

## Emprendimiento solidario Chocolumbia productora y distribuidora de derivados del cacao

Ana Belen Ruiz

Cristian Adrian Sierra

Diana Patricia Moreno Lozano

Karen Yuliedt Franco Malagón

Paula Andrea Trejos Hernández

Milton Eduardo Villalba Benitez

Tutor

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativa, Contable, Económicas y de Negocios.

Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

Diplomado en Gestión del Marketing para el Emprendimiento Social.

Agosto 2020

## Tabla de Contenido

Introducción .....	3
1. Objetivos .....	4
1.1 Objetivo General: .....	4
1.2 Objetivos Específicos: .....	4
2. Descripción y Planteamiento del Problema.....	5
2.1 Municipio de San Pablo de Borbur.....	5
2.2 Población Afectada y Condiciones Sociales, Económicas y Personales .....	6
3. Presentación del Proyecto de Emprendimiento: Sustentación de las Acciones .....	8
4. Formulación de la Propuesta de Valor .....	10
4.1 Etapa de Empatiza .....	10
4.2 Etapa de Define .....	12
4.3 Etapa Idea .....	12
4.4 Etapa Prototipa: Técnica Aplicada; Mapa Mental.....	13
4.5 Etapa Testea.....	13
5. Plan de Mercadeo.....	15
5.2 Grupo Mercado objetivo del proyecto.....	16
5.3 Segmentación .....	16
5.4 Identificación y Análisis de la Competencia .....	17
5.5 Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social. ....	18
5.6 Estrategias de Mercadeo .....	19
5.7 Estrategia de Social Media .....	21
5.8 Logo y slogan .....	21
6. Proyección operativa y financiera.....	22
Bibliografía .....	26

## **Introducción**

De acuerdo al Diplomado Gestión del Marketing Para el Emprendimiento Social, exponemos Chokolombia como una propuesta de proyecto que beneficiar a mujeres cabeza de hogar del municipio de San Pablo de Borbur, el objetivo es mejorar las condiciones económicas y laborales de los directos beneficiarios y de su entorno socioeconómico, contando el apoyo de los campesinos productores del grano de cacao, y algunas entidades como la Umata, el Sena, Fedecacao, el municipio y la misma gobernación de Boyacá entre otras.

Chokolombia busca ser una productora y destruidora directa de derivados del cacao como: golosinas del chocolate en barra con cereal y frutos secos, chocolate en polvo o en barra para la mesa, busca destacarse por ser artesanal y ofrecer un productos saludables, innovadores y económicos.

En este proyecto se exponen diferentes aspectos como lo son el mismo diagnóstico de la problemática, que permite reconocer la importancia de contribuir a un cambio social económico, una propuesta de innovación tecnológica y social que haga la diferencia en cuanto a proyectos de este tipo, también usamos la herramienta design thinking, que permite formular la propuesta de valor, descubriendo la viabilidad del negocio, otra actividad es el diseño de estrategias de marketing que buscan dar a conocer los beneficios y promover el posicionamiento comercial del producto, y por ultimo estimamos una proyección operativa y financiera de Chokolombia.

# 1. Objetivos

## 1.1 Objetivo General:

Diseñar un proyecto de emprendimiento social que busque solventar las necesidades socioeconómicas de un grupo de mujeres madres cabeza de hogar del municipio de San Pablo de Borbur por medio del procesamiento comercialización y distribución de productos de a base de cacao.

## 1.2 Objetivos Específicos:

- Reconocer la realidad social y económicas de las madres cabeza de familia del municipio de san pablo de Borbur.
- Diseñar acciones de innovación social y empresarial que permitan validar la propuesta de valor y poner en práctica las acciones de marketing necesarias.
- Estructurar financieramente el proyecto permitiendo una idea real de los costos y gastos y proyecciones de ventas que validen la sustentabilidad económica del proyecto.

## **2. Descripción y Planteamiento del Problema**

Si hablamos de desempleo en nuestro país y de desigualdad laboral con falta de oportunidades las madres encargadas de sus hogares deben ser un punto de referencia, según datos de la alcaldía el desempleo en el municipio de San Pablo de Borbur llegó a un estimado de 6 de cada 10 mujeres en edades de 18 a 50 años cuyas oportunidades laborales se limitan a trabajos por horas o días y en actividades de campo o cocina, siendo esto un limitante para la atención de las necesidades primarias y aún más de todo aquello que pueda ser considerado comodidades sociales. Una madre cabeza de familia no puede en muchas ocasiones garantizar una nutrición adecuada a sus hijos son aspectos tan esenciales como la alimentación que se ven limitados, en un país productor de alimentos y una región altamente agrícola como lo es este municipio Boyacense. Las madres cabeza de familia batallan desde siempre, en pleno siglo XXI y estas siguen siendo estigmatizadas por no tener un hombre a su lado.

Cuando hablamos de madres cabeza de familia, hablamos de dificultades y no nos referimos al hecho de traer hijos al mundo, nos referimos al hecho de poder ser en todo el sentido de la palabra en una sociedad que limita y encasilla.

De esto y más surge la necesidad de empoderar a un grupo de mujeres de este municipio por medio del emprendimiento social, las herramientas de marketing son iguales para toda empresa o microempresa y las alternativas sociales nos llaman a tocar fibras sensibles de una sociedad que se niega en muchas ocasiones a ver las realidades que nos apañan y que pueden ser transformadas desde la premisa de que todos merecemos una oportunidad.

### **2.1 Municipio de San Pablo de Borbur**

Según Colombia extraordinaria, en su sitio web, San pablo de Borbur es un municipio que está ubicado al occidente del departamento de Boyacá, este tiene una extensión de 193.88km, es conocido como el municipio esmeralda de Colombia, sus sectores más

importantes son la agricultura, la ganadería y la minería; en este se cultiva café, maíz, plátano, caña de azúcar, arroz y cacao.

Este es un municipio productor de chocolate hace 10 años aproximadamente y desde entonces se ha ido consolidando no solo como productor si no como exportado.



