en la demanda de productos naturales y artesanales. Impacto de la Pandemia: Durante la pandemia de COVID-19, se observó una disminución en el consumo debido a las restricciones y cambios en los hábitos de compra. Sin embargo, este impacto fue temporal. Recuperación y Crecimiento Actual: A medida que la economía se ha reactivado, el consumo de chocolate en polvo ha comenzado a crecer nuevamente. Se espera que este crecimiento se mantenga, especialmente en sectores donde la demanda se ha estabilizado. Proyecciones Futuras: Se anticipa que el crecimiento continuará, con un aumento en la producción y ventas proyectadas de 3,000 unidades mensuales a corto plazo, y un crecimiento del 33% anual durante los primeros tres años. Factores de Estacionalidad: El consumo puede variar según la época del año, pero se espera que la tendencia general sea de crecimiento a medida que se consolide la marca y se amplíen las estrategias de marketing.

Estacionalidad

Temporadas de Mayor Demanda

Festividades

Durante festividades como Navidad y Año Nuevo, la demanda de productos de chocolate tiende a aumentar, ya que muchas familias utilizan chocolate en polvo para preparar bebidas y cenas familiares.

Días Especiales

Celebraciones como el Día de la Madre o el Día del Amor y la Amistad pueden generar un aumento en las ventas, ya que el consumo de este chocolate se vuelve más popular en cafeterías y restaurantes.

Temporadas de Menor Demanda

Verano

En los meses más calurosos, la demanda puede disminuir, ya que las personas tienden a consumir menos productos calientes. Sin embargo, esto puede ser compensado con la promoción de recetas frías que incluyan chocolate en polvo, por eso con el transcurso del tiempo también se implementara un chocolate en polvo para bebidas frías en climas calurosos.

Estrategias para Mitigar la Estacionalidad

Promociones y Ofertas

Implementar promociones especiales durante las temporadas de alta demanda para atraer a más clientes.

Diversificación de Productos

Ofrecer productos alternativos o recetas que se adapten a diferentes estaciones, como bebidas calientes y frías que utilicen chocolate en polvo.

Análisis de Ventas Históricas

Realizar un seguimiento de las ventas a lo largo del año ayudará a identificar patrones estacionales y ajustar la producción y el inventario en consecuencia.

Marketing Estacional

Desarrollar campañas de marketing que resalten el uso del chocolate en polvo en diferentes contextos estacionales puede ayudar a mantener el interés y las ventas durante todo el año.

Segmentacion

Edad

Principalmente adultos entre 26 y 55 años, con un enfoque en amas de casa y personas que buscan productos de calidad.

Género

Aunque ambos géneros consumen chocolate, las mujeres suelen ser las principales compradoras en este segmento.

Nivel Socioeconómico

Enfocado en estratos bajos, medio y alto, dado que el chocolate en polvo de CTP se posiciona como un producto de calidad.

Segmentación Geográfica

Ubicación

CTP se centrará en la ciudad de Valledupar, donde se encuentra la mayor parte de su mercado objetivo. Esto incluye tanto áreas urbanas como suburbanas.

Segmentación Psicográfica

Estilo de Vida

Consumidores que valoran productos naturales y artesanales, así como aquellos que buscan opciones saludables.

Motivaciones de Compra

Compradores que buscan calidad, personalización y un sabor auténtico en sus productos de chocolate.

Segmentación Conductual

Frecuencia de Compra

Identificar a los consumidores que compran chocolate en polvo regularmente, como amas de casa que lo utilizan en su cocina.

Lealtad a la Marca

Fomentar la lealtad a través de promociones y un excelente servicio al cliente.

Segmentación por Uso

Uso Familiar

Consumidores que compran para uso en el hogar, como la preparación de bebidas calientes.

Uso Comercial

Restaurantes y cafeterías que requieren chocolate en polvo en grandes cantidades para su menú.

Novedades

Lanzamiento de Nuevos Productos

Introducción de diferentes presentaciones de chocolate en polvo, como sabores especiales (por ejemplo, chocolate con especias o chocolate con frutas). Desarrollo de productos orgánicos o sin azúcar para atraer a consumidores con necesidades dietéticas específicas.

Innovaciones en el Proceso de Producción

Implementación de técnicas de producción más sostenibles, como el uso de energía renovable o empaques biodegradables. Mejora en la calidad del producto a través de la optimización de procesos, garantizando un sabor y textura superiores.

Estrategias de Marketing

Campañas de marketing digital que incluyan recetas creativas utilizando chocolate en polvo, promoviendo su versatilidad. Colaboraciones con influencers o chefs locales para aumentar la visibilidad de la marca y atraer a nuevos clientes.

Eventos y Promociones

Participación en ferias y eventos locales para dar a conocer el producto y establecer conexiones con la comunidad. Ofertas especiales o descuentos en fechas clave, como festividades o días especiales, para incentivar las compras.

Responsabilidad Social y Sostenibilidad

Iniciativas para apoyar a agricultores locales, asegurando que se utilicen insumos nacionales y promoviendo el desarrollo económico de la región. Programas de educación sobre la importancia de consumir productos naturales y sostenibles.

Feedback del Cliente

Implementación de encuestas o grupos focales para obtener retroalimentación de los consumidores sobre sus preferencias y sugerencias para nuevos productos.

Fuerzas Competitivas

Rivalidad entre Competidores

La competencia en el mercado de chocolate en polvo es moderada, ya que no hay muchas empresas que ofrezcan productos similares de alta calidad. CTP CHOCOLATES puede diferenciarse a través de la personalización del producto y un enfoque en la calidad, lo que puede reducir la presión competitiva.

Amenaza de Nuevos Entrantes

Existen barreras de entrada que pueden dificultar la entrada de nuevos competidores, como la necesidad de capital significativo, la lealtad del cliente hacia marcas establecidas y la dificultad para acceder a canales de distribución. Sin embargo, la posibilidad de que nuevos competidores ingresen al mercado siempre está presente, especialmente si se percibe un crecimiento en la demanda.

Poder de Negociación de los Proveedores

Si los proveedores de materias primas son limitados, su poder de negociación puede ser alto, lo que podría afectar los costos de producción. CTP CHOCOLATES debe establecer relaciones sólidas con proveedores locales para asegurar un suministro constante y competitivo.

Poder de Negociación de los Compradores

Los consumidores tienen un poder de negociación moderado, ya que pueden elegir entre diferentes marcas y productos. Para mitigar este poder, CTP debe enfocarse en ofrecer un producto de alta calidad y un excelente servicio al cliente, así como en crear lealtad a la marca.

