



CHOKOTRAVEL

S.A.S

CHOKOTRAVEL S.A.S
JUNIO 7

CHOKOTRAVEL S.A.S
Plan de Negocios

Chokotravel S.A.S
Medellín, Junio, 2011

El uso de este plan de negocios está limitado a los estudiantes autorizados que estén cursando la asignatura práctica, plan y negocios, y estén realizando su tesis de grado. De cualquier forma al hacer uso de esta, debe citarse la fuente. No está permitida la reproducción parcial o total de este plan de negocios por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS © 2011- Diana Carolina Chacón Foronda, Catalina Gómez Mejía y Jessika Juliana Silva- Institución Universitaria Esumer.

CHOKOTRAVEL S.A.S
Contenido - Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

- 1. INFORMACION SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO**
- 2. PROPOSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS**
- 3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA**
 - 3.1 Nombre de la Empresa**
 - 3.2 Descripción de la Empresa**
 - 3.3 Misión de la Empresa**
 - 3.4 Valores Corporativos**
 - 3.5 Objetivos a corto, mediano y largo plazo**
 - 3.6 Ventajas competitivas**
 - 3.7 Necesidad o problema que se quiere intervenir**
 - 3.8 Relación de productos y/o servicios**
 - 3.9 Justificación del Negocio**
 - 3.10 Análisis del entorno y del sector**
 - 3.11 Conocimientos para entrar en el Negocio**
- 4. ANALISIS DEL M ERCADEO**
 - 4.1 Objetivos de Mercadeo**
 - 4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios**
 - 4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios**
 - 4.3.1 El Mercado Meta**
 - 4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor**
 - 4.4 El Mercado Proveedor**
 - 4.4.1 Proveedores**
 - 4.4.2 Estudio del Mercado Proveedor**
 - 4.5 El Mercado Competidor**
 - 4.5.1 Competidores**
 - 4.5.2 Estudio del Mercado Competidor**
 - 4.6 El Mercado Distribuidor**
 - 4.6.1 Distribución**
 - 4.6.2 Distribución Directa**
 - 4.6.3 Manejo de Inventarios**
 - 4.6.4 Comunicación**
 - 4.6.5 Actividades de promoción y divulgación**
 - 4.7 Precios de los Productos**
 - 4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos**

- 4.7.2 Los precios de los productos tomando como base los costos
- 4.7.3 Los precios de los productos propuestos
- 4.7.4 Política de Precios
- 4.8 Costos Asociados a las actividades de comercialización
- 4.9 Riesgos y Oportunidades del Mercado
- 4.10 Plan de Ventas

- 5. ASPECTOS TECNICOS (ANALISIS DE LA PRODUCCION)
 - 5.1 Objetivos de Producción
 - 5.2 Descripción del Proceso de Producción ^
 - 5.3 Capacidad de Producción
 - 5.4 Plan de Producción
 - 5.5 Recursos Materiales y Humanos para la Producción
 - 5.5.1 Locaciones
 - 5.5.2 Requerimientos de maquinarias, equipos, muebles y enseres
 - 5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4 Requerimientos de servicios
 - 5.5.5 Requerimientos de Personal
 - 5.6 Programa de Producción

- 6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS
 - 6.1 Procesos Administrativos
 - 6.1.1 Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2 Procesos Administrativos Externalizados
 - 6.2 Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1 Organigrama
 - 6.2.2 Descripción funcional de la organización
 - 6.3 Recursos materiales y humanos para la Administración
 - 6.3.1 Locaciones
 - 6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres
 - 6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina
 - 6.3.4 Requerimientos de Servicios
 - 6.3.5 Requerimientos de Personal
 - 6.4 Programa de Administración

- 7. ASPECTOS LEGALES
 - 7.1 Tipo de Organización Empresarial
 - 7.2 Certificaciones y Gestiones ante entidades publicas

- 8. ASPECTOS FINANCIEROS
 - 8.1 Ventas
 - 8.2 Estructura Financiera
 - 8.3 Estructura de Costos
 - 8.4 Inversión Capital de Trabajo
 - 8.5 Punto de Equilibrio
 - 8.6 Estado de Resultados

8.7 Flujo de Caja (Mensual)

8.8 Valor Presente Neto

8.9 Flujo de Caja (Anual)

8.10 Tasa Interna de Retorno

8.11 Simulaciones

9. CONSIDERACIONES FINALES

10. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto está basado en la creación de una empresa de chocolates personalizados que está enfocada en la innovación de nuevas tendencias con las cuales se pueda satisfacer las necesidades actuales del mercado.

El chocolate a través de los tiempos se ha posicionado como uno de los mayores placeres para la sociedad ya que es un alimento delicioso que lleva consigo muchos beneficios, generando grandes satisfacciones en las personas que lo consumen. Por eso y más el chocolate ha ido evolucionando en el correr de la historia y se ha catalogado como uno de los principales alimentos que acompañan una fecha especial como el regalo perfecto.

Para abarcar esta necesidad y contribuir como mejora la empresa Chokotravel S.A.S está constituida como Microempresa dedicada a la producción y comercialización de chocolates personalizados, donde nuestro valor agregado, que pocas empresas poseen, es la innovación y el cariño que le ponemos a cada uno de nuestros productos, además la posibilidad de que el cliente pueda decidir que quiere ver reflejado en el producto final.

La empresa cuenta con un portafolio amplio de productos novedosos que contiene creatividad y diseño en sus formas y texturas, como textos, frutas cubiertas con chocolate, trufas, corporativos, entre otros.

Chokotravel S.A.S posee con un capital de 50.000.000 millones pesos como inversión para la producción y elaboración de los chocolates además de tener un excelente capital de trabajo conformado por 10 personas que le brindan el mejor conocimiento al momento del hacer, la empresa está equipada con todos los equipos necesarios para la realización de cada uno de los chocolates y tiene una distribución directa e indirecta del producto convirtiéndolo accesible para todos los clientes. se tiene una capacidad de producción de 1200 kilogramos mensuales que son 1913 unidades de las cuales se estiman en ventas de \$39.713.333 millones de pesos.

La empresa cuenta con unos costos estimados de \$36.584.821 los cuales incluyen costos variables y fijos (producción, administración y ventas). Y con una rentabilidad esperada de un 3 % equivalente aproximadamente a \$ 1.124.790 mensuales.

La forma como pensamos penetrar en el mercado es a través de la publicidad, en centros comerciales, y en las redes sociales que es la vanguardia de los últimos tiempos, ya que a través de estas, permiten que más usuarios nos conozcan y puedan acceder fácilmente a nuestra información, ver imágenes de nuestros productos y realizar pedidos.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

DIANA CAROLINA CHACÓN FORONDA					
Identificación:	1037606499	Teléfono	2144808	Celular:	3206827356
Dirección:	Calle 93 N° 46-41			Barrio:	Aranjuez
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	karo-9021@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos Comercio Internacional	Tecnológicos Comercio Internacional	Universitarios		

JESSIKA JULIANA SILVA RAMÍREZ					
Identificación:	1128403730	Teléfono	4775011	Celular:	3122404169
Dirección:	Calle 95 N° 75 B-18			Barrio:	Castilla
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Jessi5171@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos Comercio Internacional	Tecnológicos Comercio Internacional	Universitarios		

CATALINA GÓMEZ MEJÍA					
Identificación:	1020437008	Teléfono	4833834	Celular:	3127831053
Dirección:	Diagonal 44 B N° 39-52			Barrio:	Las Vegas
Ciudad	Bello	Correo electrónico:	Catrinca12@hotmail.com		
Estudios:	Técnicos Comercio Internacional	Tecnológicos Comercio Internacional	Universitarios		

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Las razones por las que decidimos realizar un plan de negocios son: Verificar que nuestro negocio sea viable desde el punto de vista económico y financiero antes de su realización, también porque es una fuente de instrucciones, hacia fuera y hacia adentro de la empresa, que traduce claramente la idea del servicio o producto a colocar en el mercado y los resultados a obtener, Además porque mediante este proyecto, pretendemos dar a conocer la creatividad y la innovación de una empresa que tiene como objetivo presentarle al cliente exactamente lo que quiere ver reflejado en su producto final, a través de diferentes expresiones en algo tan delicioso y tentador como lo es el chocolate.

Y por último tenemos como propósito personal, alcanzar una meta que es graduarnos como tecnólogas en comercio internacional y poder aplicar nuestros conocimientos en este proyecto.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

CHOKOTRAVEL S.A.S

3.2 Descripción de la Empresa

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de chocolates personalizados con una de sus materias primas importada. Creando productos vanguardistas de gran atracción que le permite a nuestros clientes expresar un sentimiento, o simplemente ver algo reflejado en algo tan delicioso y tentador como lo es el chocolate, generando así este valor agregado que pocas empresas poseen. Nuestra empresa está dirigida al sector alimenticio. Chokotravel, producirá sus productos en un local ubicada en el sur de la ciudad de Medellín, en donde encontraremos tanto la parte operativa que cuenta con la infraestructura y tecnología adecuada para la producción de los chocolates y el área administrativa. Este local cuenta con espacio de 500 metros una distribución perfecta. Somos una microempresa que cuenta con un personal de 10 trabajadores, incluyendo sus tres socios capitalistas.

3.3 Misión de la Empresa

Somos una empresa formada por un grupo humano joven, dinámico y emprendedor que crea productos a base de chocolate de forma personalizada e innovadora con los cuales las personas puedan expresar sus sentimientos, logrando así la satisfacción en las necesidades de nuestros clientes, los cuales son los pequeños, medianos comerciantes y público en general, a través de la excelente atención, calidad de nuestros productos y estilo propio, fortaleciendo día a día nuestra relación con cada uno de ellos.

3.4 Valores corporativos

- **Excelencia:** Permanentemente buscamos la excelencia integral en nuestro trabajo, en el servicio eficaz para satisfacción de nuestros clientes.
- **Responsabilidad:** Mediante la optimización constante en nuestros procesos de producción y la eficiencia de cada uno de nuestros productos, procuramos responder satisfactoriamente a cada uno de nuestros clientes en lo que a calidad, cantidad y puntualidad se refiere.
- **Compromiso:** Fieles a los principios de calidad en todos nuestros procesos, y consientes de la rápida dinámica del avance de productos sustitutos, o similares que pueden aparecer, nuestro compromiso empresarial está enfocado hacia la confianza, que se logra con el

posicionamiento positivo de nuestra marca en nuestros clientes y el público en general.

- **Innovación:** Está reflejada en la aplicación eficiente de la creatividad y la innovación permanente para lograr una mezcla de productos, cuidando cada detalle en nuestros procesos y desarrollo.

3.5 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivo a corto plazo:

Lanzar campaña publicitaria de alto impacto con el mismo producto, entrar en la red, sobre todo en las redes sociales para dar a conocer aún más nuestro producto, en un periodo de 6 meses.

Objetivo a mediano plazo:

Incrementar los clientes y proveedores en un 50%, en un plazo de 4 años; en el área Metropolitana y las ciudades más importantes del país, con miras en el mercado internacional.

Objetivo a largo plazo:

Posicionarnos como la empresa líder productora y comercializadora de chocolates personalizados a nivel nacional, en un plazo de 10 años.

3.5 Ventajas Competitivas

- Innovación y creatividad en el portafolio de productos
- La principal ventaja que tiene la empresa se relaciona al conocimiento de la preparación del producto y el uso de tecnología de fabricación.
- La calidad, originalidad y garantía que tiene nuestro servicio.
- Precio asequible y competitivo para el consumidor.
- Personal calificado, lo que nos permite brindar un excelente servicio al cliente.
- Una buena ubicación, lo que nos permite tener una mayor visibilidad para los consumidores.
- Excelente sistema de atención al cliente que nos permite tomar y procesar rápidamente los pedidos del cliente, y brindar así una rápida atención.
- Sistema de distribución eficiente
- Fortalecer los recursos financieros y humanos para incrementar el valor del producto y aprovechar las oportunidades de mercado, crear nuevas oportunidades, y satisfacer la demanda de los consumidores

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

El mercado se encuentra estigmatizado por los chocolates tradicionales, acostumbrados a los empaques comunes y con un alto valor. Es decir, con falta de un diseño que identifique al consumidor con sentimientos o emociones.

Poseemos una oportunidad de llegar a un nicho de mercado como es el de conseguir un regalo achocolatado con un diseño nuevo e imaginativo. Nuestra oportunidad está enfocada en penetrar un producto creativo, con procesos productivos y con sabor caracterizado por su esencia casera.

3.7 Relación de productos y/o servicios

- Caja de uchuvas con chocolates x 8 unidades
- Caja trozos de manzana con chocolate x 8 unidades
- Caja de fresas con chocolate x 12 unidades
- Manzana con chocolate
- Tableta Corporativa caja x 50 unidades
- Bombones corporativos estampados x 50 unidades
- Textos, Caja de 22 x 13
- Textos, Caja de 44 x 26
- Caja de rosas en chocolate x 7 unidades
- Melocotón con chocolate x 12 unidades
- Frutas mixtas con chocolate x 12 unidades
- Cajas de fresas con chocolates x 24 unidades
- Trufas x 12 unidades
- Trufas x 24 unidades
- Malvaviscos con chocolates x 12 unidades

3.8 Justificación del Negocio

Nosotros como empresa al realizar este proyecto pensamos con anticipación en sus beneficios; no solo por su gran demanda en cualquier lugar, sino también por el deseo de presentar al público lo mejor en chocolate. Tomando en cuenta que los chocolates son productos que toda persona consume y adquiere y más si son productos vanguardistas que le permite a nuestros clientes expresar un sentimiento o simplemente ver algo que ellos quieren, reflejado en algo tan delicioso y tentador como lo es el chocolate, generando así un valor agregado que muy pocas empresas poseen. Tenemos como único fin satisfacer a nuestros clientes a través de la innovación, creatividad y calidad en nuestros productos, poniendo todo el esfuerzo, desde las materias primas seleccionadas hasta el momento de entrega. Cuidamos cada detalle para poderle otorgar a nuestros clientes un producto único por su calidad y terminación con el fin de lograr la plena satisfacción en nuestros clientes.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Aspectos Económicos del Área Metropolitana del Valle de Aburra

En el ámbito político y económico, el Área Metropolitana del Valle de Aburra presenta actualmente un entorno favorable.

Medellín es el segundo centro económico más importante de Colombia. La ciudad representa más de 8% del PIB Nacional y en conjunto con el aportan cerca de 11%, siendo una de las regiones más productivas del país. Tiene un PIB per cápita (con PPA) de US\$ 3794 superior a las demás ciudades principales de Colombia y una densidad empresarial es de 25 empresas por cada 1000 habitantes que es la segunda más alta de Colombia.