Fuente: Google map. com

## **2.2 Población Afectada y Condiciones Sociales, Económicas y Personales.**

Este proyecto entra a afectar positivamente una amplia población, iniciamos con sus población principal que son las madres cabeza de hogar, ellas buscan por medio de su emprendimiento mejorar sus actuales condiciones socioeconómicas, si 20 madres tienen mejor y mayor capacidad de ingreso esto significa que sus capacidad de compra será mayor, que recurrirán más seguido y de forma segura a lugares como tiendas de abarrotes, tiendas de ropa y de calzado y posiblemente salones de belleza y cuidado personal, podría dependiendo de sus propio trabajo subir de estrato socioeconómico, hablamos solo del hecho que mejoren sus ingresos, ahora tengamos en cuenta que los productores también tendrán estabilidad en sus ventas y precios, lo que implica que ellos también les cambiaran su economía, y tengamos en cuenta que el hecho de ser campesinos no implica ser pobres, en muchas ocasiones ellos cuentan una estabilidad mayor a muchos habitantes de la ciudad. Como las alianzas comerciales se realizarán con tenderos, cafeterías, floristerías y empresa de la región, también ellos se verán afectados al poder comprar un producto más económico y con propiedades nuevas que sean interesantes a sus ya existentes clientes y a los nuevos que puede atraer.

Los clientes consumidores directamente también se verán afectados al consumir un producto mucho más saludable, con una tabla nutricional alta y adicional un precio favorable, en grandes rasgos estas son la población afectada.

### **3. Presentación del Proyecto de Emprendimiento: Sustentación de las Acciones de Innovación Social**

Las madres cabezas de familia, sin duda alguna en nuestro país hacen parte de la población vulnerable, la razón pocas oportunidades se ven reflejadas a la hora de buscar una fuente laboral estable que les permitan proveer las necesidades de sus familias, por otro lado se suma que muchas madres aún están en la etapa lactante o tienen niños muy pequeños, con ello se hace menos posible encontrar una oportunidad de mejorar su calidad de vida, a su vez es importante resaltar que vivimos en un país donde el conflicto armado ha dejado huellas afectando algunas familias Colombianas en especial a nuestras madres cabeza de familia, obligándolas a dejar sus tierras y de esa forma nos encontramos con madres en extrema pobreza teniendo a su cuidado y responsabilidad entre cuatro a cinco hijos.

De aquí se deduce que las madres cabeza de familia requieren un trabajo estable, que garantice un ingreso financiero que permita solventar sus necesidades y las de sus hijos y adicional ofrecer un producto que beneficie a los demás, que sea una opción real para los más necesitados y cumpla con los requerimientos alimenticios y dietarios de los hogares de su región.

Como respuesta a esta situación se propone como proyecto de emprendimiento social, la creación de una microempresa llamada Chocolumbia en donde se trabajará el chocolate en sus diferentes presentaciones tales como: bombones rellenos, figuras en chocolate, frutas cubiertas en chocolate, barquillos de chocolate y detalles corporativos direccionados a compañías que en su mayoría los obsequian a los clientes o empleados. Y en la que la mano de obra que se usara para el desarrollo del emprendimiento con nuestras veinte madres de familia del municipio de San Pablo de Borbur Boyacá, este proyecto tienen como finalidad que nuestras madres tengan una fuente de ingresos, que puedan ser independientes, que a través de este proyecto haya más beneficiados; por esa razón se pretende comprar la materia prima (cacao) a los campesinos cultivadores de cacao que se encuentran en varios puntos específicos del país.

Las madres cabeza de familia contarán con el apoyo de varias entidades públicas y privadas para el desarrollo del proyecto, entre ellos tenemos: Gobernación de Boyacá que les



ayudara con el arriendo del local por tres meses, la Alcandía de San Pablo de Borbur les brindara ayuda en asesorías y estudios relacionados con la parte de finanzas, el Sena con el programa Fondo emprender ,UMATA, fundación de la mujer con préstamos para realizar la compra de algunos implementos importantes de la microempresa, mundo mujer asesorías comerciales, con estas herramientas se dará inicio a la microempresa Chocolombia (sabor en tus manos) ,con la finalidad de llegar a todos los hogares, brindando un producto de excelente calidad 100% de nuestro país, hecho artesanalmente para el deleite de los consumidores.

En base en este proyecto se promueven varias innovaciones en diferentes áreas como: Innovación social: Se puede habilitar un espacio en donde los hijos (bebes) de las madres cabeza de familia puedan estar ahí mientras ellas trabajan, para lograr esto se implementará un horario por turnos en donde mientras unas madres trabajan las otras pueden cuidar de los niños, así estas pueden trabajar tranquilamente sin descuidar a sus bebes. Innovación tecnológica: Se utilizará maquinaria como; fundadoras, túnel de enfriamiento y maquina recubrimiento o bañado, todas estas máquinas son ahorradoras de luz siendo buenas al medio ambiente. Innovación en nuestros productos: La microempresa ofrece a sus clientes un producto de tipo artesanal elaborado con el mayor de los cuidados y detalles, donde se siente la diferencia en su textura y sabor en comparación de los productos tradicionales que se encuentran en el mercado. A su vez se trabajan los empaques de los chocolates de forma artesanal con motivos pirograbados, con detalles hechos a mano dando un toque de elegancia y originalidad a cada producto.

## **4. Formulación de la Propuesta de Valor**

Modelo De Negocio Basado En La Metodología Design Thinking, se compone de diferentes etapas que permiten la definición y acercamiento a la formulación del proyecto.

### **4.1 Etapa de Empatiza**

Los colombianos son consumidores de chocolate por costumbre adquirida, adicionemos el hecho de que es un país productor de una excelente calidad de este producto, que se encuentra en una amplia y variada oferta.

Desde la tradicional y popular chucula, (amasijo de cacao tostado con panelas y harinas de maíz, cebada, o habas que dependen de la región.) hasta los chocolates lyne o fitness tienen salida comercial y gran acogida al público.