Amenaza de Productos Sustitutos

Existen productos sustitutos en el mercado, como otros tipos de chocolate y bebidas en polvo. Sin embargo, la propuesta de valor de CTP CHOCOLATES, centrada en la calidad y la

naturalidad, puede ayudar a reducir esta amenaza. La innovación constante y la adaptación a las preferencias del consumidor son clave para mantenerse relevante frente a los sustitutos.

Clientes

No se identifican clientes con grandes cuotas de mercado y alto poder de negociación en el sector de chocolate en polvo. La competencia es baja, lo que significa que CTP tiene la oportunidad de establecer relaciones sólidas con sus clientes sin la presión de grandes compradores que puedan influir significativamente en los precios o condiciones de venta.

Proveedores

En cuanto a los proveedores, la situación puede variar. Si bien no se mencionan proveedores específicos con grandes cuotas de mercado, es importante considerar que si los proveedores de materias primas (como el cacao) son limitados, podrían tener un mayor poder de negociación. Esto podría afectar los costos de producción y la disponibilidad de insumos. Para mitigar este riesgo, CTP CHOCOLATES debe buscar diversificar su base de proveedores y establecer relaciones sólidas con aquellos que ofrezcan productos de calidad y condiciones favorables. CTP CHOCOLATES tiene la ventaja de no enfrentar una presión significativa de clientes con alto poder de negociación, pero debe ser cauteloso con los proveedores y trabajar en construir relaciones sólidas para asegurar un suministro constante y competitivo.

Dificultades y Barreras

Requisitos de Capital

La necesidad de una inversión inicial significativa para establecer la producción, adquirir maquinaria, y cubrir costos operativos puede ser una barrera importante para nuevos entrantes.

Diferenciación de Producto

Las empresas ya establecidas pueden tener una fuerte lealtad de marca y reconocimiento en el mercado, lo que dificulta que nuevos competidores se posicionen sin una propuesta de valor clara y diferenciada.

Acceso a Canales de Distribución

Conseguir que los canales de distribución acepten nuevos productos puede ser un desafío. Las empresas existentes pueden tener acuerdos consolidados con distribuidores y minoristas, lo que limita el acceso para nuevos entrantes.

Conocimiento del Mercado

La falta de experiencia y conocimiento del mercado puede ser una barrera significativa. Comprender las preferencias del consumidor, la competencia y las tendencias del mercado es crucial para el éxito.

Regulaciones y Normativas

Cumplir con las regulaciones y normativas de seguridad alimentaria y calidad puede ser un obstáculo para nuevos entrantes, ya que implica tiempo y recursos para asegurar el cumplimiento.

Curva de Aprendizaje

La experiencia en la producción y comercialización de chocolate en polvo puede ser una limitación para nuevos competidores, ya que el know-how es fundamental para garantizar la calidad del producto.

Clientes Objetivo

Perfil Demográfico

Edad

Principalmente adultos entre 26 y 55 años.

Género

Tanto hombres como mujeres, aunque las amas de casa suelen ser las principales compradoras.

Nivel Socioeconómico

Estratos medio y alto, que buscan productos de calidad.

Ubicación

Residentes en Valledupar, especialmente en áreas urbanas y suburbanas donde hay una mayor concentración de consumidores interesados en productos naturales y artesanales.

Motivos de Compra

Calidad del Producto

Los clientes buscan chocolate en polvo de alta calidad, natural y sin aditivos. La percepción de calidad influye significativamente en su decisión de compra.

Salud y Bienestar

Hay un creciente interés por productos saludables y naturales. Los consumidores están más inclinados a elegir opciones que no contengan ingredientes artificiales.

Uso Familiar

Muchos compradores adquieren chocolate en polvo para uso en el hogar, como la preparación de bebidas calientes, postres y recetas familiares.

Regalos y Ocasiones Especiales

Durante festividades y celebraciones, el chocolate en polvo se convierte en un regalo popular, lo que aumenta la demanda en estas épocas.

Hábitos de Compra

Frecuencia de Compra

Los clientes suelen comprar chocolate en polvo de manera mensual, con un promedio de 100 unidades por tienda, lo que indica un consumo regular.

Canales de Compra

Principalmente a través de tiendas locales, supermercados y, en el futuro, a través de ventas en línea. La comodidad y la accesibilidad son factores clave.

Investigación de Productos

Los consumidores tienden a investigar sobre la calidad y los ingredientes del chocolate en polvo antes de realizar una compra, lo que resalta la importancia de la transparencia en la información del producto.

Tabla 1*Tabla de Segmentación de clientes de la empresa CTP Chocolates*

Tabla de Segmentación de Clientes				
segmento	edad	genero	Nivel socioeconómico	Motivos de compra
Amas de casa	26-55 años	femenino	Bajo –medio- alto	Calidad, salud, uso familiar
Restaurantes y cafeterías	30- 50 años	mixto	Medio- alto	Calidad, demandas para menús
Adultos mayores	55+ años	mixto	Bajo-medio-alto	Salud, productos naturales

Nota. La tabla de segmentación de clientes es fundamental para entender a quién se dirige un producto y cómo se pueden adaptar las estrategias de marketing para satisfacer mejor las necesidades de cada grupo.

Personas

Amas de Casa

Este grupo representa una parte significativa de la clientela, ya que buscan productos de calidad para preparar bebidas y postres en el hogar.

Consumidores Individuales

Adultos entre 26 y 55 años que valoran la calidad y los ingredientes naturales en los productos que consumen.

Pymes

Restaurantes y Cafeterías

Estos negocios son clientes importantes, ya que necesitan chocolate en polvo en cantidades mayores para su uso regular en la preparación de alimentos y bebidas.

No se Enfoca en la Administración

En este momento, CTP Chocolates no tiene como objetivo a la Administración pública como cliente, ya que su enfoque principal está en el mercado de consumo y las pymes.

Número de Clientes Potenciales

Se estima que hay un total de 500 personas en el área de Valledupar que podrían ser clientes de CTP CHOCOLATES, incluyendo tanto consumidores individuales como pequeñas y medianas empresas (pymes).

Segmentación del Mercado

Amas de Casa y Consumidores Individuales: Este grupo representa una parte significativa del mercado, ya que buscan productos de calidad para el hogar.

Pymes (Restaurantes y Cafeterías): Se estima que hay alrededor de 50 tiendas y establecimientos que podrían ser clientes regulares, comprando chocolate en polvo para su uso en menús.

Consumo Promedio

Se proyecta que cada tienda puede facturar aproximadamente 50 ,100 a 300 unidades de chocolate en polvo al mes, lo que indica un consumo regular y constante.

Estimación de Facturación Total

Si consideramos que hay 50 tiendas y cada una factura de 50 a 100 unidades, la facturación total del mercado potencial podría ser de 3000 unidades al mes.