La industria representa el 43,6% del producto interno bruto del Valle de Aburrá, los servicios el 39,7% y el comercio el 7%. Los sectores industriales con mayor participación en el valor agregado generado en el Área Metropolitana son las empresas textiles, con 20%; sustancias y productos químicos, con el 14,5% alimentos, con el 10% y bebidas con el 11%. El 10% restante comprende sectores como el metalmecánico, eléctrico y electrónico, entre otros

En la última década, las exportaciones regionales presentaron un crecimiento anual compuesto de 9%; y se han consolidado como uno de los principales motores de crecimiento de la economía regional.

Entre 2004 y 2005, estas se incrementaron 19%, alcanzando US\$ 2.875 millones en exportaciones no tradicionales, y US\$ 3.028 millones incluyendo exportaciones tradicionales. Del total de las exportaciones que realiza el Departamento de Antioquia, 62% es aportado por Medellín y el Valle de Aburra. En Medellín actualmente tienen domicilio 1.107 empresas exportadoras, que exportaron conjuntamente US\$ 1.781 millones en 2005; es decir, cerca de 60% del total exportado por el departamento de Antioquia. De esas empresas, 136 contribuyen con 95% del total exportado por empresas con domicilio en Medellín. El dinamismo de la economía en general y del comercio exterior en particular que presenta la ciudad región se viene reflejando tanto en el buen desempeño presentado por las exportaciones, como en el crecimiento de las importaciones: en los últimos dos años estas han presentado incrementos anuales de 10%, y para 2005, se registraron US\$ 2.709 millones.

El municipio de Copacabana cuenta con una industria muy bien desarrollada para el número de habitantes con que cuenta. Las Industrias Haceb, de electrodomésticos, y los curtimbres de Copacabana son las más importantes. La localidad tiene también una importante industria turística.

Copacabana cuenta con una excelente vía de doble calzada que la comunica con sus vecinas Bello y Medellín. El objeto de esta obra es culminar en una carretera de entre 4 y 6 carriles entre las localidades de Bello y Barbosa. Ha tenido muchos opositores, sobre todo en Copacabana, ya que se implantó un peaje como medida de recolección de fondos. El proyecto del Metro de

Medellín, tiene programado llegar al municipio de Copacabana, aunque aún no hay fecha programada.

En el municipio de Bello, las principales actividades económicas se relacionan con textiles, concentrados, comercio organizado, comercio informal, explotación de areneras y canteras, en el área urbana. El área rural se dedica a la agricultura y ganadería en menor escala. Tanto la industria como el comercio han sido actividades económicas representativas en el municipio por su trayectoria y participación en el crecimiento económico. La actividad económica del municipio de Bello está representada en los siguientes sectores de acuerdo con sus niveles de participación:

Actividad Industrial

Textiles 18.30%

Madera, papel y editorial, Productos químicos, carbón, caucho, productos minerales y no metales 16.92%

Otras industrias no específicas 14.85%

Industrias metálicas básicas maquinaria y equipo 12.60%

Actividad Comercial

Comercio al por menor (Incluye produc. agrícolas) 61.51%

Hotelería y alojamiento 26.14%

Transporte, almacenamiento y comunicaciones 9.60%

Comercio al por mayor 2.19%

Construcción 0.78%

El municipio de Envigado cuenta con una industria grande y moderna. Entre las más destacadas compañías asentadas allí está la fábrica de ensamblaje Renault - Toyota. (Sofasa). Además, Envigado cuenta con la sede central de los importantes Almacenes Éxito, la cadena de hipermercados más grande de Colombia. El municipio cuenta también en su territorio con la primera sede de la multinacional minorista Carrefour que hay en el área metropolitana donde está asentado, y es hoy día la sede del periódico El Colombiano, diario de gran importancia en el país, entre algunas otras contribuciones económicas. El municipio de Envigado es uno de los pocos municipios colombianos que destina más del 80% de sus ingresos para inversión social, y sólo necesita un 20% para gastos de funcionamiento. Envigado posee uno de los IDH (Índice de Desarrollo Humano) más altos de Colombia.

Sabaneta es uno de los municipios con una presencia industrial bien marcada, el cual representan el 60 % de los ingresos de la localidad. Las aproximadas 220 empresas manufactureras de Sabaneta están registradas ante la Cámara de Comercio de Medellín. El alto grado de seguridad y el buen acondicionamiento logístico que el Municipio brinda, ha estimulado el asentamiento de nuevas empresas. La agricultura también ha jugado un papel preponderante en la economía del distrito.

El municipio de Sabaneta no permitió la entrada del Metro de Medellín a su territorio, pese a que en los planos oficiales el sistema se extendía hasta

Sabaneta en el 2007 el municipio hace gestión para la entrada del metro hacia su localidad dado que en sus comienzos no se contaba con la demanda necesaria para ubicar allí una estación, en marzo de 2007 se aprobó la extensión del metro hasta la municipalidad.

El sector de la construcción ha crecido considerablemente en los últimos años, se están construyendo varios proyectos inmobiliarios de gran calidad. Sabaneta posee uno de los IDH (Índice de Desarrollo Humano) más altos de Colombia

En el municipio de Girardota sus principales actividades económicas son Agricultura(Caña, Café, Cebolla, mango) , Ganadería: (Vacuno de Leche, Porcinos, Equinos) , Manufacturas, Cerámica, Fibra Sintética.

El municipio no tuvo industria sólida hasta bien entrado en siglo XX. Hace sólo veinticinco años que la municipalidad cuenta con industrias sostenibles que le dan casi la mitad de sus ingresos. Antes de la llegada de la industria, la región vivía de la agricultura y de la producción de panela.

El municipio es paso obligado para las personas que van hacia la Costa Atlántica y para Puerto Berrío. El lugar es un centro de peregrinaje muy concurrido lo que le permite disponer de algunas entradas extras.

El municipio de Barbosa contó con una industria incipiente hasta mediados del siglo XX, época en la cual la industria papelera y textil se instalaron en la localidad. Antes de la llegada de la industria, el distrito vivía de la ganadería y la agricultura. El municipio es paso obligado para las personas que van hacia la costa atlántica y para Puerto Berrío. También Barbosa cuenta con una floreciente industria turística gracias a los famosos *Charcos de Barbosa*, y la construcción del *Parque de las Aguas* por parte del Área Metropolitana.

Cabe anotar, que la siembra de piña, aunque ha perdido fuerza, es otro renglón importante para el municipio. Sus actividades económicas se centran en la agricultura (caña de azúcar, café, yuca, plátano, maíz y piñas) y la ganadería. También es importante la elaboración de panela y la explotación de minas de oro.

El municipio de Itagüí es el más industrializado de Colombia dentro del rango de las ciudades no capitales de departamento. Aquí se estableció uno de los primeros corredores industriales del país durante la década de los cincuenta gracias a la exención de impuestos y a la rectificación del río Medellín, que hoy es aún el asiento de industrias textiles, químicas y metalúrgicas principalmente. Sobresale la actividad textilera, y la industria licorera, en torno a la cual también se ha desarrollado un activo comercio.

Además de los nuevos comercios que esto atrajo, se han creado centros de negocios como el *Centro Nacional de Confección y Moda*, la *Central mayorista de Medellín* y el *Centro Internacional del Mueble*. En los últimos años el comercio en la ciudad se ha desarrollado lo suficiente como para que empresas como Carrefour, Almacenes Éxito o Flamingo implanten hipermercados en la localidad. Adicionalmente, Itagüí cuenta con la sede principal de la Cámara de

Comercio del Aburrá Sur, la cual atiende a los municipios del sur del Valle de Aburrá Caldas, Envigado, La Estrella, Sabaneta y el mismo Itagüí.

La economía del municipio de caldas se vio beneficiado en sus comienzos por el comercio que llegaba hacia el sur desde Medellín, pues era un paso obligado de los viajeros. Con el tiempo, los quehaceres se fueron diversificando, y actualmente la industria ocupa un gran renglón en la economía local. Cabe destacarse la industria de la locería, la madera y la mecánica. En la localidad también existe un pequeño número de plantaciones de plátano y yuca, las principales actividades económicas son: la industria (facilitada por la cercanía y excelentes comunicaciones con Medellín); la agricultura (con productos como plátano, café, yuca, maíz, caña de azúcar y frijol) y la ganadería. También se dedican sus moradores a trabajos de ebanistería y alfarería, por lo que al municipio se le conoce con el apelativo de "Vasija de Barro". .

En el municipio de La Estrella, las principales fuentes de su economía son: industria (que se ha desarrollado ampliamente en los últimos años), buenos hatos lecheros, avicultura y pequeñas explotaciones agrícolas.

El Valle de Aburra aporta 67% del PIB del Departamento, y de Éste, aproximadamente 4% se genera en los municipios del norte y 17% en los del sur. Situación que confirma la relevancia de la subregión no solo en Antioquia sino también en el país. Para 2005, el PIB de Antioquia supero los US\$ 14.700 millones, y el aporte del Valle de Aburra fue de US\$ 9.770 millones.

Aspectos Sociales y Demográficos del Área Metropolitana del Valle de Aburra

Este hermoso valle está conformado por los municipios de Medellín, en el centro; Bello, Copacabana, Girardota y Barbosa hacia el norte; Itagüí, Sabaneta, Envigado, La Estrella, y Caldas hacia el sur.

Es atravesado por el río Medellín de sur a norte desde el Alto de San Miguel, donde es su nacimiento, hasta el sitio de Porce. Está rodeado de imponentes montañas, donde en la mayoría de los casos, en sus bases y laderas, se levantan algunos de los barrios más poblados de Medellín, Bello, Itagüí, Envigado,



entre otros.

El Valle se extiende a lo largo de 60 kilómetros de longitud y se presenta más amplio en la zona sur y más estrecho en la norte, por ser una depresión

profunda de la cordillera Central. Cuenta con dos grandes alturas que son los cerros del Padre Amaya al occidente y de San Miguel al sureste

La población del Valle de Aburrá, según el Censo de 2005 es de 3.316.370 habitantes: el 15.67% de sus habitantes se encuentra en los 4 municipios del norte (Barbosa, Bello, Copacabana y Girardota), el 17.27% se encuentra en los 5 municipios de sur (Caldas, Envigado, Itagüí, la Estrella y Sabaneta) y el 67.1% restante habitan en Medellín.

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

- Hay que tener claro a qué mercado se dirige la empresa y quiénes serán sus clientes potenciales. Identificar los datos principales del mercado, sus previsiones de crecimiento, competencia, estructura, segmentación. Prever las barreras de entrada y competidores. Debe contemplar toda la normativa legal aplicable a la actividad que va a desarrollar la empresa y los permisos y autorizaciones que deberá tramitar.
- Descripción de la empresa y del producto o servicio que va a realizar. Referir la experiencia y objetivos del producto o servicio que ofrece. Si se posee la patente o marca, la localización de la empresa y los criterios por los que lo ha elegido.
- Estudio de mercado. Demostrar que existe una oportunidad de negocio. Servirá como base para diseñar las estrategias. Es una labor de investigación a partir de datos externos. Hay que tener claro a qué mercado se dirige la empresa y quiénes serán sus clientes potenciales

Plan de marketing. Dejaremos más o menos claro cómo vamos a vender el producto. Políticas, estrategias para darlo a conocer al mercado y cómo motivar al potencial cliente para que acuda a nuestra empresa. Definir la cobertura del mercado que se va a realizar. Analizar la necesidad de distribuidores o intermediarios. Elaborar un listado de posibles clientes. Describir las técnicas de venta, políticas de descuento y formas de cobro. Establecer las líneas de publicidad y relaciones públicas. Diseñar las campañas de marketing con sus objetivos.

- Definición de los medios técnicos. Establecer los medios técnicos que se necesitan para poner en marcha una empresa, su costo y su financiación. Debe completarse con un Plan de Compras que planifique la gestión de las compras y su almacenaje.
- Organización y recursos humanos. Servirá para definir el organigrama y distribuir las tareas, los puestos de trabajo y las correspondientes funciones y sus responsables. No hay que olvidar que el principal activo de una empresa es su capital humano. Una vez seleccionados los empleados, es conveniente asesorarse sobre la modalidad de contratación que más conviene adoptar en cada caso, teniendo en cuenta la legislación vigente y los incentivos fiscales que aportan los distintos contratos.
- Estudio económico financiero. Es necesario determinar cuáles serán los fondos necesarios para poner en marcha la empresa y cómo se va a obtener el

capital. Habrá que definir la estructura financiera de la empresa y hacer previsión de su rentabilidad, al menos, a medio plazo.

- Aspectos formales y estructura legal. Trámites administrativos y legales necesarios que hay que cumplimentar para poder constituir la empresa y el régimen fiscal al que deberá someterse.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

Objetivos a corto plazo:

De ventas: Incrementar las ventas en el área metropolitana del valle de aburra, mes a mes en un 50% en un periodo de seis meses, esto se logra gracias a los descuentos que daremos en temporada baja y a las ventas que se realicen en temporada alta (fechas especiales): Día de madres, de padres, amor y amistad, navidad.

De distribución: Realizar una oportuna y eficiente entrega a nuestros clientes, ya sea consumidor final o distribuidor, gracias al apoyo del mensajero, dado el caso de tener una alta demanda del producto, contratar otro mensajero temporal con el fin de que dicha entrega sea satisfactoria.

De posicionamiento en el mercado: Generar campañas publicitarias, en un plazo máximo de 1 mes, con el apoyo de la Internet y las redes sociales, con el fin que mas personas conozcan nuestros productos y puedan acceder a nosotros y realizar sus pedidos.

Objetivo a mediano Plazo:

Ampliar nuestra capacidad de entrega y ventas en nuestro primer año, generando recordación en el consumidor y una excelente opción a la hora de regalar chocolates gracias a la calidad e innovación de nuestros productos.

Objetivos a largo plazo:

De ventas: Ingresar en el mercado nacional, inicialmente en las ciudades más importantes del país, en un periodo de 2 años, con el fin de buscar posicionarnos como una de las marcas líderes en chocolates personalizados gracias a nuestra calidad, entrega, innovación y amor por lo que hacemos.

De distribución: Buscar cadenas de distribución, a nivel nacional, más eficientes, como tiendas de regalo, supermercados y demás distribuidores, con el fin de realizar una entrega más eficiente y no generar altos costos.

De posicionamiento en el mercado: Presentar cada uno de nuestros productos con el apoyo de Internet y exposiciones en los principales centros comerciales del país, con el fin de mostrar nuestros productos a clientes nuevos, indicándoles la posibilidad que tienen de realizar su producto y hacer parte del objetivo principal de la empresa: chocolates personalizados.