Los potenciales clientes para los productos derivados del cacao van desde el campesino estrato uno que lo consume en sus desayunos o como ellos llaman popularmente “el algo”, hasta los empresarios o políticos que los envían en sus anquetas de presentación a extranjeros y amigos como representación de algo típico de país y resaltando la gran calidad del producto.

El 90 % de la población se encuentra en capacidad de adquirir comercialmente una chocolatina y buscan básicamente lo mismo, un buen producto, que ofrezca calidad, a buen precio, con una presentación bonita y actualmente crece la tendencia de querer adquirir productos hechos con conciencia ambiental.

Chocolombia busca que sus clientes se sientan afortunados de recibir una oferta artesanal, con gran calidad y un precio que se adecue a las necesidades de todos.

Haciendo un breve diagnostico se identifica que las familias que son clientes muy importantes que buscan economía y beneficios, por eso se ofrece la posibilidad de comprar productos que suplan las necesidades de todos en el hogar, ofrecemos chocolate de mesa con adiciones de vitaminas y endulzado con extracto de caña de azúcar.

En cuanto a los chocolates de golosinas, se identifica la necesidad de ofrecer una variedad que no solo tenga una bonita presentación si no que sea agradable y cumpla con una

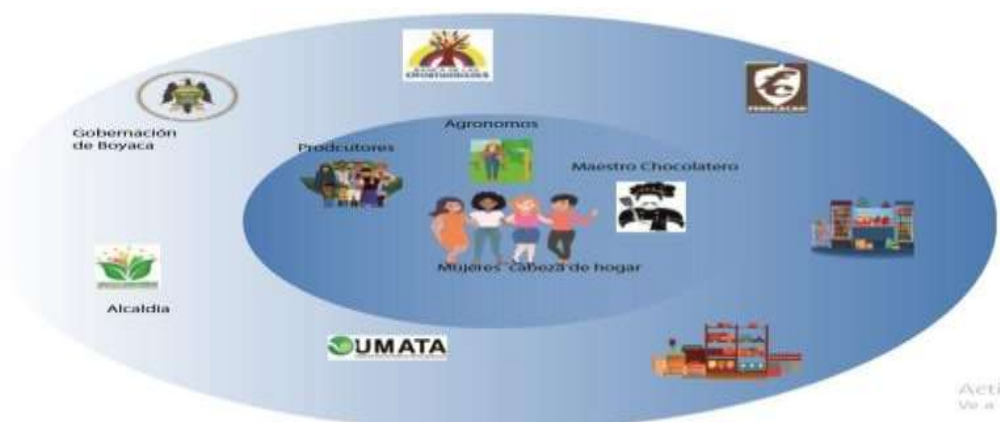
tabla nutricional que es lo que requieren sus consumidores ya que al ser una alta fuente de energía es consumido por estudiantes y empleados que tienen largas jornadas y requieren energía adicional, por eso la adición de frutos secos y deshidratados que contribuye con proteínas y vitaminas.

El proyecto incluye también, a los pequeños y medianos productores de cacao en parámetros de calidad y normatividad requeridos como proveedores de la materia prima, que serán beneficiarias potenciales al tener una seguridad de ingreso y no versen afectados por los intermediarios que acomodan el precio a su beneficio.

El círculo central se cierra con los agrónomos, que serán personal de la región, incentivando el trabajo y la capacitación profesional en el agro, esto no solo cumple para el proceso productivo y de cuidado del cultivo, sino que también genera oportunidad.

En el círculo exterior tenemos a las entidades y entes gubernamentales que serán requeridos para recibir el apoyo de estos en cuento a proceso formativo, de acompañamiento y financiero. (Fedecacao, Umata, alcaldía. Gobernación y banca de oportunidades) y adicional se incluyen a los tenderos de víveres y abarrotes de la región y las cafeterías para que usen el producto y den a conocer su importancia y calidad.

Técnica aplicada Mapa de actores



Fuente: Ilustración realizada por Diana Moreno

## 4.2 Etapa de Define

El proyecto de emprendimiento social que se pretende desarrollar beneficiará a la población de San Pablo de Borbur ya que través de este la población en general podrá acceder a los productos que ofrecerá Chocolumbia los cuales son a base de cacao como lo son chocolate en polvo chocolate en barra y dulces de chocolate a un precio justo y moderado. la población de este municipio podrá ver los beneficios del producto en cuanto a variedad, calidad, precio, promoción e innovación.

Técnica Aplicada Mapa de empatía: Esta es una herramienta demasiado útil que nos sirve para personalizar, caracterizar y conocer al segmento de clientes objetivo.



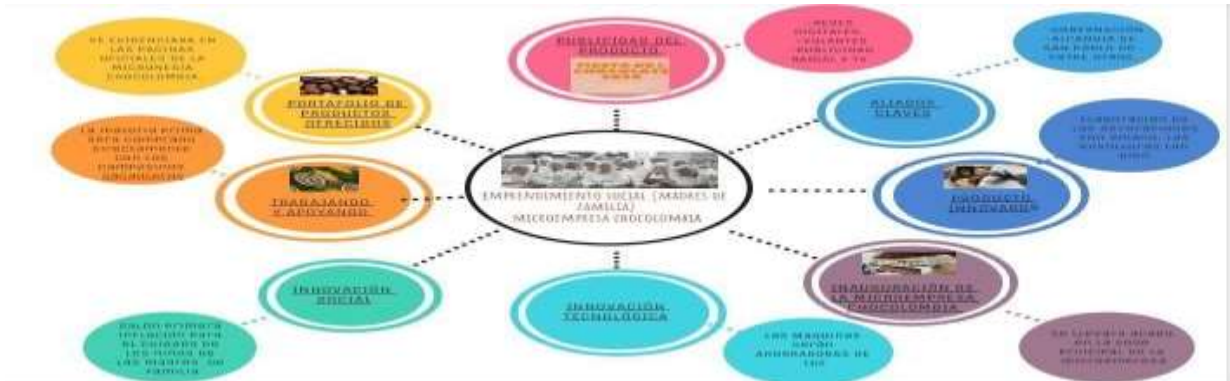
Fuente: Ilustración realizada por Paula Trejos

## 4.3 Etapa Idea

La propuesta de emprendimiento social en la que se benefician madres cabeza de hogar busca mejorar la calidad de vida de estas mujeres y de sus hijos con la creación de una microempresa llamada Chocolumbia. La empresa genera y aplica una encuesta al consumidor de tal manera que este expresa interrogantes, da cuenta de cuáles son sus gustos y preferencias, basados en esta encuesta se podrá mejorar y solucionar aspectos que Chocolumbia tal vez no tenga y que para el cliente sea importante que se reflejen como lo puede hacer mejorar sus

diferentes canales de innovación, partiendo de que al cliente le gusta un producto que ofrezca una experiencia única en compra, diseño, placer y pertenencia.