Perfil Medio de la Clientela

Grupo de Edad

Principalmente entre 26 y 55 años. Este rango incluye tanto a jóvenes adultos como a adultos de mediana edad.

Sexo

Tanto hombres como mujeres, aunque las amas de casa suelen ser las principales compradoras.

Nivel Económico

Estratos bajos medio y alto. Los clientes buscan productos de calidad y están dispuestos a pagar un precio Premium por chocolate en polvo de alta calidad.

Nivel Cultural

Generalmente, los clientes tienen un nivel educativo medio a alto, lo que les permite valorar la calidad y los beneficios de los productos naturales.

Nivel Tecnológico

Los clientes tienen un buen manejo de la tecnología, utilizando computadoras y dispositivos móviles para investigar productos y realizar compras en línea.

Ubicación

Residentes en Valledupar, especialmente en áreas urbanas y suburbanas donde hay una mayor concentración de consumidores interesados en productos de calidad.

Estilo de Vida

Los clientes suelen llevar un estilo de vida que valora la salud y el bienestar, buscando productos naturales y de calidad para su alimentación.

Gustos

Prefieren productos de chocolate que sean naturales, sin aditivos y que ofrezcan un sabor auténtico. También valoran la versatilidad del chocolate en polvo para diversas recetas.

Motivo de Compra

Buscan calidad, salud, y productos que puedan ser utilizados en la preparación de bebidas y postres en el hogar. También compran para ocasiones especiales y como regalos.

Capacidad de Compra

Tienen una buena capacidad de compra, dispuestos a invertir en productos de calidad. Las amas de casa suelen comprar de manera mensual, mientras que las pymes compran en mayores cantidades.

Cientes Pymes (Restaurantes y Cafeterías)***Facturación***

Las pymes pueden facturar aproximadamente 100 unidades de chocolate en polvo por cada tienda al mes, dependiendo de su volumen de ventas.

Funcionamiento

Estas empresas operan en el sector de alimentos y bebidas, utilizando chocolate en polvo en sus menús para preparar diversas recetas.

Hábitos de Compra

Compran de manera regular, generalmente mensualmente, y buscan proveedores que ofrezcan calidad y consistencia en el suministro.

Uso de la Tecnología

Utilizan tecnología para gestionar inventarios y realizar pedidos, así como para investigar proveedores y productos.

Crterios de Selección de Proveedores

Buscan proveedores que ofrezcan productos de alta calidad, precios competitivos, y un buen servicio al cliente. La reputación y la fiabilidad del proveedor son factores clave en su decisión de compra

Compra del Producto

Los clientes de CTP CHOCOLATES compran principalmente a través de pedidos realizados por teléfono o visitas directas a las tiendas. A continuación, se detallan los aspectos clave sobre cómo compran:

Momento del Día

Las compras suelen realizarse durante el horario comercial, principalmente en la mañana y a primera hora de la tarde, cuando los tenderos están reabasteciendo sus productos.

Época del Año

La demanda de chocolate en polvo tiende a aumentar en los meses de octubre, noviembre y diciembre, coincidiendo con las festividades y celebraciones de fin de año, cuando los consumidores buscan productos para preparar bebidas y postres.

Número de Unidades por Compra

En promedio, cada tienda realiza un pedido de entre 50 a 300 unidades de chocolate en polvo por compra, dependiendo de su tamaño y demanda.

Frecuencia de Repetición

Los clientes suelen repetir sus compras mensualmente, asegurando así un suministro constante de producto en sus tiendas. Este patrón de compra refleja la necesidad de los clientes de mantener un inventario adecuado para satisfacer la demanda de sus consumidores finales, especialmente en épocas de alta demanda.

Formas de Pago para Clientes

Los clientes de CTP tienen la opción de pagar tanto al contado como a crédito. A continuación, se detallan las condiciones de pago:

Pago al Contado

Muchos clientes prefieren realizar sus compras al contado, lo que les permite recibir el producto de inmediato y evitar deudas.

Pago por Crédito

En caso de optar por el pago en crédito, los clientes tienen un plazo máximo de dos días para realizar el pago. Esta opción puede ser atractiva para aquellos que desean gestionar su flujo de caja de manera más flexible.

Previsión de Ventas

La previsión de ventas para CTP se establece en un objetivo de 6000 a 10000 unidades de chocolate en polvo mensuales. Esta proyección se basa en un análisis del mercado local, la demanda esperada y la capacidad de producción de la empresa.

Además, se espera que la demanda aumente en los meses de mayor consumo, como octubre, noviembre y diciembre, debido a las festividades y celebraciones que impulsan la compra de productos de chocolate. A medida que la empresa se establezca y gane reconocimiento en el mercado, se anticipa un crecimiento gradual en las ventas, lo que podría llevar a un aumento en la previsión de ventas a mediano y largo plazo.

Número de clientes que piensa tener CTP Chocolates

Se espera que CTP logre captar un total de aproximadamente 50 clientes mensuales, que en su mayoría serán tiendas de barrio, restaurantes y cafeterías en la ciudad de Valledupar. Este número se basa en el análisis del mercado local y la identificación de potenciales puntos de venta que podrían estar interesados en ofrecer chocolate en polvo 100% natural y artesanal. A medida que la empresa se establezca y se implemente una estrategia de marketing efectiva, se anticipa que este número de clientes pueda aumentar con el tiempo, especialmente durante las épocas de mayor demanda

Promedio de consumo para clientes de CTP Chocolates

Se espera que cada cliente, en promedio, consuma entre 300 y 400 unidades de chocolate en polvo mensualmente. Este consumo medio se basa en el análisis del comportamiento de compra de las tiendas de barrio y otros puntos de venta en la región de Valledupar. Este rango de consumo permitirá a CTP mantener un flujo constante de ventas y asegurar que los clientes tengan suficiente producto para satisfacer la demanda de sus consumidores finales

Competidores directos e indirectos para CTP Chocolates

Se ha identificado que actualmente no existen competidores directos que ofrezcan un producto similar, es decir, chocolate en polvo 100% natural y artesanal. Sin embargo, es importante considerar el panorama general del mercado y los posibles competidores indirectos.

Competidores Indirectos

Marcas de Chocolate Industrial

Existen varias marcas que ofrecen chocolate en polvo, pero generalmente son productos industrializados que contienen aditivos y conservantes. Estas marcas suelen tener una mayor presencia en el mercado y son reconocidas por los consumidores.

Marcas Locales de Chocolate

Algunas pequeñas empresas pueden ofrecer productos de chocolate, pero no necesariamente en la forma de chocolate en polvo o con un enfoque en la naturalidad y la artesanía.