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Clasificación Arancelaria:

El Chocolate se encuentra clasificado bajo la partida 18.06.00.00.00, Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.

NUESTRA LINEA DE PRODUCTOS:



**-CAJA DE TEXTO DE 22 X 13
Y 44 x 26**

Deliciosas letras de chocolate rellenas de arequipe, almendras y decoradas al gusto.

**-CAJA DE FRESAS CON CHOCOLATE
X 12 Y 24**

Deliciosas fresas cubiertas de chocolate y decoradas al gusto.



**- MANZANA CON
CHOCOLATE X UND.**

Deliciosa manzana con chocolate y decorada al gusto



**- CAJA TROZOS DE MANZANA CON
CHOCOLATE X 8 UNIDADES**

Deliciosos trozos de chocolate y decorados al gusto.





-CAJA DE ROSAS EN CHOCOLATE X 7 UNIDADES

Deliciosas rosas con chocolate y decoradas al gusto

-TABLETA CORPORATIVA CAJA X 50 UNIDADES:

Deliciosas tabletas corporativas para identificar a tu empresa y que esta sea mas conocida en el mercado.



-BOMBONES CORPORATIVOS ESTAMPADOS X 50 UNIDADES

Deliciosas bombones corporativos estampados para identificar a tu empresa y que esta sea mas conocida en el mercado.

-CAJA DE UCHUVAS CUBIERTAS CON CHOCOLATE X 8 UNIDADES

Deliciosas uchuvas cubiertas con chocolate y decoradas al gusto.





-FRUTAS MIXTAS CON CHOCOLATE X 12 UNIDADES

Variedad de deliciosas frutas, como piña, melocotón, fresa, uchuva, entre otras cubiertas de chocolate y decoradas en distintos motivos.

-TRUFAS X 12 Y X 24

Deliciosas trufas de chocolate.



-MALVAVISCOS X 12 UNIDADES

Deliciosos malvaviscos en diferentes figuras y cubiertos de chocolate.



4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Nuestro mercado meta inicial será el área metropolitana del valle de aburra que cuanta con una población, según el Censo de 2005 es de 3.316.370 habitantes: el 15.67% de sus habitantes se encuentra en los 4 municipios del norte (Barbosa, Bello, Copacabana y Girardota), el 17.27% se encuentra en los 5 municipios de sur (Caldas, Envigado, Itagüí, la Estrella y Sabaneta) y el 67.1% restante habitan en Medellín. En donde nuestros consumidores serán hombres y mujeres de toda las edades pero principalmente enfocados en el publico entre los 13 y 30 años. Ya que la tendencia se inclina en la innovación y en la búsqueda de un regalo perfecto.

Las características principales de los consumidores son:
Poder adquisitivo medio-alto.

- Aprecian la calidad.
- Son exquisitos.
- Compran en cualquier establecimiento, por la zona en donde viven, zona de nivel alto-medio.
- Gozan comprando en las tiendas selectas, sin por ello renunciar a las grandes superficies.

Los productos se comercializaran de forma mixta es decir de manera directa entregando el producto al consumidor final e indirecta a través de distribuidores como son las tiendas de regalo, de sentimientos, reposterías.

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

El principal objetivo del estudio del mercado consumidor es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

1. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer
2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer

El estudio del comportamiento del consumidor tiene que ver no solo con lo que los consumidores compran, sino con las razones por las que compran, cuándo, dónde y cómo compran, y con qué frecuencia lo hacen. Tiene que ver con el aprendizaje del significado específico que los productos tienen para los consumidores. Por ello el objetivo es hacer un estudio del comportamiento para conocer las exigencias del consumidor.

Factores que serán tratados:

Culturales: Cultura, subcultura y clase social.

Sociales: Grupos de referencia, familia y función y estatus.

Personales: Edad y etapa de ciclo de vida, ocupación, circunstancias económicas, estilo de vida, personalidad y concepto de si mismo.

Psicológicas: Motivación, percepción, aprendizaje, creencias y actitud.

b) Resultados del estudio de los consumidores

Nuestro mercado meta inicial será el área metropolitana del valle de aburra que cuenta con una población, según el Censo de 2005 es de 3.316.370 habitantes: el 15.67% de sus habitantes se encuentra en los 4 municipios del norte (Barbosa, Bello, Copacabana y Girardota), el 17.27% se encuentra en los 5 municipios de sur (Caldas, Envigado, Itagüí, la Estrella y Sabaneta) y el 67.1% restante habitan en Medellín. En donde nos dirigimos tanto a hombres como a mujeres debido a que los productos derivados del cacao son consumidos tanto por unos como por otros, pero nuestras campañas irán enfocadas a llamar la

atención. Principalmente, pretenderemos llamar la atención de los más jóvenes, más que todo en las chicas que suelen ser más imaginativas en el momento de hacer regalos, y disfrutan más con el arte de regalar, y en los chicos ya que es más fácil hacer un regalo a una mujer, porque la mayoría se emocionan con tal de saber que alguien que les resulta especial ha tomado tiempo pensando en qué regalarle y buscando el regalo perfecto. Aunque aparte de deslumbrarla el regalo final, les encanta a las mujeres haber sido objeto de unos minutos de dedicación exclusiva por parte de los demás, el chocolate es algo que nadie puede darse el lujo de resistir. Los principales consumidores:

- Poder adquisitivo medio-alto.
- Aprecian la calidad.
- Son exquisitos.
- Compran en cualquier establecimiento, por la zona en donde viven, zona de nivel alto-medio.
- Gozan comprando en las tiendas selectas, sin por ello renunciar a las grandes superficies.

Por lo tanto podemos concluir que el grupo objetivo de clientes potenciales y reales de chocolates está formado tanto por hombres como por mujeres que gozan de un poder adquisitivo medio-alto. Están dispuestos a pagar un poco más para saborear mejor, se consideran así mismos exquisitos, les gusta comprar lo mejor. Compran los productos alimenticios en cualquier tipo de establecimientos, pero lógicamente, en las zonas donde viven, zonas de alto nivel y disfrutan comprando en las tiendas selectas de alimentación, sin por ello renunciar a las grandes superficies. También distinguimos a un sector, que muestra una mayor preocupación por el precio y realizan sus compras predominantemente en grandes superficies.

En el Área Metropolitana del Valle de Aburra la categoría más vendedora es la de chocolatinas. Pero el cambio en la tendencia de consumo amplía el espacio para otras presentaciones y nuevos competidores.

El mercado de chocolates en el Valle de Aburra está en transformación. Es muy básico y esto se expresa en la oferta, los precios y las presentaciones, y aquí es donde vemos una oportunidad de crecimiento y donde vemos el valor agregado de la categoría.

En el mercado de golosinas de chocolate, las marcas compiten en categorías como las chocolatinas con relleno líquido o sólido, las galletas cubiertas de chocolate, los masmelos o los chocolates en barra. Sin embargo, la mayor demanda en el país la tienen las chocolatinas -en barra-.

Todo el negocio alrededor del chocolate está creciendo porque es una categoría con mucha fortaleza. Este es un mercado que está pasando de un chocolate básico a unos productos cada vez más especiales y más gourmet quien resalta que para fechas especiales como San Valentín, Día de la Madre, Día del Padre, Amor y Amistad, e incluso en Pascua, ha venido creciendo la oferta por parte de marcas nacionales e internacionales.

Aunque hasta el momento la oferta ha tenido como principal argumento el precio, las nuevas tendencias de consumo, un reciente estudio muestra que cada vez los consumidores son más exigentes y avanzan hacia otros productos con mayor valor agregado

El consumo futuro del chocolate está influenciado por los hábitos alimenticios, el clima y la relación entre el poder adquisitivo y el precio. Las personas siempre están en la búsqueda de aquellos productos que realmente les brinden satisfacciones, los entretengan y sobretodo les permitan darse un gusto o dar un gusto. Los productores de chocolate deberán estar siempre preocupados del consumidor, de satisfacer sus gustos y necesidades, dedicar permanentemente esfuerzos al desarrollo de nuevos productos y formatos.

En el futuro, algo que permanecerá será el placer de saborear un muy buen chocolate y sin duda que los chocolates artesanales deberán estar ahí para seguir innovando y ofreciendo siempre la mejor calidad.

En conclusión nuestros clientes será todo tipo de personas como:

- Niños en etapa de crecimiento entre los 2 y 6
- Niños en etapa de desarrollo entre los 7 y 14
- Adolescente
- Estudiantes.
- Trabajadores.
- Personas de casi todas las edades.

La población estimada a atender es aproximadamente \$1.639.333 personas que se encuentran entre 15 y 30 años.

Determinación de la Demanda

Los chocolates personalizados tiene una baja demanda debido a la poca oferta que hay en el mercado ya es un producto muy nuevo que apenas está siendo adquirido y procesado por las empresas dedicadas a este sector alimentario sin embargo ha tenido buena acogida debido al placer y disfrute que genera entre los usuarios.

En el valle de aburra se realiza la venta o demanda de manera directa entre vendedor-consumidor, utilizando un sistema de distribución que pasa por encima de los canales tradicionales, que se basa en un servicio más eficiente y productivo ,ya que la venta directa genera más del 40 % en las compras totales de chocolates a nivel regional(valle de aburra) .

El mayor consumo de este producto se da en fechas importantes como el día de la madre, día del amor y la amistad, día de la mujer, día del padre y navidad, en la cotidianidad del consumidor como: cumpleaños, y aniversarios, en eventos ideales como: bodas, bautizos, nacimientos, baby shower y graduaciones. Y a nivel corporativo o empresarial para sus eventos, publicidad o ocasiones especiales.

Condiciones de la Demanda Futura

- Cambios en el nivel general de precios
- Cambios en la preferencia de los consumidores
- Aparición de productos sustitutivos
- Cambios en la política económica
- Cambios en la evolución y crecimiento del sistema económico

En Chokotravel tomamos en cuenta estos factores, pues somos una empresa que se actualiza y está dispuesta a realizar alguna modificación; siempre viendo por el bienestar de nuestros clientes, que son lo primero y que no afecte a la empresa de igual forma. La demanda estimada a atender es aproximadamente 2940 unidades al mes.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

- La Compañía de Chocolates
- Alpina
- Bella Frut S.A
- Colombina
- Central Mayorista de Antioquia
- Marion

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

El estudio del mercado proveedor es más complejo de lo que puede parecer, ya que deberán estudiarse todas las alternativas de obtención de materias primas, sus costos, condiciones de compra, sustitutos, perecebilidad, necesidad de infraestructura especial para su almacenaje, oportunidad y demoras en la recepción, disponibilidad, seguridad en la recepción, etc.

b) Resultados del estudio de los proveedores

Compañía Nacional de Chocolates:

Aparte de ser competencia indirecta para nosotros, la Compañía Nacional de Chocolates tiene un gran posicionamiento por su experiencia en el mercado y la calidad de sus productos ya que ofrecen diferentes líneas de productos, los principales productos adquiridos son la cobertura negra y la cobertura de leche especiales para repostería, confitería y elaboración de figuras moldeadas. Se derrite al baño María o en microondas. Ud x 500gr, Cobertura baja en calorías, endulzada con edulcorante. Chocolate listo para usar, con textura semi-blanda. . Se derrite al baño María, también la salsa de chocolate rica y deliciosa, lista para decorar, chips con sabor a chocolate, choco cubierta de chocolate para cubrir todas las frutas y demás.

Cra 52 N° 22-80

Tel: 2653400

Fabrica Rio negro Autopista Medellín – Bogotá, Vía Belén Km 2

Tel: 565 58 08

Horarios: 7:45 am – 12:00m y 1:00pm a 4:00 pm

Alpina

Alpina es una multinacional productora de alimentos, fundada en Colombia, hace 64 años. Alpina fabrica, transforma, desarrolla, distribuye, importa, exporta, compra y vende productos alimenticios, en especial derivados lácteos y bebidas.

Sabores y postres tradicionales para siempre, así es el Arequipe Alpina. Desde hace dos décadas alpina ha venido preparando esta golosina a base de leche entera, tan exquisita, El arequipe despierta tus sentidos... El acompañante perfecto de platos típicos y de tus cenas elegantes. Además de energético y alimenticio, su sabor, suavidad y textura le permiten ser el compañero perfecto. Además, sus presentaciones de 250 grs y 500 grs, en envase de vidrio o empaque plástico son económicas y rinden mucho más.

Av. Las Vegas Los Industriales Cr49 17-1

Teléfono(s): (57) (4) 3117575

BellaFrut S.A

Es una empresa exportadora de pasas, nueces, almendras y ciruelas deshidratadas que bajo la marca BELLAFRUT/ALIMENT CHILE S.A abastece a exigentes mercados mundiales

ALMENDRAS SIN CÁSCARA

CALIDAD	ALIMENTICIA, ALMENDRAS SIN CÁSCARA DE SIMILARES CARACTERÍSTICAS VARIETALES
VARIEDAD	NON PAREIL CARMEL
COLOR	CAFÉ CARACTERÍSTICO, 8% MÁX. DESCOLORIDAS
HUMEDAD	MÁX 7 %
CALIBRE	12-18 MM
MATERIAL DE EMPAQUE	BOLSA INTERIOR DE POLIETILENO, CARTÓN 17 M Y 17 C
CAPACIDAD CONTENEDOR 20'	1.600 CAJAS, 16.000 KN
DISPONIBILIDAD	ABRIL
VIDA UTIL	1 AÑO EN AMBIENTE SECO

ROSARIO SUR #91, OF. 703 - LAS CONDES, SANTIAGO CHILE / TEL.: (56-2) 201 6073 - FAX: (56-2) 201 5918 - E-MAIL: info@bellafrutchile.cl

Colombina

Fabricación y comercialización de dulces y golosinas, en nuestro caso masmelos, Millows Arco Iris, Millows Capuchino, Millows Caritas, Millows Choco, Millows Cilindro Blanco, Millows Conejo, Millows Corazones, Millows Gummy x 10, Millows Gummy x 30, Millows Individual Cream, Millows Margarita, Millows Metro, Millows Mini, Millows Surtido 145g, Millows Surtido 35g, Millows Surtido 75g

Central Mayorista de Antioquia

La central mayorista de Antioquia se ha constituido en el centro de abastecimiento agroalimentario más importante del departamento de Antioquia, y esta se encuentra ubicada dentro del área metropolitana del valle de aburra, tiene como proyección ser en 2015 una plataforma de negocios que permita el libre comercio de mercancías alimentarias y servicios, con la utilización eficiente de recursos tecnológicos y la aplicación del mejoramiento continuo. Los principales productos que necesitamos adquirir son:

Fresa, Kg, \$ 3600
Breva, Kg, \$6000
Manzana, Kg, \$2500

Dirección: Calle 84 A # 47-50 (Itagüí – Antioquia)
PBX: (574) 285 48 15

Nuestro comercializador principal es Frutas y Legumbres Madeseal, que está ubicado en el bloque 27 local 865. Contacto: Fanny Arenas
Tel: 285 49 87 hasta la 1 y 302 41 30 hasta las 9.