### Técnica de Mapa mental



Fuente: Ilustración realizada por Cristian Sierra

### 4.4 Etapa Prototipa: Técnica Aplicada; Mapa Mental



Fuente: Ilustración realizada por Ana Belen Ruiz

### 4.5 Etapa Testea

A partir de la realización sobre el prototipo, se ilustra según las características identificadas, de manera práctica se crea un mapa mental, esta técnica permite destacar; las

motivaciones que impulsan a las madres de familia identifican las particularidades del producto y evidencia la exclusividad de este. De esta forma se da a conocer el producto que se quiere ofrecer y la importancia de impulsar a las madres de familia para mejorar la calidad de vida de sus hijos, del mismo modo se pretende dar a conocer este proyecto a posibles inversionistas y posible nuevos socios, con esto garantizarían el crecimiento de la microempresa favoreciendo a muchas madres de familias incluidas en este proyecto, de la misma manera se da a conocer la calidad de los productos, la exclusividad de él, con ello se pretende que nuevos clientes se vean motivados a probar los productos, miren la calidad de ellos y lo mejor de todo el trato amable que las madres de familia tiene para dar. Es de esta manera que llegamos a concluir que se debe proporcionar y garantizar un excelente servicio es aquí donde nuestros clientes y futuros clientes se verán fidelizados, por eso nos vemos a la tarea de que conozcan al equipo de trabajo, es decir a las madres de familia y ¿Cómo lo lograremos? Se logrará a través de la herramienta feedback, pues esta nos permite saber lo que piensa los clientes de los productos y como se sienten con el servicio de la madre de familia, esto con la finalidad de que ellas mejoren sus productos o su atención al público, brindando una mejor satisfacción a los clientes.

A través de la encuesta se pretende conocer la aceptación que puede tener el producto comercializado por la microempresa “Chocolombia”

### Técnica Encuesta

- 1) ¿Ha consumido chocolate alguna vez?
 

Si	No
----	----
- 2) Conoce nuestro producto y sus diferentes presentaciones:
 

Si	No
----	----
- 3) Semanalmente, ¿cuántas veces consume algún producto derivado del chocolate?
 

1 vez	De 2 a 5 veces
De 6 a 10 veces	De 11 en adelante
- 4) Generalmente consume más:
 

Chocolate blanco	chocolate negro
------------------	-----------------
- 5)Cuál es su presentación favorita para comer chocolate?
 

Postres	Dulces
Figuras	pasteles

**Fuente:** Ilustración realizada por Karen Franco

## 5. Plan de Mercadeo

### 5.1 Atributos y Beneficios del Producto o Servicio a Ofrecer al Mercado

Productos	Atributos	Beneficios
<p><b>Chocolate en Polvo 100% Natural</b></p> <p>Polvo de chocolate 100% natural, elaborada a base de cacao, azúcar, canela y leche evaporada, utilizada para preparar una deliciosa y tradicional bebida de chocolate de origen boyacense.</p>	<p>Bolsa Metalizada con sello Flow Pack</p> <p>Bolsa de 250 grs y 500 grs</p> <p>Color café claro</p> <p>Valor 250grs \$3500</p> <p>Valor 500grs \$6500</p>	<p>Es considerado un súper Alimento por su alto valor nutricional.</p> <p>Es una fuente única de energía.</p> <p>No contiene químicos conservantes y aditivos</p> <p>Dulce a base de azúcar y no de glucosa de maíz que es perjudicial para la salud.</p>
<p><b>Chocolate para preparación en barra.</b></p> <p>Tableta de chocolate elaborada a base de cacao, azúcar y canela utilizada para preparar una deliciosa y tradicional bebida de chocolate frío o caliente.</p>	<p>-Bolsa Metalizada con sello Flow Pack</p> <p>-Bolsa de 250 grs y 500 grs</p> <p>-Color café claro</p> <p>-Valor 250 grs \$2500</p> <p>-Valor 500 grs \$5500</p>	<p>Este chocolate posee propiedades antioxidantes, además tiene vitaminas, minerales y calcio que favorecen a la función cardiovascular y previenen el envejecimiento.</p> <p>Contiene proteínas, vitamina B1, fósforo, calcio y cafeína que dan una sensación de bienestar.</p>
<p><b>Chocolate en pasta de repostería 100 % Natural</b></p> <p>Nuestro chocolate en pasta está diseñado para: confitería, galletería y pastelería, helados y cremas, dotamos a este tipo de pasta de un sabor suave, ligero y delicadamente aromático.</p>	<p>Bolsa de 500grs y 1000grs Metalizada con sello Flow Pack</p> <p>Color blanco</p> <p>Valor 500grs \$1100</p> <p>Valor 1000grs \$2250</p>	<p>Sus beneficios nutricionales son muy altos ya que contiene proteínas, vitamina B1, fósforo, calcio y cafeína que dan una sensación de bienestar.</p> <p>ayuda a reducir la presión arterial, eleva el colesterol bueno en el cuerpo</p>
<p><b>Chocolate relleno de frutas deshidratadas y semillas.</b></p>	<p>Caja plegadiza de earth pack ecológico con ventana de acetato</p> <p>Color blanco</p> <p>Valor 6 frutas \$ 7000</p> <p>Valor 12 frutas \$1500.</p>	<p>Nuestra opción de chocolate relleno es rica y saludable para el cuerpo ya que tiene un bajo nivel de azúcar y las frutas deshidratadas aportan un alto nivel nutricional y proteínico.</p>