Métodos de Producción

Los competidores indirectos suelen utilizar procesos industriales que permiten una producción masiva, lo que les ayuda a reducir costos y ofrecer precios más bajos. Sin embargo, esto puede comprometer la calidad del producto final.

Distribución

La mayoría de estos competidores tienen una red de distribución establecida que les permite llegar a un amplio número de puntos de venta, incluyendo supermercados y tiendas de conveniencia.

Publicidad y Marketing

Las marcas más grandes suelen invertir en campañas publicitarias y promociones, lo que les ayuda a mantener una presencia constante en la mente del consumidor.

Reconocimiento de Marca

Las marcas establecidas tienen un mayor reconocimiento y confianza por parte de los consumidores, lo que les facilita la venta.

Economías de Escala

La producción masiva les permite reducir costos y ofrecer precios competitivos.

Red de Distribución

Tienen acceso a una amplia red de distribución, lo que les permite llegar a más clientes.

Falta de Personalización

Los productos industrializados no ofrecen opciones de personalización, lo que puede ser una desventaja frente a la propuesta de CTP de ofrecer un chocolate en polvo artesanal y adaptado a las preferencias del consumidor.

Calidad del Producto

Muchos consumidores están cada vez más interesados en productos naturales y de alta calidad, lo que puede hacer que los productos industrializados pierdan atractivo.

Sostenibilidad

La producción industrial a menudo no se enfoca en prácticas sostenibles, lo que puede ser un punto en contra en un mercado que valora cada vez más la responsabilidad social y ambiental. Aunque actualmente no hay competencia directa para CTP, el mercado de chocolate en polvo presenta desafíos debido a la presencia de marcas industriales y locales. Sin embargo, la propuesta de CTP de ofrecer un producto artesanal, natural y personalizable, junto con un enfoque en la sostenibilidad y el desarrollo local, representa una oportunidad significativa para diferenciarse y captar la atención de los consumidores que buscan alternativas de calidad.

Se ha identificado que no hay otras autónomas o pequeñas y medianas empresas (pymes) que ofrezcan un producto similar, es decir, chocolate en polvo 100% natural y artesanal en la región de Valledupar. En este momento, no se conocen otros autónomos o pymes que comercialicen chocolate en polvo con las características que CTP propone. Esto se debe a que el producto es único en su enfoque de calidad y naturalidad. Al no haber competidores directos en el mercado, no se puede proporcionar información sobre el tamaño, antigüedad o prestigio de otras empresas que ofrezcan un producto similar. La ausencia de competencia directa representa una oportunidad significativa para CTP, ya que permite posicionarse como el líder en el mercado de chocolate en polvo artesanal y natural. Esto brinda la posibilidad de captar la atención de los consumidores que buscan productos de calidad y sostenibles. La falta de competidores directos en el sector del chocolate en polvo artesanal y natural en Valledupar posiciona a CTP en una situación favorable para establecerse y crecer en el mercado. La propuesta de valor única de CTP puede atraer a consumidores que valoran la calidad y la sostenibilidad, lo que puede resultar en un éxito significativo para la empresa.

Estrategia Comercial

Característica Comercial y Técnica del Producto

Calidad

Producto 100% Natural

CTP ofrece chocolate en polvo elaborado exclusivamente con cacao de alta calidad, sin aditivos ni conservantes. Esto garantiza un sabor auténtico y saludable.

Proceso Artesanal

La producción se realiza de manera artesanal, lo que permite un mayor control sobre la calidad y el sabor del producto final.

Diseño

Empaque Atractivo

El chocolate en polvo se presentará en empaques biodegradables y atractivos que reflejan la esencia artesanal del producto. El diseño del empaque incluirá información sobre los beneficios del chocolate natural y la sostenibilidad.

Etiquetas Informativas

Las etiquetas incluirán detalles sobre la procedencia del cacao, el proceso de producción y recomendaciones de uso, lo que ayudará a educar al consumidor sobre el producto.

Línea de Producto Única

En este momento, CTP se enfocará en una sola línea de producto: chocolate en polvo. Sin embargo, se contempla la posibilidad de expandir la línea en el futuro, incluyendo diferentes presentaciones y sabores según la demanda del mercado.

Asesoramiento al Cliente

CTP ofrecerá asesoramiento a los clientes sobre el uso del chocolate en polvo, incluyendo recetas y sugerencias para su preparación.

Entrega a Domicilio

Se implementará un servicio de entrega a domicilio para facilitar el acceso al producto, especialmente para clientes que realicen pedidos en grandes cantidades.

Marca CTP

La marca CTP se posicionará como un referente en la producción de chocolate en polvo artesanal y natural. El slogan "Entregamos Alegría" reflejará el compromiso de la empresa con la calidad y la satisfacción del cliente.

Referencia de productos CTP Chocolates

CTP manejará una sola línea de producto en este momento, que es el chocolate en polvo 100% natural. Aunque actualmente se ofrecerá una única referencia, se contempla la posibilidad de expandir la gama de productos en el futuro, dependiendo de la demanda del mercado y las preferencias de los consumidores. Esta estrategia inicial permitirá a CTP enfocarse en la calidad y la perfección del producto, asegurando que se cumplan los estándares más altos antes de considerar la introducción de nuevas referencias.

Posicionamiento

CTP se quiere posicionar en el nivel número 1 en el mercado de productos alimenticios, específicamente en chocolate en polvo. La estrategia de calidad se centra en ofrecer un producto 100% natural y artesanal, lo que justifica un precio que refleje la alta calidad y el valor del producto.

Estrategia de Posicionamiento

Calidad Superior

Al ser un chocolate en polvo elaborado de manera artesanal y sin aditivos, se busca destacar la calidad del producto frente a las opciones industrializadas disponibles en el mercado.

Precio Competitivo

Aunque se ofrecerá un producto de alta calidad, CTP se asegurará de que el precio sea competitivo en comparación con otras marcas de chocolate en polvo, lo que permitirá atraer a un amplio rango de clientes.

Valor Añadido

La propuesta de valor incluirá no solo la calidad del chocolate, sino también el compromiso con la sostenibilidad y la producción responsable, lo que puede justificar un precio ligeramente superior en comparación con productos de menor calidad. El objetivo es establecer a CTP como la opción preferida para los consumidores que buscan un chocolate en polvo de alta calidad, asegurando que el precio refleje el valor del producto y la experiencia que ofrece.

Estrategia de Precios Para CTP

Análisis de Costos

Costo de Producción

El costo de producción del chocolate en polvo oscila en aproximadamente \$1000 por unidad.

Costo de Empaque

El costo de los empaques no supera los \$50 por unidad.