MARION

Distribución y comercialización de implementos para oficina y afines. Productos y directorio de almacenes. Los principales productos son: papel corrugado, cartón de diferentes colores, acetato, cintas.

Calle 25 Sur No. 48-61 Av. Las Vegas - Envigado
Horario de atención: 7:30 am-6:00 pm

Servicio al Cliente

Compras:

compras@marion.com.co

Ventas:

Crédito:

Tele mercadeo: ventas@marion.com.co

Corporativo: ventas@marion.com.co

Domicilios - Contado:

Marión Express (4) 339 99 88

Puntos de venta: (4) 339 99 88

Servicio al cliente: Atención de quejas, reclamos y sugerencias y garantías
servicioalcliente@marion.com.co

Oficinas principales:

Medellín: (574) 339 99 99

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

- La Compañía Nacional de Chocolates
- Chocolates John`s S.A.S
- Color Cacao
- Choco detalles
- Chocolates Cioccolato Sensación del Sabor

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

En el mercado de los chocolates personalizados, es poca la demanda generada tanto a nivel nacional, como en nuestro mercado meta, el área metropolitana del valle de aburra; pero identificamos que es un producto que tiene competidores, no muy directos y además cuenta con innumerables bienes sustitutos, ya que es un producto dulce y atractivo para miles de paladares, desde los más pequeños, hasta los más adultos. Identificamos empresas que son líderes a nivel nacional, y que cuentan con una gran capacidad instalada, que generan grandes volúmenes de producción, que cuentan con grandes plantas de producción y bodegas ubicadas en todo el país, son productos que llevan muchos años en el mercado y se han posicionado constantemente a nivel nacional e internacional. Pero además de todo esto, identificamos que nuestros productos son diferentes a los de estos competidores, que a su vez, como la nacional de chocolates, colombiana, se convierten en nuestros proveedores. Nuestros productos son innovadores y tienen un valor agregado muy importante, que es la posibilidad de expresar sentimientos a través de algo tan delicioso y tentador como lo es el chocolate.

Los chocolates personalizados tiene una baja demanda debido a la poca oferta que hay en el mercado ya es un producto muy nuevo que apenas está siendo adquirido y procesado por las empresas dedicadas a este sector alimentario sin embargo ha tenido buena acogida debido al placer y disfrute que genera entre los usuarios. Identificamos entre los competidores directos e indirectos como lo son:

- **La Compañía Nacional de Chocolates**

Es una de las empresas más grandes de Colombia. En la actualidad sus productos se encuentran posicionados en el mercado nacional y mercados objetivos de la Región Andina, de Centroamérica y el Caribe, y de la comunidad hispana de Estados Unidos. Tiene una gran variedad de productos que son: golosinas de chocolates, chocolate gourmet, golosinas, industriales, repostería, pasabocas, café molido, chocolate de mesa, café instantáneo. Ellos manejan diferentes precios según la línea de productos y al segmento en el cual es dirigido para así abarcar la capacidad competitiva dentro del mercado, cuentan con una distribución muy amplia de sus productos y son muy asequibles para los consumidores se encuentran en el mercado desde \$200 que vale una chocolatina jet hasta un chocolate en polvo a \$2.000.

- **Chocolates John's S.A**

Chocolates John's es una empresa cuya actividad está enfocada en la elaboración y producción de chocolates rellenos y coberturas, su distribución está en mercados de tiendas, mini mercados, supermercados y grandes superficies. Sus productos están certificados con el INVIMA. Personalizan chocolates para Corporaciones o Empresas y ofrecen servicios como un valor agregado que son:

Alquiler de fuentes de chocolate y chocolates corporativos, para las diferentes ocasiones o eventos elaboran todo tipo de obsequios, con rellenos de chocolates en diferentes presentaciones, en acetato, latón, cajas de cartón, cerámicas etc. Para fechas especiales como Amor y amistad, Quinceañeras, Primeras comuniones, Cumpleaños, Aniversarios, Navidad, Matrimonios. Manejan precios desde \$ 50.000 en adelante, tanto en los productos como en los servicios.

- **Color Cacao**

Es una empresa dedicada a la elaboración de productos del chocolate, entre ellos, bombones decorados y rellenos. Nace de la necesidad de traer a Colombia las últimas tendencias en chocolatería tanto en sabor como en diseño.

Ofrecen 3 categorías de productos que son: chocolates (chocolates para todas las ocasiones), chocolates corporativas (personalizan chocolates para las empresas) estos chocolates tiene un valor en el mercado de \$ 180.000 en adelante, chocolaterapia (mini kits de spa que son aceites, cremas, jabones).

- **Choco detalles**

Esta empresa está enfocada en Elaboración y distribución de chocolates y empaques con mensajes de expresión social. Sus productos ofrecidos en el

mercado son: Chocolates rellenos, Chocolates sólidos, Trufas de Chocolate, Paletas de Chocolate, Fresas Achocolatadas y Cupcakes. Se ha catalogado como una empresa que fabrica todo tipo de productos para todas las ocasiones como el día del amor y la amistad, cumpleaños, día de la madre entre otros.

- **Chocolates Cioccolato Sensación del Sabor**

CIOCCOLATO es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de chocolates artesanales, utilizando materias primas de excelente calidad. Sus productos son: bombones de chocolate relleno, serigrafías, motivos, temáticos, decorados en chocolate, trufas y mensajes a través de tabletas de chocolate.

Sus precios van desde \$20.000 el valor de una tableta de chocolates hasta \$40.000 el valor de una caja de chocolates personalizados.

El mercado de chocolates en el valle de aburra cuenta con una gran variedad de ofertas en los productos por parte de las empresas dedicadas a fabricar chocolates y sus derivados, se presenta como un mercado satisfecho y con un gran acceso en toda la zona del valle de aburra generando una demanda alta de este tipo de alimento.

Con los años el chocolate se ha posicionado como un alimento de placer y básico para los diferentes eventos y fechas especiales a nivel general e individual.

La principal empresa de chocolates en el valle de aburra es la nacional de chocolates como pionera de estos productos, seguida por las diferentes empresas innovadoras de chocolates que se han logrado posicionar en el tiempo.

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Para lograr identificar el posicionamiento y competitividad de las empresas relacionadas, nos basamos en noticias e información que muestra la red e incluso los periódicos más importantes del país. Buscamos información de cada uno de ellos como por ejemplo, cuál es su portafolio de productos, cuáles son los más vendidos, y si están incorporados en el mercado internacional, que exportan y a qué país lo hacen.

c) Aplicación de la Medios

Al inicio, cuando generamos la idea de nuestro proyecto, comenzamos con identificar la competencia, buscando noticias e información de cada uno de ellos, gracias a ello identificamos empresas que generan productos similares y otras de bienes sustitutos como golosinas, galletas, entre otras. Identificamos que estas empresas son una gran competencia, gracias a que estas llevan demasiado tiempo en el mercado y se han convertido, en grandes empresas y multinacionales.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

COMPAÑÍA NACIONAL DE CHOCOLATES

Dirección: Cra 52 N° 22-80

Teléfono: 265 34 00

Dirección Fabrica: Rio negro

Autopista Medellín- Bogotá –Tel: 265 58 08

Cuentan con una distribución muy amplia de sus productos y son muy asequibles para los consumidores se encuentran en el mercado desde \$200 que vale una chocolatina jet hasta un chocolate en polvo a \$2.000.

CHOCOLATES JOHN'S S.A.S

Jhon Valencia Moncada

Gerente Comercial y de Operaciones Logísticas

NIT: 900-263915-7

www.chocolatesjohns.com

E-mail: chocolatesjohns@une.net.co

Tel: 3770460

Cel: 310-5437318

COLOR CACAO

Dirección: Carrera 65B No. 30 – 90, Medellín-Colombia.

Teléfono: (57-4) 316 3721 e-mail: ventas@colorcacao.com

CHOCODETALLES

Dirección: Avenida 42 N° 55-106 Bello, sector 11

Teléfonos: 4815434 / 2897517

Celular: 314 350 10 86

Email: chocodetalles@gmail.com

Página Web: www.chocodetalles.com

COLOMBINA S.A.

Los bienes sustitutos que colombina comercializa son:

Productos alimenticios: Café, enlatados de pescado, salsas y conservas.

Productos dulces: Pasabocas, galletas, pasteles, helados, postres y algunas manufacturas de chocolates (Barras, confites, bombones, crema de chocolate, marmelos, barras de cereal, chocolate en polvo)

Teléfono: (2)8861999

Página Web: www.colombina.com.co

Dirección: Carrera 1 No.24-56 Cali-Colombia

SUPER DE ALIMENTOS S.A.

Los productos que ofertan son: Turrone, caramelos, barrilete, gomitas, chicles, mentas, bombones de yogur y barras de chocolates.

Línea Gratuita 01 8000 968068

Conmutador: (6)8879500 Tel Servicio al Cliente: (6) 8879501

Dirección: Km 10 Vía al Magdalena - Manizales
Página web: www.super.com.co

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución



Para Chokotravel, la mejor forma de distribuir sus productos es de forma directa, ya que es la única forma que permite conocer lo que el cliente o consumidor quiere tener como producto final, para ello, diseñaremos una página web en donde el cliente podrá ver fotografías de los productos que creamos y donde podrán tener información de nuestra empresa. Además participaremos en eventos, ferias, fiestas, ruedas de negocios y muchas otras más que nos ayuden a aumentar nuestro éxito y reconocimiento en el mercado.

4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

El mercado distribuidor es, quizás, el que requiere del estudio de un menor número de variables, aunque no por ello deja de ser importante. En efecto, la disponibilidad de un sistema que garantice la entrega oportuna de los productos al consumidor tiene, en muchos proyectos, un papel definitivo. Los costos de distribución son, en todos los casos, factores importantes que se deben considerar, ya que son determinantes en el precio a que llegará el producto al consumidor y, por lo tanto, en la demanda que deberá enfrentar el proyecto.

b) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor

Otra forma de distribuir los productos es a través de tiendas de regalo o de floristerías. Las más representativas, ubicadas en el valle de Aburrá son:

✓ RINCÓN DE ILUSIONES

Esta empresa, nació en el año 2.000 gracias a la ayuda de diseñadores y un excelente equipo de trabajo que buscaron una forma dinámica y colorida de expresar su sentir y sueños.



Actualmente se encuentra en las principales ciudades de Colombia con grandes posibilidades de expansión a nivel internacional. Es una empresa líder en el mercado de expresión social, que marca la diferencia con estilo propio, calidad, excelente atención, exclusividad e innovación. Producen y distribuyen productos a través de los cuales las personas expresan sus sentimientos, como los son tarjetas, cojines, agendas, relojes, pendones, entre otros detallitos. Cuenta con tres locales comerciales en el Valle de Aburrá ubicados en el centro comercial Los Molinos, Premium Plaza y Unicentro, además distribuyen sus productos en muchas otras tiendas dedicadas a la venta de este tipo de productos. Para que esta empresa distribuya nuestros productos, tenemos como tentativa de oferta, una comisión de ventas del 2.5% del valor del pedido y de los productos vendidos, con posibilidad de aumento, dependiendo del crecimiento de estas.

Dirección Oficina Principal: Calle 34 No. 65-17

Teléfono: 2350236

E-mail: rincondeilusiones@rincondeilusiones.com

Página Web: www.rincondeilusiones.com

✓ ZEA DISEÑO



Es una iniciativa personal, surgida en 1986, que ha ido convocando poco a poco a un excelentísimo grupo de personas, Creatividad, disciplina, muchas palabras y colores, el corazón en el trabajo... y gente pensando todo el tiempo en las infinitas formas de los afectos humanos. Esto es lo que encuentran quienes nos visitan en

nuestra sede en Medellín, Colombia, y lo que intentamos depositar en cada uno de los productos que salen de nuestras manos. Esta empresa lleva varios años creando y distribuyendo productos tales como tarjetería, cajas decorativas, vitrales, entre otros. Esta empresa, como tal, no tiene locales propios para la venta de sus productos, pero si es uno de los mayores distribuidores en tarjetería y detalles para tiendas de regalo, actualmente distribuye a más de 80 locales dedicados a esta actividad en el área Metropolitana.

Zea Diseño S.A.

Dirección: Carrera 81b No.49-78

Teléfono: 4212862

Fax: 4400470

Página Web: www.tarjetaszea.com

✓ **ALMACEN GOMELOS**

Este local, es quizá uno de los pioneros en la venta de artículos para regalo, tales como bolsas de regalo, tarjetería, peluches, chocolates, vitrales, bromas, dulces, portarretratos... en fin, infinidad de artículos en los cuales nuestros productos tendrían gran acogida, además, por estar ubicado en el centro de Medellín (Pasaje Junín-Maracaibo) genera mayor atracción al público y mayores ventas.

Almacén GOMELOS
 Dirección: Carrera 49No.52-141 Local 108
 Teléfono: 5119017

4.6.3 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

VENTA A DOMICILIO: Es el método tradicional. Consiste en visitar la vivienda del consumidor, con aviso previo por parte del empresario, o bien de forma inesperada. Conlleva indudables ventajas para el público: le ahorra desplazamientos, no hay que buscar un dependiente que le atienda, puede obtener una demostración del producto.

b) Fuerza de ventas

CARGO	FUNCIONES PUESTO	REQUISITOS DE EL PUESTO	SALARIO
DIRECTORA COMERCIAL	Planear, supervisar, coordinar, negociar, controlar y optimizar el desarrollo de todas las actividades relacionadas con el producto, el precio, la exhibición, la promoción y la atención a clientes, con el fin de garantizar el cumplimiento de los presupuestos de ventas, los indicadores de servicio al cliente y la rentabilidad del negocio.	-Título universitario(enfocado en negocios) -manejo presupuestal - Manejo de paquetes computacionales. -análisis de trabajo. -capacidad de trabajo en equipo. -experiencia	\$ 1.000.000

<p>MENSAJERO</p>	<p>-Encargado de realizar la entrega de los pedidos a clientes y cualquier Otra encomienda de la empresa. -Realizar entrega de mensajería, entre otros.</p>	<p>-Haber cursado plan básico -Sexo masculino -Edad entre 19 -25 -Licencia de conducir vigente -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Experiencia no indispensable -Conocimiento del perímetro de la ciudad -disponibilidad de horario.</p>	<p>S 535.600 MAS AUXILIO DE TRANSPORTE</p>
-------------------------	---	---	---

4.6.4 Manejo de Inventarios

El inventario de nuestros productos será muy corto, puesto que la razón de ser de nuestra empresa es producir y comercializar chocolates personalizados, es decir a gusto del cliente. En el caso de los productos que incluyan frutas, el pedido se realiza un día antes con el fin de entregar productos frescos y con un excelente sabor...