<p><b>Chocolate con frutos secos o con cereales.</b></p> <p>Deriva de un chocolate (solo o con leche) al que se le ha agregado entre un 8% y un 40% de avellanas, almendras, nueces, piñones o cereales tostados, enteros o troceados.</p>	<p>Barras de 10 cm de largo x 2 cm de ancho</p> <p>Envoltura de papel aluminio</p> <p>Color plata</p> <p>Valor unitario: \$2500</p>	<p>Rica fuente de energía y proteína que contribuye con antioxidantes naturales.</p> <p>ayuda al desarrollo de los huesos y dientes y brinda un gran aporte de energía</p>
--	---	--

## 5.2 Grupo Mercado objetivo del proyecto

Jovenes	Adultos
<p>Hombres y mujeres en un rango de edad de 12 a 24 años.</p> <p>Su capacidad económica es baja ya que son personas que económicamente dependen de sus padres, estos jóvenes están dispuestos a pagar por debajo de los 3000 pesos por los productos.</p> <p>Esta población se encuentra en estratos socioeconómicos 2,3,4 y 5.</p> <p>Se encuentran ubicados en Boyacá y regiones aledañas.</p> <p>Son personas que están en colegios o universidades.</p> <p>Su gusto normalmente va enfocado en la línea de dulces que maneja Chocolombia.</p> <p>Se inclinan en los dulces saludables que son cero azúcares.</p> <p>Les gusta las promociones.</p> <p>Les gusta que el producto tenga un buen empaque</p>	<p>Hombres y mujeres en un rango de edad entre los 25 y los 76 años.</p> <p>Su capacidad económica es más alta que la de los jóvenes ya que son personas independientes estos pueden pagar por encima de los 5000 pesos por los diferentes productos que ofrece Chocolombia.</p> <p>Esta población está en estratos socioeconómicos 2,3,4 y 5.</p> <p>Se encuentran ubicados en Boyacá y regiones aledañas.</p> <p>Personas que tienen un trabajo o que son amas de casa.</p> <p>Su gusto va enfocado a la línea de mesa y dulces.</p> <p>Les gusta en ocasiones especiales obsequiar un buen detalle con chocolates.</p> <p>Este segmento tiene una inclinación por la línea saludable de cero azúcares la cual es de preferencia para cuidar su salud.</p> <p>Tienen una gran atracción por las promociones.</p> <p>Les atrae una marca que tenga variedad de productos.</p> <p>Son exigentes con la presentación e imagen del producto.</p>

## 5.3 Segmentación

Los tipos de segmentación que se ajustan más a Chocolombia son demográficos, geográficos, conductuales y psicográficos ya que estos permiten analizar a profundidad los tipos y características de clientes.



<b>Geográficas</b>	<b>Demográficas</b>	<b>Psicográficas</b>	<b>Conductual</b>
Municipios de Boyacá	Número de población existente 12 años hasta 76 años Cuantas personas consumen el chocolate Con capacidad económica de consumo	Usan marcas tradicionales, pero están abiertos y conocen productos de bajo costo y de buena calidad.	Les gusta comprar productos de buena calidad y barato
	Mujeres y hombres	Que requieran recarga de energía	Que compren con frecuencia chocolate
	Estudiantes, trabajadores, cocineros y pasteleros	Que valoren los procesos artesanales	Que regalen chocolates
	Todos los estratos		Que se identifiquen con la Marca

#### **5.4 Identificación y Análisis de la Competencia**

Chocolombia a pesar de ser un emprendimiento social innovador en Boyacá, tiene unos competidores fuertes como lo son:

Lethy-frank chocolates	Chocolate artesanal de tradición familiar, con más de 70 años en el mercado que ofrece una variedad amplia de trufas siendo este su fuerte comercial.
La tienda oxmer	Es un tienda comercial que no produce, pero si ofrece una amplia variedad de chocolates artesanales, 100% naturales orgánicos.
La esperanza chocolates	Comercializadora ofrece chocolate en múltiples presentaciones desde individuales clásicos hasta cajas gourmet.

Nacional de chocolates	Con un 62.7% del mercado colombiano, eso incluye la región de Boyacá con productos, como Chokolatinas Jet, Jumbo, MontBlanc, Gol, Santander, Cordillera en si línea dulce, y Corona, Chocolyne y chocolate cruz en su línea de mesa, que incluye repostería.
Colombina	Con una muy amplia oferta de productos como Confites de chocolate, masmelos cubiertos, tabletas, bombones, chocodisk manitira, barras tipo Nick y la popular nucita que no sería competencia directa.
Nestle	Es una empresa que tiene mucho recorrido y ofrece una amplia gama de productos al mercado basados en chocolate como Milk, Dark, Trencito, almendras cubierto.
Ferrero Rocher	Con su amplia gama bombones rellenos.

Todos son competencia, pero no ofrecen productos artesanales y eso nos da una oportunidad en el mercado.

### 5.5 Aliados Clave del Modelo de Negocio del Proyecto de Emprendimiento Social.

Los aliados clave son, inicialmente los campesinos productores de cacao de la región, los tenderos de vivires y abarrotes y las cafeterías que serán clientes potenciales para dar a conocer el producto y distribuirlos en el proceso comercial. Las entidades gubernamentales como la **Umata**, que contribuirá con soporte técnico, la **alcaldía** que donara el alquiler del inmueble, la **gobernación** que será precursor del producto en sus redes y aportara económicamente con su programa de apalancamiento de la región, la **banca de oportunidades** que serán fuente potencial de beneficios financieros y logísticos y **Fedecacao** que será la fuente de certificación.