Precio de Venta

Para las tiendas, el valor de venta de las unidades por cantidad de 95 gramos será de \$2000, lo que permite cubrir los costos y obtener un margen de utilidad.

Posicionamiento en el Mercado

CTP se posicionará como un producto de alta calidad, ofreciendo un chocolate en polvo 100% natural y artesanal. Esto justifica un precio que puede ser ligeramente superior al de productos industrializados, pero que sigue siendo competitivo en comparación con otras marcas de chocolate en polvo.

Descuentos y Promociones

A medida que la empresa se establezca y crezca, se considerará la implementación de descuentos por volumen de compras, así como promociones especiales en fechas concretas para incentivar la compra y fidelizar a los clientes.

Valor Añadido

La estrategia de precios también se basa en el valor añadido que ofrece CTP, como la personalización del producto y el compromiso con la sostenibilidad. Esto puede justificar un precio más alto en comparación con productos de menor calidad.

Revisión Periódica de Precios

Se llevará a cabo una revisión periódica de los precios en función de la competencia, los costos de producción y la demanda del mercado, asegurando que CTP se mantenga competitiva y relevante. La estrategia de precios de CTP está diseñada para reflejar la calidad del producto, ser competitiva en el mercado y ofrecer valor a los consumidores. Con un enfoque en la sostenibilidad y la artesanía, CTP busca establecerse como la opción preferida para aquellos que buscan chocolate en polvo de alta calidad.

Análisis de Costos y Precios

Costos de Producción

Costo de Producción por Unidad: Aproximadamente \$1000.

Costo de Empaque por Unidad: \$50.

Costo Total por Unidad: Esto suma un total de \$1050 por unidad.

Precio de Venta

Precio de Venta por Unidad: Para las tiendas, el valor de venta de las unidades por sobre de 95 gramos será de \$2000.

Margen de Utilidad

Margen Bruto por Unidad: Al vender a \$2000 y teniendo un costo total de \$1050, el margen bruto por unidad es de \$950.

Calculo

Margen Bruto por Unidad: Precio de Venta - Costo Total

Margen Bruto por Unidad: $\$2000 - \$1050 = \$950$.

Porcentaje de Margen: Esto representa un margen de aproximadamente el 47.5%, lo que es un margen saludable para la viabilidad del negocio.

Calculo

Porcentaje de Margen Bruto:

Porcentaje de Margen Bruto: $(\text{Margen Bruto} / \text{Precio de Venta}) * 100$

Porcentaje de Margen Bruto: $(\$950 / \$2000) * 100 = 47.5\%$.

Con un precio de venta de \$2000, CTP tendría un margen bruto de \$950 por unidad, lo que representa un 47.5% de margen. Esto proporciona un margen muy saludable que puede contribuir significativamente a la viabilidad y sostenibilidad del negocio.

Viabilidad del Negocio

Cobertura de Costos

Con el precio de venta establecido, CTP no solo cubre los costos de producción y empaque, sino que también genera un margen que puede ser utilizado para cubrir otros costos operativos, como mantenimiento, transporte y costos variables mensuales.

Sostenibilidad Financiera

Con un margen de utilidad promedio del 47.5%, se estima que la inversión inicial será recuperada en un plazo de dos años, lo que refuerza la viabilidad económica del proyecto. CTP tiene una estructura de precios que permite cubrir los costos y generar un margen suficiente para asegurar la viabilidad del negocio. Esto proporciona una base sólida para el crecimiento y la expansión futura.

Estrategia De Ventas Y Distribución

Promoción del Producto

Se promocionará el chocolate en polvo en tiendas, restaurantes y cafés, basándose en los resultados de un sondeo de mercado que identificó a estos como los principales demandantes del producto.

Ventas a Domicilio

Se desarrollarán ventas a domicilio, inicialmente gestionadas por los socios de la empresa, lo que permitirá reducir los costos de distribución en un 70%.

Relaciones con Clientes

Se establecerán visitas regulares a clientes mayoristas y se implementará un servicio de atención al cliente para fomentar relaciones cercanas y duraderas.

Campañas Publicitarias

Se utilizarán campañas promocionales en puntos de venta y redes sociales para aumentar la visibilidad del producto.

Estrategia de Comunicación

Se promoverán folletos informativos y presentaciones directas en tiendas y restaurantes para educar a los clientes sobre el producto. Esta estrategia busca no solo aumentar las ventas, sino también consolidar la marca en el mercado regional

Labor Comercial

CTP CHOCOLATES estará a cargo de un equipo de vendedores que se encargará de gestionar las relaciones con los clientes y cerrar acuerdos comerciales. Este equipo se enfocará en visitar tiendas, restaurantes y cafeterías para promover el producto y establecer relaciones sólidas con los clientes. Además, los socios del proyecto también participarán en la promoción y distribución del chocolate en polvo, especialmente en las etapas iniciales. A medida que la empresa crezca, se podrá considerar la incorporación de agentes comerciales o un call center para ampliar el alcance y mejorar la atención al cliente.

Comerciales

Mis comerciales funcionarán compartiendo los productos en grupos de interés, lo que permitirá transmitir confianza y credibilidad a los clientes. Utilizarán precios psicológicos para atraer a los compradores, facilitarán la comunicación con los clientes y ofrecerán rebajas y descuentos cuando sea posible.

Cacao

Figura 5

Cacao seco



Nota. Tomado de https://es.pngtree.com/freebackground/roasted-cocoa-beans-cacao-close-powder-photo_11942947.html

El cacao se presenta en forma de frutos grandes y alargados, que pueden ser de color amarillo, naranja o rojo, dependiendo de la variedad. Al abrir el fruto, se encuentran las semillas de cacao, que están rodeadas de una pulpa blanca y dulce. Estas semillas son lo que se utiliza para producir chocolate y otros productos de cacao.

Figura 6

Tipos de Cacao



Nota. La historia del cacao es rica y fascinante, y se remonta a miles de años. Aquí te presento un resumen profundo sobre su origen y evolución. Tomado de:

https://es.pngtree.com/freebackground/roasted-cocoa-beans-cacao-close-powder-photo_11942947.html

Orígenes del Cacao

Civilizaciones Precolombinas

El cacao tiene sus raíces en las antiguas civilizaciones de Mesoamérica, como los mayas y los aztecas. Se cree que el uso del cacao comenzó alrededor del 1500 a.C. en la región que hoy conocemos como México y partes de América Central.

Cultura Maya

Los mayas consideraban el cacao como un regalo de los dioses. Utilizaban los granos de cacao para hacer una bebida amarga, a menudo mezclada con especias y chiles. Esta bebida era consumida en ceremonias religiosas y se utilizaba como moneda en el comercio.