Sin embargo, en fechas especiales, donde la demanda de productos se incrementa, producir productos que consideremos que los clientes que no pudieron realizar los pedidos, puedan comprar. Por ejemplo en cajas de textos hacer "FELIZ DIA MAMI" o un "TE QUIERO MUCHO" o simplemente, tener letras disponibles para realizar pedidos urgentes o extemporáneos.

4.6.5 Comunicación

CHOKOTRAVEL – Chocolates personalizados.

- Caja de Textos
- Caja de frutas Mixtas
- Caja de fresas
- Caja de trufas
- Caja de trozos de manzana

En estos productos, contamos con empacadores, que a su vez se vuelven decoradores y generan el producto más atractivo, listo para ser regalado, para ello irá empacado en una caja de acetato, para que sea visible el producto, esto lo hace más atractivo, al igual, irá decorado con un moño en cinta papel, en el reverso de la caja, irá la información de la empresa, y en el moño irá colgado el logo de la empresa

- Manzana con chocolate

Para este producto, irá empacado en bolsa transparente decorado, al igual que las cajas, en cinta papel, al reverso de la bolsa, ósea, donde no está el moño, incluir información de la empresa y en el extremo del moño, el logo de la empresa.

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

Nuestra promoción y publicidad por ahora será sin costo, en sitios como en facebook, twitter, Hotmail, MSN, también con personas conocidas, encargadas de difundir la información.

Los principales objetivos de nuestra campaña van a ser cualitativamente los siguientes:

- Comunicar la aparición nuestros productos.
- Crear una imagen de la empresa.
- Dar a conocer y apoyar nuestras promociones de ventas.
- Crear una preferencia de marca.
- Persuadir al consumidor a que compre ahora.
- Animar a cambiar de marca.
- Describir los beneficios de nuestros productos.

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Los factores que CHOKOTRAVEL S.A.S. tuvo en cuenta para fijar los precios de sus productos fueron:

- Es poca la competencia, como se menciona anteriormente, nuestro producto cuenta con competencia indirecta, es decir, empresas que producen chocolates pero que no tienen el valores agregado de ser personalizados, las personas deben conformarse con lo que ofrecen.
- La calidad de nuestra materia prima, ya que nuestros proveedores son reconocidos en el mercado nacional e internacional como Alpina, Nacional de Chocolates, Bella Frut, La central mayorista de Antioquia, Colombina.
- Tenemos un valor agregado muy importante, que es la razón de ser de nuestra compañía que es producir chocolates personalizados, el cliente tiene la posibilidad de elegir que quiere ver reflejado en su chocolate, aunque también contamos con productos como frutas con chocolate, trufas, textos, ..., gran variedad de productos que el cliente puede escoger y especiales para regalar
- Contamos con un gran equipo de trabajo y de producción, que ponen corazón y toda su creatividad para que el producto sea más de lo esperado por el cliente.
- La maquinaria es poca, puesto que los chocolates son decorados manualmente

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

	Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto
PRODUCTOS	CAJA DE UCHUVAS CON CHOCOLATE X 8 UND.	\$ 3.070,0	108	\$ 332.583,3	2,73%	\$ 8.473,53
	CAJA TROZOS DE MANZANA CON CHOCOLATE X 12UND.	\$ 5.410,0	157	\$ 847.566,7	5,92%	\$ 13.515,30
	CAJA DE FRESAS CON CHOCOLATE X 12 UND.	\$ 7.925,0	200	\$ 1.585.000,0	10,07%	\$ 18.732,07
	MANZANA CON CHOCOLATE	\$ 1.581,0	250	\$ 395.250,0	3,15%	\$ 4.282,77
	TABLETA CORPORATIVA CAJA X 50 UND.	\$ 21.575,0	103	\$ 2.229.416,7	9,89%	\$ 42.108,43
	BOMBONES CORPORATIVOS ESTAMPADOS X 50 UND	\$ 10.630,0	80	\$ 850.400,0	5,44%	\$ 25.219,54
	TEXTOS, CAJA DE 22 X 13	\$ 7.650,0	140	\$ 1.071.000,0	7,76%	\$ 19.537,78
	TEXTO, CAJA DE 44 X 26	\$ 9.730,0	90	\$ 875.700,0	7,25%	\$ 27.021,31
	CAJA DE ROSAS EN CHOCOLATE X 7 UND	\$ 13.800,0	42	\$ 575.000,0	3,15%	\$ 30.010,60
	MELOCOTON CON CHOCOLATES X 12 UND	\$ 9.965,0	113	\$ 1.129.366,7	5,99%	\$ 21.312,42
	FRUTAS MIXTAS CON CHOCOLATES 12 UND	\$ 5.430,0	127	\$ 687.800,0	7,02%	\$ 17.317,78
	CAJA DE FRESAS CON CHOCOLATE X 24 UND.	\$ 9.780,0	90	\$ 880.200,0	6,80%	\$ 25.990,60
	TRUFAS X 12 UND	\$ 8.025,0	153	\$ 1.230.500,0	7,72%	\$ 18.832,07
	TRUFAS X 24	\$ 13.030,0	100	\$ 1.303.000,0	8,06%	\$ 30.321,31
	MALVAVISCOS CON CHOCOLATE X 12 UND	\$ 7.080,0	160	\$ 1.132.800,0	9,06%	\$ 19.237,95
	COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)				\$ 15.125.583,4	

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 15.125.583,4	41,34%
Total Costos fijos de producción	\$ 12.337.580,0	33,72%
Total Costos fijos de administración	\$ 9.121.657,6	24,93%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 0,0	0,00%
Costos Totales	\$ 36.584.821,0	100,00%

PRODUCTO	PRECIO
Caja de Uchuvas x 8	\$10.000
Tableta Corporativa x 50	\$38.000
Caja de rosas en chocolate x 7	\$30.000
Trufas x 12	\$20.000
Trufas x 24	\$32.000
Caja trozos de manzana con chocolate x 12	\$15.000
Bombones corporativos estampados x 50	\$27.000
Melocotón con chocolate x 12	\$21.000
Caja de Fresas con chocolate x 12	\$20.000
Caja de Fresas con Chocolate x 24	\$30.000
Textos, caja de 22 x 13	\$22.000
Textos, caja de 44 x 26	\$32.000
Manzana con chocolate	\$5.000
Frutas Mixtas con Chocolate x 12	\$22.000
Malvaviscos con chocolate x 12	\$22.500

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

PRODUCTO	PRECIO
Caja de Uchuvas x 8	\$10.000
Tableta Corporativa x 50	\$38.000
Caja de rosas en chocolate x 7	\$30.000
Trufas x 12	\$20.000
Trufas x 24	\$32.000
Caja trozos de manzana con chocolate x 12	\$15.000
Bombones corporativos estampados x 50	\$27.000
Melocotón con chocolate x 12	\$21.000
Caja de Fresas con chocolate x 12	\$20.000
Caja de Fresas con Chocolate x 24	\$30.000
Textos, caja de 22 x 13	\$22.000
Textos, caja de 44 x 26	\$32.000
Manzana con chocolate	\$5.000
Frutas Mixtas con Chocolate x 12	\$22.000
Malvaviscos con chocolate x 12	\$22.500

4.7.4 Política de Precios

La venta de nuestros productos se realizara a contado y realizaremos descuentos entre el 5% y el 10% en temporada de poca demanda fechas diferentes a: día de madres, día del padre, amor y amistad, navidad entre otros.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

CARGO	FUNCIONES PUESTO	REQUISITOS DE EL PUESTO	SALARIO
DIRECTORA COMERCIAL	Planear, supervisar, coordinar, negociar, controlar y optimizar el desarrollo de todos las actividades	-Título universitario(enfocado en negocios) -manejo presupuestal	\$ 1.000.000

	relacionadas con el producto, el precio, la exhibición, la promoción y la atención a clientes, con el fin de garantizar el cumplimiento de los presupuestos de ventas, los indicadores de servicio al cliente y la rentabilidad del negocio.	- Manejo de paquetes computacionales. -análisis de trabajo. -capacidad de trabajo en equipo. -experiencia	
MENSAJERO	-Encargado de realizar la entrega de los pedidos a clientes y cualquier Otra encomienda de la empresa. -Realizar entrega de mensajería, entre otros.	-Haber cursado plan básico -Sexo masculino -Edad entre 19 -25 -Licencia de conducir vigente -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Experiencia no indispensable -Conocimiento del perímetro de la ciudad -disponibilidad de horario.	S 535.600 MAS AUXILIO DE TRANSPORTE

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos:

- Que el producto no sea aceptado por el consumidor. Si esto ocurre, "CHOKOTRAVEL S.A.S" quebraría. Este punto es el más importante, por eso se necesita hacer buena promoción para que la gente acepte el producto y lo consuma.
- Que los ingresos sean menores que los gastos. Si esto sucede, quiere decir que no se está vendiendo lo suficiente o que el precio no es el indicado. Esto puede pasar al principio, siempre y cuando "CHOKOTRAVEL S.A,S" haya previsto que al paso del tiempo se repondría y obtendría lo que planeaba: más utilidades

Oportunidades:

- Que la gente acepte el producto, lo cual implicaría entrar en el mercado a pesar de la existencia de empresas ya consolidadas con productos similares.

4.10 Plan de ventas

Según nuestro plan de ventas, para podernos posicionar en el mercado meta, el área metropolitana del valle de aburra, necesitamos vender aproximadamente, en un periodo de 2 años las siguientes unidades de los productos relacionados en la tabla. Considerando que, al inicio, nuestra compañía no venderá esta cantidad, es cuestión de buscar nuevos clientes, incrementando las ventas en más del 50% mes a mes y contar con el apoyo de las redes sociales. Pero los datos relacionados a continuación son los previstos para lograr dicho posicionamiento.

PRODUCTO	PRECIO	VENTAS APROX. MENSUALES
Caja de Uchuvas x 8	\$10.000	108
Tableta Corporativa x 50	\$38.000	103
Caja de rosas en chocolate x 7	\$30.000	42
Trufas x 12	\$20.000	153
Trufas x 24	\$32.000	100
Caja trozos de manzana con chocolate x 12	\$15.000	157
Bombones corporativos estampados x 50	\$27.000	80
Melocotón con chocolate x 12	\$21.000	113
Caja de Fresas con chocolate x 12	\$20.000	200
Caja de Fresas con Chocolate x 24	\$30.000	90
Textos, caja de 22 x 13	\$22.000	140
Textos, caja de 44 x 26	\$32.000	90
Manzana con chocolate	\$5.000	250
Frutas Mixtas con Chocolate x 12	\$22.000	127
Malvaviscos con chocolate x 12	\$22.500	160

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

Costes y productividad: Dado que la minimización de los costes y la maximización de la productividad son los objetivos operativos más importantes. Los demás objetivos actuarán más bien como restricciones que han de cumplirse.

Calidad: Al definir el producto se especifican los límites de la calidad que han de respetarse.

Fiabilidad: La fiabilidad es el grado de confianza que puede tenerse en que no se interrumpa el proceso de producción de bienes y no se deje de atender a la demanda.

Capacidad de adaptación: Del mismo modo interviene la capacidad de adaptación a un cambio en el diseño del producto o a una variación del volumen de producción.

En términos generales, puede decirse que **el objetivo de la dirección de la producción** es minimizar los costes de producción, maximizar la productividad de los factores, o ambos, cumpliendo los niveles requeridos de calidad, fiabilidad y capacidad de adaptación.

5.2 Descripción del proceso de producción

Derretido: En una atemperadora se derrite totalmente el chocolate, a una temperatura de 50 °C. No debe ingresar agua ni vapor al chocolate, pues la emulsión se separaría. La consistencia de la cobertura no debe ser ni muy espesa ni muy fluida, para facilitar el moldeado. Se puede agregar almendras, avellanas, canelas, crispies

Moldeado: Con una maquina moldeadora se vierte en los moldes el chocolate derretido y frío y en la zona de vibración con velocidad variable se retira el exceso. Así lograrás una capa fina de cobertura.

Así lograrás una capa fina de cobertura.

Enfriado: Se guarda los moldes inmediatamente en la congeladora (10 °C) para que la cobertura se endurezca. El enfriado tarda entre 10 a 15 minutos.

Desmoldado y reposo: Desmolda los bombones sobre una platina, en un lugar fresco para que permanezcan duros. Luego



déjalos reposar en un lugar fresco, porque el chocolate suda.

Decorado: Después de desmoldar los chocolates, cada uno se decora de acuerdo a la petición del cliente.

Empacado: Una vez listo puedes empacar los chocolates de distintas maneras.



El personal necesario para poder realizar el proceso de producción es:

CARGO	FUNCIONES PUESTO	REQUISITOS DE EL PUESTO
OPERARIO (1) DE MAQUINA MOLDEADORA	-Encargado directo de las distintas fases de producción -Aseo y limpieza de su área de trabajo después de la jornada de labores -Reporte de problemas con la maquinaria	-Haber cursado plan básico como mínimo -Edad entre 19-25 años -Experiencia no indispensable -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Orientados a trabajar en equipo -Proactivos -Capacidad para trabajar bajo presión -Disponibilidad de horario
OPERARIO (2) DE MAQUINARIA MOLDEADORA	-Encargado directo de las distintas fases de producción -Aseo y limpieza de su área de trabajo después de la jornada de labores -Reporte de problemas con la maquinaria	Haber cursado plan básico como mínimo -Edad entre 19-25 años -Experiencia no indispensable -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Orientados a trabajar en equipo -Proactivos

		<ul style="list-style-type: none"> -Capacidad para trabajar bajo presión -Disponibilidad de horario
REPOSTERO (1)	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar de manera cualificada y autónoma, la preparación y presentación de los chocolates. - Realizar elaboraciones de decoración en los chocolates. Realizar pedidos y controlará la conservación de materias primas de uso en su trabajo. -Realizará el cálculo de costes, relacionados con sus cometidos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Titulo culinario -experiencia -conocimiento y creatividad en decoraciones - capacidad de trabajo en equipo. -disponibilidad de horario.
AYUDANTE REPOSTERO	<ul style="list-style-type: none"> -Apoyo de manera cualificada y autónoma, la preparación y presentación de los chocolates. - Apoyo en las elaboraciones de decoración en los chocolates. - Apoyo pedidos y controlará la conservación de materias primas de uso en su trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> -curso culinario -experiencia -conocimiento y creatividad en decoraciones - capacidad de trabajo en equipo. -disponibilidad de horario.
EMPACADOR (1)	<ul style="list-style-type: none"> -Controlar y resguardar el <u>producto</u> que vaya saliendo. - prever que los <u>procesos</u> de surtido y <u>empaque</u> se efectúen con <u>calidad</u>, eficiencia, rentabilidad , a fin de que lleguen oportuna y confiablemente a los clientes y puntos de <u>venta</u> propia. -manejo en la decoración de los empaques de chocolates. 	<ul style="list-style-type: none"> -Título de técnico o curso de empaque y decoración. -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Experiencia -Conocimiento y creatividad en decoración. -capacidad de trabajo en equipo. -disponibilidad de horario.
EMPACADOR (2)	<ul style="list-style-type: none"> -Controlar y resguardar el <u>producto</u> que vaya saliendo. - prever que los <u>procesos</u> de surtido y <u>empaque</u> se efectúen con <u>calidad</u>, eficiencia, rentabilidad , a fin de que lleguen oportuna y confiablemente a los clientes y puntos de <u>venta</u> propia. -manejo en la decoración de los empaques de chocolates 	<ul style="list-style-type: none"> -Título de técnico o curso de empaque y decoración. -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Experiencia -Conocimiento y creatividad en decoración. -capacidad de trabajo en equipo. -disponibilidad de horario.