Como acciones de alianzas estratégicas se proponen las siguientes:

- Alianzas con las floristerías de Boyacá para que las flores que envíen junto con los chocolates sean los que produce Chocolumbia.
- Alianzas estratégicas con tiendas y supermercados para que las diferentes gamas de productos sean conocidas en Boyacá y su alrededor.
- Conseguir un distribuidor que sea muy bueno para dar a conocer la variedad de productos que ofrece Chocolumbia en todo Boyacá y en un futuro en todo el territorio nacional.
- Alianzas estratégicas con tiendas como D1y Ara para que el producto este en sus tiendas llegue a nuevos mercados.

## 5.6 Estrategias de Mercadeo

- *Estrategia de comunicación*

Estrategia con medios de comunicación como canales locales y radiales y redes sociales para hacer conocer los productos y así lograr que el mercado objetivo se vaya familiarizando con Chocolumbia y lo que esta ofrece.

Diseñar una página web la cual tenga todos los productos que tiene Chocolumbia para ofrecer.

Ir a medios radiales y televisivos para promover los productos.

Difundir por redes sociales las variedades de productos que ofrece Chocolumbia

- *Estrategia de Posicionamiento*

La estrategia de posicionamiento se basará en la calidad de los productos, en los precios asequibles, los beneficios que cada producto ofrece y en lo que busca el cliente.

Degustaciones, estas serán realizadas en supermercados, o en lugares públicos para generar recordación en los clientes y mayor familiarización con los productos.

Evaluar los gustos del segmento objetivo, si realmente los productos tienen los suficientes beneficios y atractivos para cada segmento de clientes.

Valorar los beneficios de cada producto para que estos realmente cumplan con las expectativas del cliente.

- *Estrategia de Diferenciación*

Consiste en ofertar en el mercado un producto que tiene ciertas características que hacen que el cliente lo perciba como único y por esto se vuelva un cliente potencial.

Chocolombia puede implementar una de sus estrategias de diferenciación dejando saber a los clientes potenciales que el producto que están adquiriendo es elaborado por madres cabezas de familia en situación de vulnerabilidad y que cuando compran el producto ayudan a que la situación de las madres mejore.

Chocolombia aplicara acciones que lo diferencien como realizar productos artesanales, con sabores únicos de 100% cacao, con aromas exquisitos y con empaques llamativos amigables con el medio ambiente, demás, tomara acciones en cuanto al precio y a la calidad de los productos para ser competitivos para que se pueda ubicar como una empresa líder en Boyacá y sus alrededores.

## 5.7 Estrategia de Social Media

**Instagram:** se usará esta red social para promocionar los productos que tiene Chokolombia, se impulsara la marca para llegar a nuevos clientes, estas publicaciones de promociones se realizan cada 8 días con el fin de crear recordación en el público.

**Estrategia:** pagar a influenciadores para que impulsen la marca y los productos.

**Acción:** crear videos promocionales de la empresa que sean llamativos con influenciadores.

**Facebook:** se abrirá una cuenta en Facebook la cual tendrá la opción de generar un alcance a un segmento de mercado más antiguo en redes sociales para que Chokolombia sea más reconocido.

## 5.8 Logo y slogan



*Aroma y sabor en tus manos. .*

## 6. Proyección operativa y financiera

Locaciones						
Cantidad	Conceptos	Precio Unitario	Precio Total	2020	2021	2022
1	Casa Arriendo	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.120.000	\$ 6.242.400	\$ 6.367.248
	Mejoras Locativas	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 612.000	\$ 624.240	\$ 636.725
	<b>Total</b>		<b>\$ 6.600.000</b>	<b>\$ 6.732.000</b>	<b>\$ 6.866.640</b>	<b>\$ 7.003.973</b>

Equipos						
Cantidad	Conceptos	Precio Unitario	Precio Total	2020	2021	2022
1	Tostadora	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 330.000	\$ 274.000,00	\$ 274.000,00
1	Molino Industrial	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 130.000	\$ 48.000,00	\$ 48.000,00
1	Fundidoras ERGO 100L / 22 Gallons	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 180.000	\$ 62.000,00	\$ 62.000,00
2	Neveras	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000	\$ 1.725.000	\$ 1.262.000,00	\$ 1.262.000,00
2	Maquina para hacer moldes	\$ 455.000	\$ 912.000	\$ 54.600	-\$ 419.320,00	-\$ 419.320,00
1	Placa fria para hacer chocolate	\$ 284.500	\$ 284.500	-\$ 629.800	-\$ 977.760,00	-\$ 977.760,00
1	Maquina de empacado al vacio	\$ 674.500	\$ 674.500	-\$ 374.700	-\$ 647.720,00	-\$ 647.720,00
2	Mesa de acero	\$ 120.000	\$ 240.000	-\$ 857.200	-\$ 958.780,00	-\$ 958.780,00
1	Menaje de cocina	\$ 1.450.000	\$ 1.450.000	\$ 62.800	-\$ 51.340,00	-\$ 51.340,00
3	Pesa	\$ 120.000	\$ 360.000	-\$ 1.099.200	-\$ 993.500,00	-\$ 993.500,00
2	Gramera	\$ 98.000	\$ 196.000	\$ 5.924.002,00	-\$ 1.023.388,00	-\$ 1.023.388,00
1	menaje de oficina	\$ 1.450.000	\$ 1.450.000	\$ 4.670.001,00	-\$ 1.165.778,18	-\$ 1.165.778,18
1	Mesa de escritorio	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 4.820.001,00	-\$ 1.165.778,18	-\$ 8.585.778,18
	<b>Total</b>		<b>\$ 10.292.000</b>	<b>\$ 14.935.504,00</b>	<b>-\$ 5.755.343,36</b>	<b>\$ 3.996.214,00</b>