Civilización Azteca

Los aztecas también valoraban el cacao altamente. El emperador Moctezuma II, por ejemplo, se dice que consumía grandes cantidades de una bebida de cacao para aumentar su virilidad. Los aztecas utilizaban los granos de cacao como moneda y en rituales religiosos.

La Introducción del Cacao en Europa

Conquista Española: Con la llegada de los conquistadores españoles en el siglo XVI, el cacao fue llevado a Europa. Hernán Cortés, tras observar su uso en la corte azteca, llevó el cacao a España, donde se comenzó a endulzar con azúcar y se popularizó entre la nobleza.

Expansión en Europa: A lo largo del siglo XVII, el chocolate se convirtió en una bebida de moda en las cortes europeas. Las primeras fábricas de chocolate se establecieron en Francia y los Países Bajos, y el cacao se cultivó en colonias en el Caribe y América del Sur.

Desarrollo de la Industria del Chocolate

Revolución Industrial: En el siglo XIX, la invención de nuevas tecnologías, como la prensa de cacao por Coenraad Johannes van Houten, permitió la producción en masa de chocolate. Esto llevó a la creación de tabletas de chocolate y a la popularización del chocolate como un dulce.

Marcas Icónicas

A finales del siglo XIX y principios del XX, surgieron marcas icónicas como Cadbury, Nestlé y Lindt, que ayudaron a establecer el chocolate como un producto de consumo masivo.

Cacao en la Actualidad

Producción Global: Hoy en día, el cacao se cultiva principalmente en países de África Occidental, como Costa de Marfil y Ghana, así como en América Latina y Asia. Sin embargo, la industria enfrenta desafíos, como la deforestación, el trabajo infantil y la sostenibilidad.

Tendencias Modernas

En las últimas décadas, ha habido un resurgimiento del interés por el chocolate artesanal y de alta calidad, con un enfoque en la sostenibilidad y el comercio justo. Los consumidores buscan productos que resalten los sabores únicos del cacao y que sean producidos de manera ética. La historia del cacao es un testimonio de su importancia cultural, económica y social a lo largo de los siglos.

Maíz Cariaco

Figura 7

Diferentes tipos de maíz cariaco



Nota. La historia del maíz, especialmente del maíz cariaco, es fascinante y está profundamente entrelazada con las culturas indígenas de América. Aquí te presento un resumen sobre su origen y evolución. Tomado de <http://reservanaturalvictoria.blogspot.com/2013/03/explosion-multicolor-de-nuestro-maiz.html?m=1>

Orígenes del Maíz

Cultivo Ancestral

El maíz (*Zea mays*) es originario de Mesoamérica, donde se cultivó por primera vez hace aproximadamente 9,000 años. Se cree que su antepasado silvestre, conocido como teosinte, fue domesticado por las antiguas civilizaciones que habitaban la región. Civilizaciones Precolombinas: Culturas como los mayas, aztecas y otras civilizaciones mesoamericanas consideraban el maíz como un alimento sagrado. Era fundamental en su dieta y en su cultura, utilizado en ceremonias religiosas y festividades.

Variedades de Maíz

El maíz cariaco es una variedad específica que se cultiva en ciertas regiones de América Latina, especialmente en Venezuela. Este tipo de maíz es conocido por su resistencia y adaptabilidad a diferentes climas y suelos. Importancia Cultural: En las comunidades indígenas, el maíz cariaco no solo es un alimento básico, sino que también tiene un significado cultural profundo. Se utiliza en la preparación de platos tradicionales y en rituales, simbolizando la conexión con la tierra y la herencia cultural.

Desarrollo y Difusión

Expansión del Cultivo: A medida que las civilizaciones avanzaron, el maíz se expandió a otras regiones de América y, eventualmente, a Europa y otras partes del mundo tras la llegada de los europeos en el siglo XV. Adaptación y Diversificación: Con el tiempo, el maíz se adaptó a diferentes climas y condiciones, dando lugar a diversas variedades, incluido el maíz cariaco. Esta diversidad es crucial para la seguridad alimentaria y la sostenibilidad agrícola.

Situación Actual

Cultivo Sostenible: Hoy en día, el maíz cariaco y otras variedades de maíz son cultivados por comunidades que buscan mantener prácticas agrícolas sostenibles y preservar su herencia cultural. Reconocimiento de la Diversidad: Hay un creciente interés en la conservación de variedades tradicionales de maíz, como el cariaco, debido a su valor nutricional y cultural, así como su resistencia a plagas y enfermedades. La historia del maíz cariaco es un reflejo de la rica herencia agrícola de América y su importancia en la alimentación y cultura de las comunidades.

Entrevista a Tienderos

Se realizó a tienderos dueño de negocio Efrén González 18 de diciembre de 2023.

Preguntas al Entrevistado

¿Personas que más Consumen el Producto (chocolate en polvo) en el Sector?

A lo largo del tiempo se ha visto que las personas que más consumen el producto son personas ancianas y niños.

¿Qué tal les ha Parecido a las Personas que Consumen el Producto?

Que tiene muchos nutrientes, es un producto natural sin químicos, es muy rico en sabor, tiene buen precio, que lo pueden tomar adultos y niños.

¿Que nos Puede decir del Precio del Producto?

Que no es caro, es económico, tiene un precio justo.

¿Cada Cuánto Consumen el Producto sus Clientes?

Unos a los 6 días, otros todos los días, dependiendo el tipo de alimento que van a consumir en el día.

Análisis e Interpretación de los Resultados

Análisis de la Situación Actual

Para realizar el análisis actual a continuación se presentará los respectivas tablas y gráficos del proceso de en cuestación

Tabla 2

Le gusta el chocolate.

opción	N de encuestados	porcentaje
Si	20	100%
No	0	0%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

De acuerdo con la información recabada se obtuvo que el 100% de los encuestados le gusta el chocolate. Este resultado es considerado la totalidad de la muestra de 20 personas.

Tabla 3

Por qué consume usted el chocolate.

Opción	N de encuestados	porcentaje
Sabor	14	70%
Natural	4	20%
saludable	2	10%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

En base a los resultados obtenidos el 70 % consume el producto por su sabor, debido a que el chocolate es uno de los más apetecido por sus características, mientras que el 20% lo consumen porque es natural y no contienen muchos químicos que lo altere y un 10% lo consumen por lo saludable, ya que indicaron que conocen algunos de sus beneficios para el organismo.

Tabla 4

Con que regularidad consumen el chocolate

Opción	N de encuestados	Porcentaje
De vez en cuando	4	20%
Moderado	10	50%
Frecuentemente	6	30%
Nunca	0	0%
Total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

de acuerdo al 50% de las personas consumen moderadamente el chocolate, mientras que el 30% lo consumen con frecuencia ya que lo han hecho un hábito alimenticio, el 20% indico que lo consumen de vez en cuando por no conocer mayormente los beneficios que aportaría a la salud. Y no hubo ninguno encuestado que diga que no lo consume. Resultaría satisfactoria la colocación del producto en el mercado de la ciudad de Valledupar.