MENSAJERO	<ul style="list-style-type: none"> -Encargado de realizar la entrega de los pedidos a clientes y cualquier Otra encomienda de la empresa. -Realizar entrega de mensajería, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> -Haber cursado plan básico -Sexo masculino -Edad entre 19 -25 -Licencia de conducir vigente -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Experiencia no indispensable -Conocimiento del perímetro de la ciudad -disponibilidad de horario.
------------------	---	--

5.3 Capacidad de producción

Producción por unidad de tiempo/mensual = 100 krg /horas* 120 hrs/mes = 1200 krg/mes.

Producción por unidad de tiempo anual: 144.000 krg/anual.

Este proceso de producción esta implementado para todo el año menos los meses de mayor demanda que son los que tiene días especiales como día de la mujer, día del amor y la amistad, día del padre, día de la madre entre otros).en los cuales se aumentara las horas y la capacidad de producción con el fin de cubrir la demanda generada.

5.4 Plan de Producción

Derretido: En una atemperadora se derrite totalmente el chocolate, a una temperatura de 50 °C. No debe ingresar agua ni vapor al chocolate, pues la emulsión se separaría. La consistencia de la cobertura no debe ser ni muy espesa ni muy fluida, para facilitar el moldeado. Se puede agregar almendras, avellanas, canelas, crispies

Moldeado: Con una maquina moldeadora se vierte en los moldes el chocolate derretido y frío y en la zona de vibración con velocidad variable se retira el exceso. Así lograrás una capa fina de cobertura.



Enfriado: Se guarda los moldes inmediatamente en la congeladora (10 °C) para que la cobertura se endurezca. El enfriado tarda entre 10 a 15 minutos.

Desmoldado y reposo: Desmolda los bombones sobre una platina, en un lugar fresco para que permanezcan duros. Luego déjalos reposar en un lugar fresco, porque el chocolate suda.

Decorado: Después de desmoldar los chocolates, cada uno se decora de acuerdo a la petición del cliente.

Empacado: Una vez listo puedes empacar los chocolates de distintas maneras.



Producción por unidad de tiempo/mensual = 100 krg /horas* 120 hrs/mes = 1200 krg/mes.

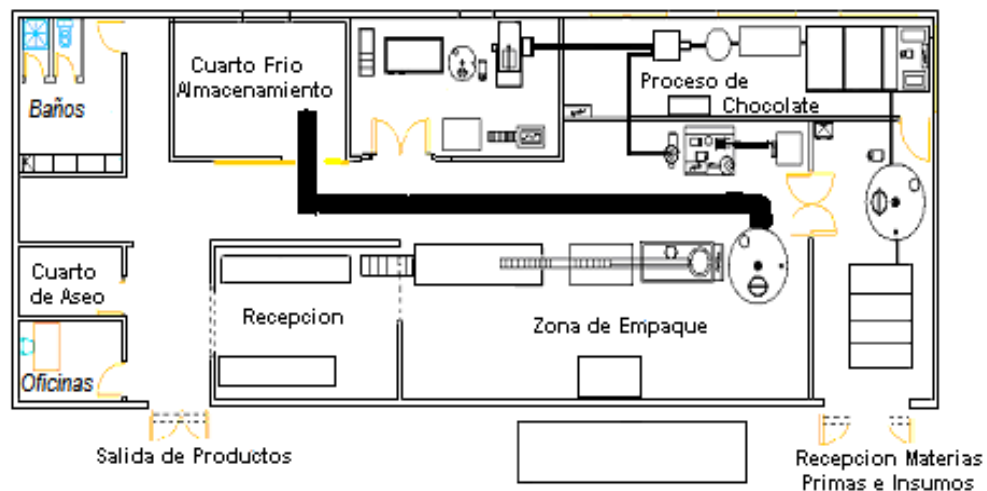
Producción por unidad de tiempo anual: 144.000 krg/anual.

Este proceso de producción esta implementado para todo el año menos los meses de mayor demanda que son los que tiene días especiales como día de la mujer, día del amor y la amistad, día del padre, día de la madre entre otros).en los cuales se aumentara las horas y la capacidad de producción con el fin de cubrir la demanda generada.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

El terreno necesario para la planta es de 900 metros cuadrados Bodega en zona industrial y comercial, con buena área de parqueadero para 5 vehículos, un local aledaño a la bodega, una oficina de 100 metros cuadrados, puerta camión, piso en concreto reforzado, altura de 6 metros, 4 baños y energía trifásica de 45 KVA. Con cercanía la Av. las Vegas y a la Av. el Poblado. Canon de Arrendamiento \$5.000.000



5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

MAQUINARIA	CARACTERISTICAS	PRECIO	PROVEEDOR
Moldeadora de Chocolates	MARCA GR MODELO M-1100 S, para chocolates con relleno.	\$ 1.600.000	tratodirectoslp@gmail.com Tel. (444) 127-9269 Cel. 044 444 215-2913
Atemperadora Selmione	Medidas muy compactas (solo 36 cms de ancho), mejorando las virtudes de rapidez en la fundición y atemperado del chocolate (10Kg. en 7 minutos), con un consumo eléctrico muy bajo.	\$ 550.000	Ulticentre

Refrigerador Vertical	Producto No. WH-4R \ 5R Las especificaciones del producto: 1200 \ 1500 * 730 * 1500 Notas del producto: Puede ser frontal \ espalda o estilos de abrir dos	\$ 900.000	Super Nordico PBX 370 4011 servicioalcliente@super nordico.com
Congelador de Chocolates	Modelo: KC-GDY4-05, KC-GDY4-06 Dimensión: 1500*800*1600m m-1800*800*1600m m Peso neto: 240kg-270kg	\$ 1.250.000	Super Nordico PBX 370 4011 servicioalcliente@super nordico.com
Refrigerador de la Exhibición de Chocolates	Tamaño: QC240: 2400x850x1280mm Temperatura: +15 grados C Humedad: el 50% Voltaje: 220V/50Hz	\$ 1.100.000	Super Nordico PBX 370 4011 servicioalcliente@super nordico.com
Mesas para empacado		\$ 700.000	
Sillas		\$ 600.000	

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

INSUMOS	PROVEEDOR	PRECIOS	CANTIDAD	TOTAL
Cobertura Negra x 500gr	Compañía Nacional de Chocolates	\$4.000	550	\$2.200.000
Cobertura blanca x 500 gr	Compañía Nacional de Chocolates	\$ 4.000	520	\$ 2.080.000
Choco cubierta x 365 gr	Compañía Nacional de Chocolates	\$ 3.500	375	\$ 1.312.500
Arequipe x 100 gr	Alpina	\$ 5.500	95	\$ 522.500

Nueces trituradas	Almacenes el Mar	\$ 8.000	100	\$ 800.000
Almendras	Bella Frut	\$ 9.500	117	\$ 1.111.500
Millows Capuchino x 30	Colombina	\$1.500	64	\$ 96.000
Millows surtido	colombina	\$ 2.800	96	\$ 268.800
Fresas x 1kl	Central Mayorista de Antioquia	\$ 3.600	230	\$ 828.000
Manzanas x1kl	Central Mayorista de Antioquia	\$2.500	155	\$ 387.500
Melocotón x 5 kl	Central Mayorista de Antioquia	\$ 7.000	70	\$ 490.000
Uchuvas x 1kl	Central Mayorista de Antioquia	\$ 2.500	50	\$ 125.000
Acetato x pliego	Marion	\$ 1.000	1230	\$ 1.230.000
Cinta de todos los colores x mt.	Marion	\$ 200	1318	\$ 263.600
colorante	Almacenes el Mar	\$700	509	\$ 356.3000
Envoltura metalizada de colores	Marion	\$ 7.000	83	\$ 581.000
Caja de cartón	Marion	\$ 1.000	150	\$ 150.000
Crema de leche x 500 gr.	Alpina	\$ 3.000	130	\$ 390.000
Naranja x 1kl	Central Mayorista de Antioquia	\$1.500	1	\$ 1.500
Mantequilla x 1kl	Alpina	\$5.000	150	\$ 750.000
Esencia de vainilla	Almacenes el Mar	\$ 2.000	10	\$ 20.000

Amareto	Almacenes el Mar	\$ 30.000	2	\$ 60.000
Chips de chocolate	Compañía Nacional de Chocolates	\$ 2.000	60	\$ 120.000
Bolsa	Marion	\$ 1.300	155	\$ 201.500
Canastitas de papel x 100 und.	Almacenes el Mar	\$2.000	8	\$ 16.000
Piña x 1 Und.	Central Mayorista de Antioquia	\$ 2.000	13	\$ 26.000
Banano x 500 gr.	Central Mayorista de Antioquia	\$ 1.500	13	\$ 19.500
Palo de chuzo x 100 Und.	Central Mayorista de Antioquia	\$ 2.000	3	\$ 6.000
Maní triturado x 250 gr.	Almacenes el Mar	\$ 2.500	3	\$ 7.500
Coco rayado x 250 gr.	Almacenes el Mar	\$ 2.500	366	\$ 915.000

5.5.4 Requerimientos de servicios.

SERVICIOS	PROVEEDOR	PRECIOS
ARRIENDO	Arrendamientos Santa Cruz- José Alberto Molina	\$ 7.000.000
SERVICIOS (GAS, AGUA, LUZ,	Empresas Públicas de Medellín	\$ 1.700.000

COMUNICACIONES)		
VIGILANCIA	Alarmer- Seguridad Privada	\$ 1.600.000

5.5.5 Requerimientos de personal.

CARGO	DEPARTAMENTO	FUNCIONES PUESTO	REQUISITOS DE EL PUESTO
OPERARIO (1) DE MAQUINA MOLDEADORA	PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> -Encargado directo de las distintas fases de producción -Aseo y limpieza de su área de trabajo después de la jornada de labores -Reporte de problemas con la maquinaria 	<ul style="list-style-type: none"> -Haber cursado plan básico como mínimo -Edad entre 19-25 años -Experiencia no indispensable -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Orientados a trabajar en equipo -Proactivos -Capacidad para trabajar bajo presión -Disponibilidad de horario
OPERARIO (2) DE MAQUINARIA	PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> -Encargado directo de las distintas fases de producción -Aseo y limpieza de su área de trabajo después de la jornada de labores -Reporte de problemas con la maquinaria 	<ul style="list-style-type: none"> Haber cursado plan básico como mínimo -Edad entre 19-25 años -Experiencia no indispensable -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Orientados a trabajar en equipo -Proactivos -Capacidad para trabajar bajo presión -Disponibilidad de horario.

<p>REPOSTERO (1)</p>	<p>PRODUCCIÓN</p>	<p>-Realizar de manera cualificada y autónoma, la preparación y presentación de los chocolates. - Realizar elaboraciones de decoración en los chocolates. Realizar pedidos y controlará la conservación de materias primas de uso en su trabajo. -Realizará el cálculo de costes, relacionados con sus cometidos.</p>	<p>-Titulo culinario -experiencia -conocimiento y creatividad en decoraciones - capacidad de trabajo en equipo. -disponibilidad de horario.</p>
<p>AYUDANTE REPOSTERO</p>	<p>PRODUCCIÓN</p>	<p>-Apoyo de manera cualificada y autónoma, la preparación y presentación de los chocolates. - Apoyo en las elaboraciones de decoración en los chocolates. - Apoyo pedidos y controlará la conservación de materias primas de uso en su trabajo.</p>	<p>-curso culinario -experiencia -conocimiento y creatividad en decoraciones - capacidad de trabajo en equipo. -disponibilidad de horario.</p>
<p>EMPACADOR (1)</p>	<p>LOGISTICA</p>	<p>-Controlar y resguardar el <u>producto</u> que vaya saliendo. - prever que los <u>procesos</u> de surtido y <u>empaque</u> se efectúen con <u>calidad</u>, eficiencia, rentabilidad , a fin de que lleguen oportuna y confiablemente a los clientes y puntos de <u>venta</u> propia. -manejo en la decoración de los empaques de chocolates.</p>	<p>-Título de técnico o curso de empaque y decoración. -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Experiencia -Conocimiento y creatividad en decoración. -capacidad de trabajo en equipo. -disponibilidad de horario.</p>
<p>EMPACADOR (2)</p>	<p>LOGISTICA</p>	<p>-Controlar y resguardar el <u>producto</u> que vaya saliendo. - prever que los <u>procesos</u> de surtido y <u>empaque</u> se efectúen con <u>calidad</u>, eficiencia, rentabilidad , a fin de que lleguen oportuna y confiablemente a los clientes</p>	<p>-Título de técnico o curso de empaque y decoración. -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Experiencia -Conocimiento y creatividad en decoración. -capacidad de trabajo en</p>

		y puntos de <u>venta</u> propia. -manejo en la decoración de los empaques de chocolates	equipo. -disponibilidad de horario.
MENSAJERO	LOGISTICA	-Encargado de realizar la entrega de los pedidos a clientes y cualquier Otra encomienda de la empresa. -Realizar entrega de mensajería, entre otros.	-Haber cursado plan básico -Sexo masculino -Edad entre 19 -25 -Licencia de conducir vigente -Dos referencias personales -Constancia de antecedentes penales -Experiencia no indispensable -Conocimiento del perímetro de la ciudad -disponibilidad de horario.