Dotación de Oficina						
Cantidad	Conceptos	Precio Unitario	Precio Total	2020	2021	2022
1	Silla de escritorio	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 6.020.001,00	\$ 338.000,80	\$ 280.400,64
1	Archivo	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 5.890.001,00	\$ 152.000,50	\$ 64.000,32
2	Bitrina	\$ 340.000	\$ 680.000	\$ 5.440.002,00	-\$ 263.998,80	-\$ 299.199,32
1	Impresora	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 5.670.001,00	\$ 46.000,00	\$ 72.000,52
1	Papeleria	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 5.820.001,00	\$ 61.999,80	\$ 23.599,32
	<b>Total</b>		<b>\$ 1.760.000</b>	<b>\$ 28.840.006,00</b>	<b>\$ 242.002,40</b>	<b>-\$ 3.199,56</b>

Costos de producción						
Material	cantidad requerida anual por kl	Produccion mensual kl	Precio de compra mensual	Precio de compra anual 2020	2021	2022
Cacao en grano	3000	250	\$ 1.675.000	\$ 20.100.000	\$ 20.502.000	\$ 20.912.040
Azucar morena	1000	83,33333333	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000	\$ 18.360.000	\$ 18.727.200
Azucar glass	500	41,66666667	\$ 1.650.000	\$ 19.800.000	\$ 20.196.000	\$ 20.599.920
Canela	50	4,16666667	\$ 1.250.000	\$ 15.000.000	\$ 15.300.000	\$ 15.606.000
Clavos	50	4,16666667	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000	\$ 24.480.000	\$ 24.969.600
Frutos secos	150	12,5	\$ 975.000	\$ 11.700.000	\$ 11.934.000	\$ 12.172.680
Mantequilla	10	0,83333333	\$ 25.000	\$ 300.000	\$ 306.000	\$ 312.120
	<b>Total</b>		<b>\$ 4.865.000</b>	<b>\$ 58.380.000</b>	<b>\$ 59.547.600</b>	<b>\$ 60.738.552</b>

Material de empaque						
Producto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	Precio de compra anual 2020	2021	2022
Bolsa Metalizada con selto flow Pack	40000	1200	\$ 48.000.000	\$ 48.960.000	\$ 49.939.200	\$ 50.937.984
Caja plegadiza de earth pact	\$ 7.000	1300	\$ 9.100.000	\$ 9.282.000	\$ 9.467.640	\$ 9.656.993
Papel aluminio d	\$ 25.000	50	\$ 1.250.000	\$ 1.275.000	\$ 1.300.500	\$ 1.326.510
	<b>Total</b>		<b>\$ 58.350.000</b>	<b>\$ 59.517.000</b>	<b>\$ 60.707.340</b>	<b>\$ 61.921.487</b>

Personal						
Cantidad	Conceptos	Precio Unitario	Precio Total	2020	2021	2022
1	Maestro Chocolatero	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000	\$ 14.688.000	\$ 14.981.760
3	Asistentes de cocina	\$ 828.116	\$ 2.484.348	\$ 29.812.176	\$ 30.408.420	\$ 31.016.588
1	Asistentes de maquinas	\$ 828.116	\$ 828.116	\$ 9.937.392	\$ 10.136.140	\$ 10.338.863
2	Empacadores	\$ 828.116	\$ 1.656.232	\$ 19.874.784	\$ 20.272.280	\$ 20.677.725
2	Comerciales	\$ 828.116	\$ 1.656.232	\$ 19.874.784	\$ 20.272.280	\$ 20.677.725
1	Director	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.240.000	\$ 12.484.800
1	Secretaria contable	\$ 828.116	\$ 828.116	\$ 9.937.392	\$ 10.136.140	\$ 10.338.863
Total		\$ 9.653.044	\$ 9.653.044	\$ 115.836.528	\$ 118.153.259	\$ 120.516.324

Gastos fijos				
Concepto	Precio	2020	2021	2022
Alquileres	500.000,00	6.000.000,00	6.120.000,00	6.242.400,00
Seguros	800.000,00	9.600.000,00	9.792.000,00	9.987.840,00
Publicidad y promoción	500.000,00	6.000.000,00	6.120.000,00	6.242.400,00
Telefonia	50.000,00	600.000,00	612.000,00	624.240,00
Electricidad, gas y agua	250.000,00	3.000.000,00	3.060.000,00	3.121.200,00
Asesorías	300.000,00	3.600.000,00	3.672.000,00	3.745.440,00
Capacitaciones	200.000,00	2.400.000,00	2.448.000,00	2.496.960,00
Total		31.200.000,00	31.824.000,00	32.460.480,00

Precio de ventas y Proyección de ventas						
Cantidad	Productos	Precio Unitario	año 0	año 1	año 2	año 3
3500	Tableta con frutos secos por unidad	\$ 2.500	\$ 8.750.000	\$ 9.187.500	\$ 9.646.875	\$ 9.839.813
2900	Caja de tabletas con frutos seco por 6	\$ 16.000	\$ 46.400.000	\$ 48.720.000	\$ 51.156.000	\$ 52.179.120
3580	Caja de tabletas con frutos seco por 12	\$ 33.000	\$ 131.340.000	\$ 137.907.000	\$ 144.802.350	\$ 147.098.397
4670	Tableta relleno de frutas deshidratadas y semillas por unidad	\$ 1.500	\$ 7.305.000	\$ 7.670.250	\$ 8.053.763	\$ 8.214.838
2670	Tableta relleno de frutas deshidratadas y semillas por 6	\$ 7.000	\$ 18.690.000	\$ 19.624.500	\$ 20.605.725	\$ 21.017.840
5720	Tableta relleno de frutas deshidratadas y semillas por 12	\$ 15.000	\$ 85.800.000	\$ 90.090.000	\$ 94.594.500	\$ 96.486.390
4690	Chocolate en polvo por 250 gr	\$ 2.500	\$ 11.725.000	\$ 12.311.250	\$ 12.926.813	\$ 13.185.349
5320	Chocolate en polvo por 500 gr	\$ 5.500	\$ 29.250.000	\$ 30.723.000	\$ 32.259.150	\$ 32.904.333
5340	Chocolate de mesa por 250 gr	\$ 2.500	\$ 13.350.000	\$ 14.017.500	\$ 14.718.375	\$ 15.012.743
5730	Chocolate de mesa por 550 gr	\$ 5.500	\$ 31.515.000	\$ 33.090.750	\$ 34.745.288	\$ 35.440.193
6900	Chocolate de cobertura por 500 gr	\$ 11.000	\$ 75.900.000	\$ 79.695.000	\$ 83.679.750	\$ 85.353.345
7780	Chocolate de cobertura por 1000 gr	\$ 22.500	\$ 175.050.000	\$ 183.802.500	\$ 192.992.625	\$ 196.852.478
Total			\$ 635.085.000	\$ 666.839.250	\$ 700.181.213	\$ 714.184.837