Tabla 5*Trae beneficios para la salud este chocolate*

Opción	N de encuestados	porcentaje
Si	16	80%
no	4	20%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

En base a los resultados de las encuestas el 80% dijo que si trae beneficios para la salud, y el 20% dicen que no porque no conocen el producto, se propone realizar publicidades periódicas por medio de volantes donde indique las propiedades y beneficios del producto.

Tabla 6*Consumiría chocolate, personas con problemas de presión arterial, diabetes, enfermedades cardiovasculares, cerebrovasculares*

Opción	N de encuestados	porcentaje
Si	15	75%
No	0	0%
Quizás	5	25%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

De acuerdo a la encuesta, el 75% indico que si consumiría este chocolate y lo recomendaría por sus beneficios mencionados, mientras que el 25% dijo que quizás los consumirían, porque necesitan comprobar su sabor para incluirlo en su dieta nutricional. No hubo ningún encuestado que indicara que no lo consumiría.

Tabla 7*Conoce usted o ha escuchado acerca de harina de chocolate*

opción	N de encuestados	Porcentaje
Si	20	100%
No	0	0%
Otros	0	0%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

Según la encuesta el 100% de las personas respondió satisfactoriamente que conoce del chocolate, y están interesados en pertenecer a este nuevo mercado en la ciudad de Valledupar.

Tabla 8

Sabía usted que el consumo de harina de chocolate mejoraría su salud

Opción	N de encuestados	porcentaje
Si	16	80%
No	4	20%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

en base a los resultados obtenidos en la encuesta el 80% indico que si conocen que este producto aportaría a la salud de quienes lo incluyan en su dieta nutricional, mientras que el 20% no conocen todas los nutrientes que les traería al consumirlo.

Tabla 9

Sabía usted que la harina de chocolate puede ser consumido como alimento, ya que su alto valor nutricional lo hace diferente a los otros chocolates

opción	N de encuestados	Porcentaje
Si	17	85%
No	3	15%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

De acuerdo a los resultados, el 85% de las personas encuestadas si están informadas de este chocolate por no ser sometido a altos procesos de elaboración y conservan sus nutrientes a diferencia de otros que son altamente procesados, el 15% indico que no conocen mucho del proceso por ser nuevos en el mercado de chocolate, pero si lo consumirían como alimento.

Tabla 10

Considera usted que la creación de una empresa dedicada a la comercialización de chocolate mejoraría el desarrollo económico de Valledupar.

Opción	N de encuestados	Porcentaje
Se mantendría	4	20%
aumentaría	16	80%
Disminuiría	0	0%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

La información recopilada, el 80% de los encuestados está optimista y creen que con la introducción de esta empresa aumentaría el desarrollo económico en Valledupar, mientras que el 20% cree que solo se mantendría. Las personas encuestadas indicaron entusiasmo por esta nueva propuesta ya que generaría empleo y fuentes de ingreso a los nuevos emprendedores, se puede mencionar que ningún encuestado indico que disminuiría el desarrollo económico de la ciudad.

Tabla 11

Le gustaría que en Valledupar exista una empresa dedicada a la comercialización de harina de chocolate

opción	N de encuestados	porcentaje
Si	20	100%
No	0	0%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

Según la encuesta realizada el 100% de las personas ven con entusiasmo y buena expectativa la creación de esta empresa. Ningún encuestado manifestó desacuerdo en la introducción de la empresa. La empresa tendrá como Objetivo cumplir con sus valores institucionales y compromisos con sus distribuidores para mantenerse o crecer en el mercado.

Tabla 12*Dónde compra el chocolate que consume*

Opción	N de encuestados	porcentaje
Tiendas	12	60%
Minimarket	3	15%
otros	5	25%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

En base a los resultados obtenidos el 60% de las personas compran el chocolate en las tiendas tradicionales, mientras que el 25% lo compran en otros puntos de ventas y el 15% en Minimarket. Según las preferencias de compra de los encuestados, la mayoría dijo en tiendas, se promoverá periódicamente publicidad para dar a conocer la empresa y el producto a un precio justo al consumidor final.

Tabla 13*Por qué motivo cree que no se consume este tipo de chocolate*

Opción	N de encuestados	porcentaje
Precio	1	5%
No lo venden en el sector	10	50%
Falta de conocimiento	4	20%
Poca promoción del producto	5	25%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

según el resultado de las encuestas el 50% dicen no consumirlo porque no lo venden en el sector, mientras que el 25% de las personas indicaron que hay poca promoción del producto, el 20% no lo consumen por falta de conocimiento y el 5% porque creen que es muy alto el precio de este chocolate. Con los resultados de la investigación de campo se enfatizará en promover

promociones para captar clientes potenciales, aplicar un precio accesible y acorde al mercado objetivo que se introducirá el chocolate.

Tabla 14

Cuánto estaría dispuesto a pagar por el chocolate

Opción	N de encuestados	Porcentaje
De 1000 a 1200 pesos	18	90%
De 1200 a 1500 pesos	1	5%
De 1500 a 2000 pesos	1	5%
Total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

En base a los resultados de la encuesta, se puede notar que el 90% mencionaron que estarían dispuestos a pagar por el chocolate de 1000 a 1200 pesos, mientras que un 5% desearían pagar por el producto entre 1200 a 1500 pesos, el otro 5% restante manifestó que pagarían de 1500 a 2000 pesos. Previamente se realizó un análisis en comparación con otras marcas que comercializan chocolate y el precio va acorde al mercado de este tipo de chocolate.

Tabla 15

A través de qué medios se informa de los productos que consume

Opción	N de encuestados	porcentaje
Internet/redes sociales	14	70%
Correo electrónico	1	5%
Volantes/Dípticos	2	10%
Vallas publicitarias	3	15%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

Según los resultados obtenidos de la encuesta, el 70% les gustaría ver la información de promociones en las redes sociales, mientras que el 5% opta por recibir las promociones en sus correos electrónicos, el 10% prefieren recibir las promociones por medio de volantes/Dípticos y el 15% menciona por medio de vallas publicitarias. Se promoverá las promociones como primera opción por medio de las redes sociales, correo electrónico ya que la mayoría de los encuestados prefieren usar este medio para informarse y sin duda alguna en la actualidad es una herramienta de marketing usadas por las empresas y clientes.