5.6 Programa de producción

ACTIVIDAD	ENCARGADO	GASTO
Arrendamiento del Local	Arrendamientos Santa Cruz	\$ 7.000.000
Mantenimiento (Pintura, Aseo, Adecuaciones, Instalaciones etc.)	Maridos en Alquiler	\$ 1.000.000
Gas, Agua, Luz, Teléfono,	EPM	

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

-Planeación

Estrategias

La estrategia de LOS CHOCOLATES PERSONALIZADOS DE CHOKOTRAVEL consiste en:

- Desarrollar nuestro producto de manera siempre innovadora para maximizar su valor.
- Fortalecer los recursos financieros y humanos para incrementar el valor del producto y aprovechar las oportunidades de mercado, crear nuevas oportunidades, y satisfacer la demanda de los consumidores.

-Organización.

Descripción de Cargos

NOMBRE DEL CARGO: GERENTE GENERAL

NOMBRE DEL EMPLEADO: Diana Carolina Chacón Foronda

Actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por los socios accionistas de la junta directiva. Es responsable por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás gerentes funcionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización. Además, actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir de manejo de cada área funcional. Además es el encargado de la contratación del personal, de la parte jurídica de la empresa y de los procesos de producción.

NOMBRE DEL CARGO: GERENTE FINANCIERA

NOMBRE DEL EMPLEADO: Catalina Gómez Mejía.

Maximizar el capital de los accionistas. En la asignación y obtención de fondos debe implementar herramientas de análisis, planeación y control. Planear con el fin de obtener y asignar los fondos de manera eficiente, proyectar fondos de flujo de caja y determinar el efecto más probable de esos flujos sobre la situación financiera de la empresa. Establecer además normas con el fin de controlar el flujo de caja, estas normas se fijan a todo el personal con el fin de evitar gastos innecesarios. Se encarga del área contable, pagos a proveedores, pago de salarios, obtención de créditos.

NOMBRE DEL CARGO: DIRECTOR COMERCIAL

NOMBRE DEL EMPLEADO: Jessika Silva Ramírez

Es responsable del cumplimiento de los objetivos de ventas de la empresa. El director comercial estará encargado de la compra de insumos, materias primas, dotación y demás; de las ventas, definición de políticas de precios, elaboración de presupuesto de ventas; y el marketing, política del producto, de precios, distribución y control de gastos.

-Dirección

Principales instrumentos en la comunicación vertical

El Gerente Administrativo se encargará de dar instrucciones a los jefes de cada departamento, a través de juntas que se realizarán cada semana para darle seguimientos a los avances y trabajos que soliciten. Por medio de la cual se podrá ver quejas y reportes.

Principales instrumentos en la comunicación horizontal

Los jefes de cada departamento tendrán comunicación constante a través del correo electrónico y vía telefónica, para no perder ningún detalle de la operación, ya que todos se relacionan entre sí para cumplir los objetivos. Diario se darán instrucciones para la venta, pequeñas juntas en la mañana, también por memorándum.

Principales instrumentos en la comunicación diagonal

No recurriremos a este tipo de comunicación ya que la empresa es pequeña, solo manejaremos la comunicación por medio de la horizontal y la vertical.

Motivación

Dar prestaciones a los empleados, para que estén bien en el trabajo y puedan cumplir junto con la empresa con los objetivos planteados. Para brindarle tanto a su familia como a la empresa estabilidad económica.

Supervisión

A través de los mandos medios se llevara a cabo la supervisión, ir a la zona de veta para detectar problemáticas en el producto y poder medir, la calidad.

Autoridad Formal

Va a ser una autoridad formal ya que daremos instrucciones de mando de un superior, para ser ejercida por los demás, para cumplir con los objetivos planteados. Tendrá el mando cada jefe para un mejor desempeño de los subordinados.

Toma de decisiones

Cada jefe de departamento tendrá la facultad para tomar decisiones sobre sus subordinados en cualquier problema que se llegara a presentar. De acuerdo al análisis y evaluación ejercida antes, haber planteado alternativas y aplicar la decisión correcta para el beneficio y estabilidad de la empresa

- Control

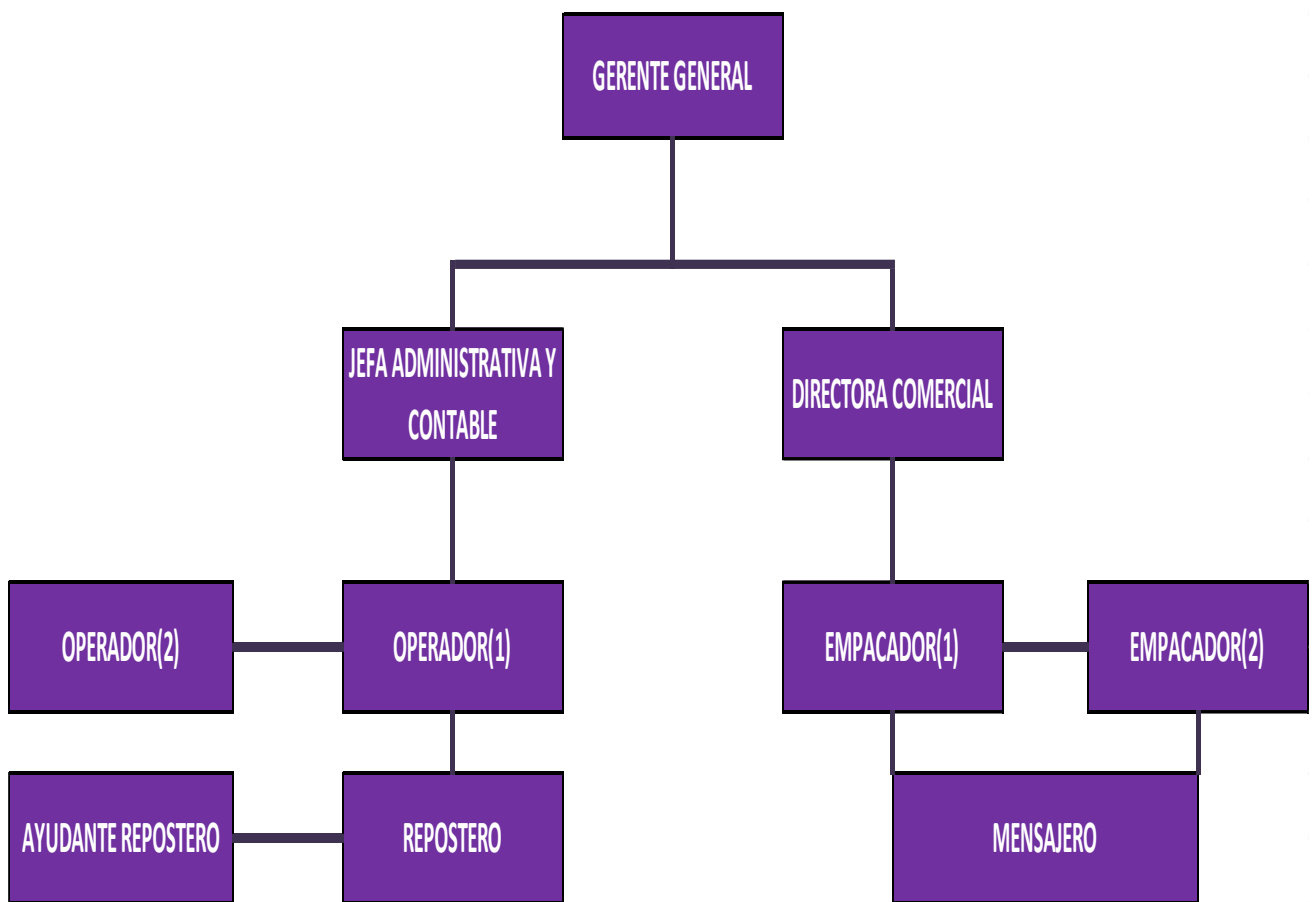
Herramientas o técnicas a utilizar para la medición de resultados.

- Contabilidad en la empresa para tener registros financieros, y no tener desviaciones de ningún tipo y que pueda ayudar en la toma de decisiones.
- Auditoría contable, para la evaluación con base a la revisión y examen detallado.
- Control de compras de materiales, para cuidar el capital y no desperdiciar nada.
- Control de mercadotecnia, evaluación de estrategias y planes de mercadotecnia para que sea una buena estrategia, pero también no se salga de presupuestos estimados.
- Control de ventas, en esta técnica fijaremos cuotas de venta diarias, para que posteriormente evaluemos mes con mes y poder cumplir con nuestros objetivos, con nuestras ventas pronosticadas.
- Control de calidad, es la más importante ya que aquí, evaluaremos nuestro producto para detectar cualquier falla o defecto originado, y garantizar nuestro producto a cualquier persona.

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama

Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

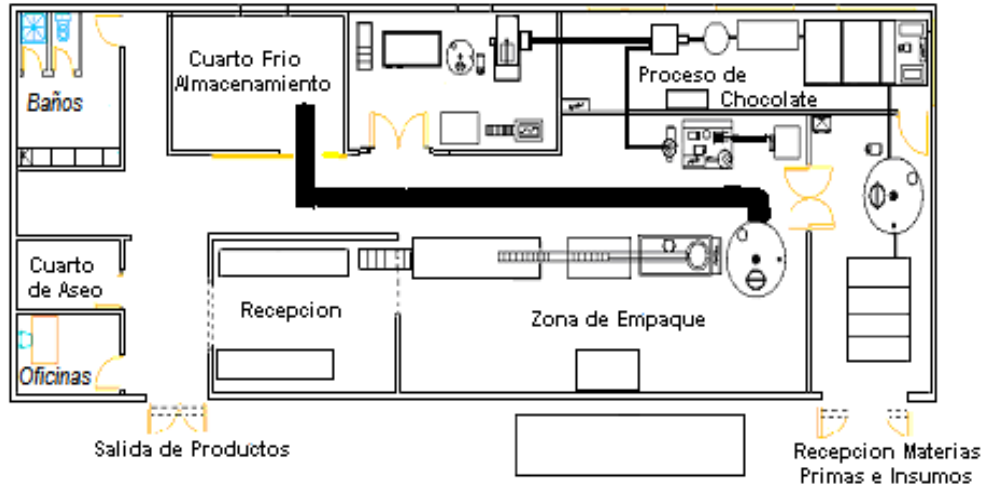
CARGO	DEPARTAMENTO	FUNCIONES PUESTO
GERENTE GENERAL	ADMINISTRATIVO	<ul style="list-style-type: none"> -Será el responsable ante los entes contralores del estado, la banca y los proveedores. -Revisar los estados financieros. -Autorizar las compras requeridas de la empresa. -Supervisar todas las actividades operativas y administrativas. -Orientar a la empresa hacia el logro de sus objetivos, así como el cumplimiento de sus metas a corto y largo plazo, logrando con ello el éxito de la empresa.
JEFE ADMINISTRATIVA Y CONTABLE	FINANCIERA	Planear, supervisar, coordinar, controlar y optimizar el desarrollo de todas las actividades relacionadas con la administración de recursos humanos, logrando el cumplimiento de todas las ventas.
DIRECTORA COMERCIAL	ADMINISTRATIVO	Planear, supervisar, coordinar, negociar, controlar y optimizar el desarrollo de todos las actividades relacionadas con el producto, el precio, la exhibición, la promoción y la atención a clientes, con el fin de garantizar el cumplimiento de los presupuestos de ventas, los indicadores de servicio al cliente y la rentabilidad del negocio.
OPERARIO (1) DE MAQUINA MOLDEADORA	PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> -Encargado directo de las distintas fases de producción -Aseo y limpieza de su área de trabajo después de la jornada de labores -Reporte de problemas con la maquinaria
OPERARIO (2) DE MAQUINARIA MOLDEADORA	PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> -Encargado directo de las distintas fases de producción -Aseo y limpieza de su área de trabajo después de la jornada de labores -Reporte de problemas con la maquinaria

<p>REPOSTERO</p>	<p>PRODUCCIÓN</p>	<p>-Realizar de manera cualificada y autónoma, la preparación y presentación de los chocolates. - Realizar elaboraciones de decoración en los chocolates. Realizar pedidos y controlará la conservación de materias primas de uso en su trabajo. -Realizará el cálculo de costes, relacionados con sus cometidos.</p>
<p>AYUDANTE REPOSTERO</p>	<p>PRODUCCIÓN</p>	<p>-Apoyo de manera cualificada y autónoma, la preparación y presentación de los chocolates. - Apoyo en las elaboraciones de decoración en los chocolates. - Apoyo pedidos y controlará la conservación de materias primas de uso en su trabajo.</p>
<p>EMPACADOR (1)</p>	<p>LOGISTICA</p>	<p>-Controlar y resguardar el <u>producto</u> que vaya saliendo. - prever que los <u>procesos</u> de surtido y <u>empaque</u> se efectúen con <u>calidad</u>, eficiencia, rentabilidad , a fin de que lleguen oportuna y confiablemente a los clientes y puntos de <u>venta</u> propia. -manejo en la decoración de los empaques de chocolates.</p>
<p>EMPACADOR (2)</p>	<p>LOGISTICA</p>	<p>-Controlar y resguardar el <u>producto</u> que vaya saliendo. - prever que los <u>procesos</u> de surtido y <u>empaque</u> se efectúen con <u>calidad</u>, eficiencia, rentabilidad , a fin de que lleguen oportuna y confiablemente a los clientes y puntos de <u>venta</u> propia. -manejo en la decoración de los empaques de chocolates</p>
<p>MENSAJERO</p>	<p>LOGISTICA</p>	<p>-Encargado de realizar la entrega de los pedidos a clientes y cualquier Otra encomienda de la empresa. -Realizar entrega de mensajería, entre otros.</p>

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

El terreno necesario para la planta es de 900 metros cuadrados Bodega en zona industrial y comercial, con buena área de parqueadero para 5 vehículos, un local aledaño a la bodega, una oficina de 100 metros cuadrados, puerta camión, piso en concreto reforzado, altura de 6 metros, 4 baños y energía trifásica de 45 KVA. Con cercanía la Av. las Vegas y a la Av. el Poblado. Canon de Arrendamiento \$5.000.000



6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO
Equipos de Cómputo con Software incluidos	5 Unidades	\$ 8.750.000
Impresora Marca Canon	2 Unidades	\$ 600.000
Muebles		\$ 2.300.000
Equipos de copia y fax	1 Unidad	\$ 85.000
Teléfonos:	6 Unidades	\$ 478.800
Escritorios Oficina:	4 Unidades	\$1.460.000

Sillas Oficinas	5 Unidades	\$ 690.000
------------------------	------------	------------

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO
Impresora Marca Canon	2 Unidades	\$ 600.000
Trituradoras de Papel	1 Unidad	\$ 80.000
Equipos de copia y fax	1 Unidad	\$ 85.000
Teléfonos:	6 Unidades	\$ 478.800
Escritorios Oficina:	4 Unidades	\$1.460.000
Sillas Oficinas	5 Unidades	\$ 690.000
Materiales (engrapadoras, zetas, carpetas, folders entre otros)		\$ 234.000
Otros materiales (papel, tintas, lapiceros)		\$ 95.000 mensual
Papeleras	5 Unidades	\$ 175.000

6.3.4 Requerimientos de servicios.

Los Servicios se encuentran divididos en partes iguales, tanto para el área administración como para el área de producción.