Plazo medio de COBRO	contado	< Plazo de cobro a clientes
Plazo medio de PAGO	30 días	< Plazo de pago a proveedores
% Pago dividendos	5,0%	< % de los beneficios que se destina a dividendos

Capital de trabajo				
Financiación	Incial	2020	2021	2022
Aportaciones de los SOCIOS	11.000.000,00			
PRÉSTAMOS Banca Mujer	10.000.000,00	2.200.000,00	1.510.000,00	1.510.000,00
Prestamos Fondo Emprender	20.000.000,00			
Años	3			
Tipo de interés	1%	1%	1%	
<b>FINANCIACIÓN TOTAL</b>	<b>21.000.000,00</b>	<b>2.200.000,00</b>	<b>1.510.000,00</b>	<b>1.510.000,00</b>



REVISED & AUDITED BY ERNST & YOUNG

Chocolombia

**BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020**

<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>	
	\$	2,432,500		
<b>Activo Circulante</b>			<b>Pasivo Circulante</b>	
Laja	\$	117,347,200	proveedores	\$ 4,803,750
Bancos	\$	150,000,000	Acreedores	\$ 2,200,000
Inversiones a corto plazo DCT	\$	50,000,000	Intereses por pagar	\$ 32,000
Cuentas por cobrar	\$	317,542,500	ISR por pagar	\$ 25,000
Inventario	\$	4,805,000		
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>\$639,950,000</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>	<b>\$7,120,750</b>
<b>Activo Fijo</b>				
Arriendo casa	\$	500,000		
Mobiliario y equipo	\$	12,052,000		
Depreciación acumulada		-\$120,520		
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$12,431,480</b>	<b>SUMA DEL PASIVO</b>	<b>\$7,120,750</b>
			<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$12,431,480</b>		
			<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
			Capital social	\$ 11,000,000
			Reservas	\$ 10,000,000
			<b>Total Capital contable</b>	<b>\$21,000,000</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$652,381,480</b>	<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$21,000,000</b>
			<b>SUMA DEL PASIVO + CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$28,120,750</b>



## Conclusiones

- Chocolumbia tiene factores innovadores, artesanales y lo mejor productos dirigidos a distintos segmentos de mercado tanto del municipio como de los lugares aledaños, esta microempresa tiene mucho potencial para que sea una de las más reconocidas en Boyacá por su labor social y por sus excelentes productos que podrán estar al alcance de todos por sus precios asequibles.
- Todas las estrategias de marketing que se usan normalmente para una empresa son viables para los emprendimientos sociales.
- El estado financiero nos permite descubrir los requerimientos económicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto Chocolumbia, se logramos tener una idea mucho más claro de la necesidad de insumos, equipos, y materiales requeridos para su puesta en marcha y por su puesto de la proyección de ventas se debe lograr para ser económicamente sostenible.
- Al poner en marcha la propuesta de la microempresa Chocolumbia se promueve el empleo para contribuir a que las madres cabeza de hogar con falta de oportunidades laborales y económicas tengan una inclusión.

## Bibliografía

Colombia - Boyaca - Borbur.svg Es.wikipedia.org  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Colombia\\_-\\_Boyaca\\_-\\_Borbur.svg](https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Colombia_-_Boyaca_-_Borbur.svg)

Ecoe ediciones. Recuperado de  
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=478467&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Francisco Ramos Sistema Estadístico Nacional (SEN)  
Dane.gov.co <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen>

Google.com [https://www.google.com/search?q=san+pablo+de+borbur&rlz=1C1RLNS\\_esCO797CO842&sxsrf=ALeKk03biZ876HAzJVhEIVZUQbA4fhkEA:1595112825508&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwir1tyq8tfqAhUhSN8KHQFtDjYQ\\_AUoAnoECBoQBA&biw=1517&bih=694#imgrc=7sQ-cZnFnwTXdM](https://www.google.com/search?q=san+pablo+de+borbur&rlz=1C1RLNS_esCO797CO842&sxsrf=ALeKk03biZ876HAzJVhEIVZUQbA4fhkEA:1595112825508&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwir1tyq8tfqAhUhSN8KHQFtDjYQ_AUoAnoECBoQBA&biw=1517&bih=694#imgrc=7sQ-cZnFnwTXdM)

Intuición, acción, creación, edited by Ellen Lupton, Editorial Gustavo Gili, 2012.  
ProQuest Ebook Central. Recuperado de  
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/detail.action?docID=4421910&query=Design+Thinking>

Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107).  
Recuperado de  
[http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=10060082](http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082)

Kerestegian S. (2017). *Días Norticos 2017: Design Thinking*. (Video)  
Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=55&v=a9-5IVg83w](https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-5IVg83w)

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21685>

Meza Orozco, J. de J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos* (pp.113-145). Vol. 2. ed. Pérez, S. G. (2016). *Diseño de proyectos sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación* (pp.31-100). Recuperado de <https://ebookcentral-proquest-com.bibliotecavirtual.unad.edu.co/lib/unadsp/detail.action?docID=5102422>

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). *Marketing para emprendedores*. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de  
<https://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2538/lib/unadsp/reader.action?docID=3193395&query=mercadeo+para+emprededo>

Turismo del municipio de Diversos lugares por explorar., Colombia  
[https://colombiaextraordinaria.com/somos\\_colombia/turismo/municipios/San-Pablo-de-Borbu\\_r](https://colombiaextraordinaria.com/somos_colombia/turismo/municipios/San-Pablo-de-Borbu_r)