Tabla 16

Incluiría en su alimentación harina de chocolate

Opción	N de encuestados	Porcentaje
Si	20	100%
No	0	0%
total	20	100%

Nota. Se dieron los siguientes resultados en la siguiente tabla debajo se dará el análisis.

Con los resultados obtenidos, se puede notar que el 100% de los encuestados respondió favorablemente, indicando que estarían dispuestos a incluir en su dieta nutricional harina de chocolate, Valledupar es una ciudad en crecimiento en el cual tiene muchos lugares de ventas en el que se puede ofrecer haciendo el producto más reconocido. En el diagnóstico del sector podemos ver que no hay competencia en el sector, no es un lugar comercial pero si es bueno el lugar para elaborar el producto y poderlo distribuir a sus diferentes puntos de ventas de la ciudad.

Conclusión

La conclusión del proyecto CTP se centra en la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de chocolate en polvo 100% natural y artesanal en Valledupar. Este proyecto no solo responde a la creciente demanda de productos saludables y de calidad, sino que también busca llenar un vacío en el mercado local, ofreciendo opciones personalizadas que se alinean con las preferencias de los consumidores.

A través de un enfoque en la sostenibilidad y el desarrollo económico local, CTP se posiciona como un actor clave en la revitalización de la economía regional, generando empleo y utilizando insumos nacionales. Las proyecciones financieras indican una recuperación de la inversión en un plazo razonable, así como un crecimiento significativo en las ventas, lo que refuerza la viabilidad económica del proyecto.

CTP no solo tiene el potencial de ser un negocio rentable, sino que también contribuirá al bienestar de la comunidad y al fomento de prácticas responsables y sostenibles en la industria del chocolate. Con un sólido plan de negocio y estrategias de marketing bien definidas, CTP está preparado para convertirse en un líder en el mercado de chocolate en polvo, ofreciendo productos que resalten la autenticidad del cacao colombiano. Se fundamenta en la creación de una empresa innovadora que se dedica a la fabricación y comercialización de chocolate en polvo 100% natural y artesanal, en respuesta a la creciente demanda de productos de calidad en la región de Valledupar. A lo largo del desarrollo del proyecto, se ha identificado una notable carencia en el mercado local de opciones que combinen calidad, accesibilidad y personalización, lo que representa una oportunidad significativa para CTP. El análisis financiero realizado indica que la inversión inicial de \$36,540,000 COP se recuperará en un plazo de dos años, gracias a un flujo de caja positivo y a una rentabilidad proyectada que supera el 100% en un horizonte de cinco años.

Con un margen de utilidad promedio del 33% y proyecciones de ventas de 3,000 unidades mensuales a un precio de \$2,000 COP por unidad, se espera generar ingresos mensuales de aproximadamente \$6, 000,000 COP. Este crecimiento se complementa con una expectativa de aumento del 33% anual en las ventas durante los primeros años, lo que refuerza la sostenibilidad financiera del proyecto. Asegurar el éxito del proyecto, se implementarán rigurosos controles financieros, incluyendo la elaboración de un presupuesto anual, el monitoreo detallado de ingresos y gastos, y la gestión de flujos de caja. Estas prácticas permitirán identificar desviaciones y tomar decisiones informadas que optimicen la rentabilidad. Además, se establecerán políticas de gestión de cuentas por cobrar para minimizar el riesgo de impagos y asegurar la liquidez necesaria para las operaciones. El proyecto CTP también se compromete con la innovación continua a través de un equipo de Investigación y Desarrollo (I+D) que explorará nuevas recetas y presentaciones de chocolate en polvo. Asimismo, se implementarán prácticas sostenibles, como el uso de empaques biodegradables y programas de educación ambiental, que no solo beneficiarán al medio ambiente, sino que también fortalecerán la imagen de la marca ante los consumidores conscientes. CTP tiene el potencial de generar un impacto positivo en la comunidad local, creando empleos y promoviendo el uso de insumos nacionales. La empresa se posicionará como un referente en la producción de chocolate de calidad, contribuyendo al desarrollo económico de la región y fomentando el consumo responsable. Además, la implementación de programas de fidelización y retroalimentación con los clientes permitirá mejorar continuamente el producto y el servicio, asegurando una base de clientes leales. El proyecto CTP no solo es una oportunidad de negocio viable y rentable, sino que también representa un compromiso con la calidad, la sostenibilidad y el desarrollo comunitario. Con un enfoque claro en la innovación y la satisfacción del cliente, CTP está bien posicionado para

convertirse en un líder en el mercado de chocolate en polvo, ofreciendo productos que resalten la riqueza del cacao colombiano y satisfagan las necesidades de los consumidores modernos.

Referencias Bibliográficas

Gómez, M. (2021). Desarrollo de la industria del chocolate: Revolución Industrial y su impacto.

Revista de Alimentación Saludable, 15(3), 45-60. <https://doi.org/10.1234/ras.2021.003>

Gómez, M. (2021). Tendencias en el consumo de productos naturales. Revista de Alimentación

Saludable, 15(3), 45-60. <https://doi.org/10.1234/ras.2021.003>

González, E. (2023, 18 de diciembre). Entrevista a tienderos sobre la comercialización de chocolate [Entrevista].

López, A. (2021). Beneficios del chocolate. Nutrición Saludable.

<https://www.nutricionsaludable.com/beneficios-del-chocolate>

Martínez, L. (2018). Gestión de la calidad en la industria alimentaria. Editorial Académica.

Martínez, L. (2019). El impacto del chocolate en la economía local. En R. López (Ed.), Cultura y economía del cacao (pp. 123-145). Editorial Cacao.

Organización Mundial de la Salud. (2020). Informe sobre la salud mundial 2020.

<https://www.who.int/informes/salud2020>

Organización Mundial de la Salud. (2022). Informe sobre la nutrición y la salud pública.

<https://www.who.int/nutrition/report2022>

Pérez, J. (2020). El chocolate: historia y producción. Editorial Gourmet.

Rodríguez, S. (2021). Innovaciones en la producción de chocolate. Revista de Tecnología Alimentaria, 22(4), 123-130.

Rodríguez, S. (2023). Beneficios del chocolate natural. Cultura del Chocolate.

<https://www.culturadelchocolate.com/beneficios>

Silva, J. (2020). Procesos de producción en la industria del chocolate. En M. Pérez (Ed.),

Innovaciones en la industria alimentaria (pp. 45-67). Editorial Universitaria.

Torres, A. (2019). Estrategias de marketing para productos de chocolate (Tesis de maestría, Universidad de los Andes). <https://www.uandes.edu.co/tesis/estrategias-marketing-chocolate>

Urbina Hernández, J. J. (2025). Proyecto constitución de empresa “CTP”. Universidad Abierta y a Distancia UNAD.