SERVICIOS	PROVEEDOR	PRECIOS
ARRIENDO	Arrendamientos Santa Cruz- José Alberto Molina	\$ 7.000.000
SERVICIOS (GAS, AGUA, LUZ, COMUNICACIONES)	Empresas Públicas de Medellín	\$ 1.700.000
VIGILANCIA	Alarmer- Seguridad Privada	\$ 1.600.000

6.3.5 Requerimientos de personal

CARGO	DEPARTAMENTO	REQUISITOS DE EL PUESTO	SALARIO
GERENTE GENERAL	ADMINISTRATIVO	<ul style="list-style-type: none"> -Título universitario (área de administración de empresas o finanzas). -Manejo de paquetes computacionales. -Conocimiento de las leyes del país. -Liderazgo. -Experiencia -Capacidad para la toma de decisiones y trabajar bajo presión, liderazgo, manejo de personal, con habilidades para negociar, organizar, planear, disponibilidad de tiempo 	\$1500.000

GERENTE ADMINISTRATIVA Y CONTABLE	FINANCIERA	-Título universitario (área de administración). -manejo presupuestal - Manejo de paquetes computacionales. -administración de personal -experiencia	\$1.000.000
DIRECTORA COMERCIAL	ADMINISTRATIVO	-Título universitario(enfocado en negocios) -manejo presupuestal - Manejo de paquetes computacionales. -análisis de trabajo. -capacidad de trabajo en equipo. -experiencia	\$1.000.000

6.4 Programa de administración

ACTIVIDAD	ENCARGADO	GASTO
Arrendamiento del Local	Arrendamientos Santa Cruz	\$ 7.000.000
Mantenimiento (Pintura, Aseo, Adecuaciones, Instalaciones etc.)	Maridos en Alquiler	\$ 1.000.000
Gas, Agua, Luz, Teléfono,	EPM	\$3.000.000
Equipos, Muebles, Enseres		\$15.547.800

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

CHOKOTRAVEL será una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S. Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad. Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

Consideramos que es el tipo de organización que más se acomoda a nuestra empresa porque la estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía, además no está obligada a tener junta directiva, sin embargo, nosotras consideramos que es importante tener periódicamente junta de accionistas para determinar si los objetivos propuestos han sido cumplidos, que acciones tomar y fijar nuevas metas.

Además consideramos otras características como:

- El o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.
- La naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
- Se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio
- No será obligatoria la Revisoría Fiscal. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, la persona que lo ocupe deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

MINUTA DE CONSTITUCION: La minuta es el borrador de Escritura Pública de Constitución, en la cual se especifica el tipo de sociedad que se formará, los Socios con sus respectivas cédulas, nacionalidad, domicilio y aporte. A demás, la razón social de la empresa, su objeto social, domicilio, nombre del representante legal, conformación de Junta de Socios, el capital social, funciones de la Junta de socios, la reserva legal y el tiempo de duración de la sociedad y causales para su disolución.

Valor. La minuta es realizada por un Contador Público y no tiene ningún valor.

CERTIFICADO DE HOMONIMIA: Es aquel que certifica que el nombre de la empresa existe o no con anterioridad.

Trámite. Para la verificación de la homonimia se reclama el formulario correspondiente en la sesión del primer piso de la Cámara de Comercio para ser diligenciada y devuelta a la cámara en el cual la empresa escribe los posibles nombres para que se confronten la existencia de algunos de éstas..

Valor. El formato o formulario es gratuito y una vez diligenciado se paga en la Caja de la Cámara la suma de \$ 2.500 por cada nombre que se pida para su búsqueda.

ESCRITURA PÚBLICA: La Escritura Pública es el documento escrito que contiene declaraciones en actos Jurídicos, emitidos ante el notario con los requisitos de ley y que se incorpora al protocolo,

Requisitos.

- Presentar la minuta de constitución
- Certificado de homonimia.
- Datos necesarios sobre socios: cuotas de capital, duración de la sociedad, misión y todos los nombramientos necesarios.

Valor: Por la elaboración de la escritura pública se paga \$2000 por cada hoja. Una vez elaborada se paga de acuerdo al monto del capital.

Valor de la Escritura Pública: Luego de elaborar y presentar la minuta, se dirige al notario para determinar los gastos notariales, establecidos por la Superintendencia de Notariado y Registro Público. Se paga dependiendo el monto de capital de la siguiente manera: 2.7 por mil (2.7/1000) + \$ 5.730 (constante).

Cada hoja que tiene la escritura pública tiene un costo de \$ 2000 cada una al valor al cual se le aplica el IVA y se le agregan \$ 3.000 correspondientes así: \$ 1.500 al fondo de notariado y \$ 1.500 a la Superintendencia de Notariado y Registro Público.

Después de elaborada la escritura pública y firmada por los socios y el notario, se autorizan las copias y se regresa a la Cámara de Comercio para inscribir la sociedad donde se lleva la escritura.

INSCRIPCIÓN ANTE LA CÁMARA DE COMERCIO Toda persona jurídica para poder constituirse legalmente, requiere un registro o inscripción, el cual se lleva a cabo en la Cámara de Comercio.

Valor. Los formularios se adquieren en la cámara de Comercio por un valor de \$3.000 para personas jurídicas.

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL: Cuando se va a solicitar por primera vez, la empresa debe estar inscrita en la Cámara de Comercio y así su entrega será inmediata con un cargo actual de \$ 1.600.

REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO (RUT)

Valor. El formulario se obtiene de forma gratuita.

Registro Mercantil

La matrícula mercantil es una obligación para todos los comerciantes, con ello se pretende dar a conocer a los terceros, ciertas condiciones personales del comerciante y circunstancias en que desarrolla sus negocios.

En el formulario de matrícula de comerciante se debe incluir, entre otros, los siguientes datos: Nombre del comerciante, nacionalidad, domicilio, dirección, lugar o lugares donde desarrolla sus negocios, la clase de éstos, los bienes que poseen, sus establecimientos comerciales, referencias bancarias y comerciales y datos sobre capital y activos.

La ley ha previsto sanciones para las personas que ejerzan el comercio profesionalmente sin cumplir con dichos requisitos. La misma sanción se aplicará a quienes omitan la matrícula de sus establecimientos comerciales.

Matrícula Mercantil. Es un Registro Público de las personas que desean obtener la presunción de ser comerciantes y disfrutar los beneficios y ventajas que a los mismos asigna la ley.

Con la matrícula no se adquiere la calidad de Comerciante, pero quien se encuentra matriculado hace pública dicha condición.

Diligenciado el formulario que expide la Cámara de Comercio, en el cual se suministra por escrito información personal, profesional y económica sobre el establecimiento de comercio. Al matricularse se deben pagar los derechos autorizados por la ley

Valor registro mercantil: 39000\$ por tener un rango de activos entre 1.000.000 y 2.200.000.

Impuestos:

Impuesto de timbre: Este impuesto recae sobre las personas naturales o jurídicas, sus asimiladas y las entidades públicas no exceptuadas por la Ley

que intervengan como giradores, otorgantes, aceptantes, emisores o suscriptores de documentos.

La tarifa es del 1,5% sobre el valor total del contrato, con tarifas especiales y exenciones en determinados casos. Están excluidos de este impuesto, entre otros, los documentos privados mediante los cuales se acuerde la exportación de bienes de producción nacional y de servicios.

Impuesto de Industria y Comercio: El Impuesto de Industria y Comercio es un gravamen que recae sobre las actividades comerciales, industriales y de servicios que deben cancelar todos los contribuyentes que ejerzan estas acciones ya sea de manera permanente u ocasional en establecimientos de comercio o si ellos. Para efectos de administración y control los establecimientos y/o contribuyentes del impuesto de industria y comercio se clasifican dentro de dos grandes categorías o regímenes (Común y simplificado). CHOKOTRAVEL es Régimen simplificado porque cumple con estas características:

- El Patrimonio bruto inferior a ochenta millones de pesos (\$80.000.000) (valores años base 2003 y 2004) e ingresos brutos totales provenientes de la actividad inferiores a sesenta millones de pesos (\$60.000.000) (valores años base 2003 y 2004).
- Máximo un establecimiento de comercio, oficina, sede, local o negocio donde ejercen su actividad.

TARIFAS

Para la actividad industrial: Producción de Alimentos excepto bebidas: 5x1000. Este se debe declarar y pagar cada 2 Meses.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Ventas

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
Ventas			Participación del total Ventas
PRODUCTOS	CAJA DE UCHUVAS CON CHOCOLATE X 8 UND.	\$ 1.083.333,3	2,73%
	CAJA TROZOS DE MANZANA CON CHOCOLATE X 12UND.	\$ 2.350.000,0	5,92%
	CAJA DE FRESAS CON CHOCOLATE X 12 UND.	\$ 4.000.000,0	10,07%
	MANZANA CON CHOCOLATE	\$ 1.250.000,0	3,15%
	TABLETA CORPORATIVA CAJA X 50 UND.	\$ 3.926.666,7	9,89%
	BOMBONES CORPORATIVOS ESTAMPADOS X 50 UND	\$ 2.160.000,0	5,44%
	TEXTOS, CAJA DE 22 X 13	\$ 3.080.000,0	7,76%
	TEXTO, CAJA DE 44 X 26	\$ 2.880.000,0	7,25%
	CAJA DE ROSAS EN CHOCOLATE X 7 UND	\$ 1.250.000,0	3,15%
	MELOCOTON CON CHOCOLATES X 12 UND	\$ 2.380.000,0	5,99%
	FRUTAS MIXTAS CON CHOCOLATES 12 UND	\$ 2.786.666,7	7,02%
	CAJA DE FRESAS CON CHOCOLATE X 24 UND.	\$ 2.700.000,0	6,80%
	TRUFAS X 12 UND	\$ 3.066.666,7	7,72%
	TRUFAS X 24	\$ 3.200.000,0	8,06%
	MALVAVISCOS CON CHOCOLATE X 12 UND	\$ 3.600.000,0	9,06%
	VENTAS TOTALES (VT)	\$ 39.713.333,6	100,00%

8.2 Estructura Financiera

INVERSIONES (EXIGIBLES Y DISPONIBLES)
--

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimientos Financieros
Activos Fijos	\$ 21.063.800,0	\$ 11.150.000,0	\$ 9.913.800,0
Gastos Pre operativos	\$ 1.743.100,0	\$ 0,0	\$ 1.743.100,0
Capital de Trabajo	\$ 23.460.546,2	\$ 4.161.438,0	\$ 19.299.108,2

TOTAL REQUERIMIENTOS FINANCIEROS	\$ 30.956.008,2
---	------------------------

8.3 Estructura de Costos

	Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto	
PRODUCTOS	CAJA DE UCHUVAS CON CHOCOLATE X 8 UND.	\$ 3.070,0	108	\$ 332.583,3	2,73%	\$ 8.473,53	
	CAJA TROZOS DE MANZANA CON CHOCOLATE X 12UND.	\$ 5.410,0	157	\$ 847.566,7	5,92%	\$ 13.515,30	
	CAJA DE FRESAS CON CHOCOLATE X 12 UND.	\$ 7.925,0	200	\$ 1.585.000,0	10,07%	\$ 18.732,07	
	MANZANA CON CHOCOLATE	\$ 1.581,0	250	\$ 395.250,0	3,15%	\$ 4.282,77	
	TABLETA CORPORATIVA CAJA X 50 UND.	\$ 21.575,0	103	\$ 2.229.416,7	9,89%	\$ 42.108,43	
	BOMBONES CORPORATIVOS ESTAMPADOS X 50 UND	\$ 10.630,0	80	\$ 850.400,0	5,44%	\$ 25.219,54	
	TEXTOS, CAJA DE 22 X 13	\$ 7.650,0	140	\$ 1.071.000,0	7,76%	\$ 19.537,78	
	TEXTO, CAJA DE 44 X 26	\$ 9.730,0	90	\$ 875.700,0	7,25%	\$ 27.021,31	
	CAJA DE ROSAS EN CHOCOLATE X 7 UND	\$ 13.800,0	42	\$ 575.000,0	3,15%	\$ 30.010,60	
	MELOCOTON CON CHOCOLATES X 12 UND	\$ 9.965,0	113	\$ 1.129.366,7	5,99%	\$ 21.312,42	
	FRUTAS MIXTAS CON CHOCOLATES 12 UND	\$ 5.430,0	127	\$ 687.800,0	7,02%	\$ 17.317,78	
	CAJA DE FRESAS CON CHOCOLATE X 24 UND.	\$ 9.780,0	90	\$ 880.200,0	6,80%	\$ 25.990,60	
	TRUFAS X 12 UND	\$ 8.025,0	153	\$ 1.230.500,0	7,72%	\$ 18.832,07	
	TRUFAS X 24	\$ 13.030,0	100	\$ 1.303.000,0	8,06%	\$ 30.321,31	
	MALVAVISCOS CON CHOCOLATE X 12 UND	\$ 7.080,0	160	\$ 1.132.800,0	9,06%	\$ 19.237,95	
	COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)				\$ 15.125.583,4		

COSTOS FIJOS	
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 12.337.580,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 9.121.657,6
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 0,0
COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	\$ 21.459.237,6

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 15.125.583,4	41,34%
Total Costos fijos de producción	\$ 12.337.580,0	33,72%
Total Costos fijos de administración	\$ 9.121.657,6	24,93%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 0,0	0,00%
Costos Totales	\$ 36.584.821,0	100,00%

8.4 Inversión Capital de Trabajo**CAPITAL DE TRABAJO**

	CUENTA	VALOR
Requerimientos de Efectivo	Costos Variables	\$ 10.083.722
	Costos Fijos de Producción	\$ 8.225.053
	Costos Fijos de Administración	\$ 6.081.105
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 0

	CUENTA	VALOR
Activo Corriente	Cuentas por Cobrar	\$ 0
	Inventarios productos	\$ 9.154.388
	Inventario de Materia Prima	\$ 5.041.861

	CUENTA	VALOR
Pasivo Corriente	Materia Prima	\$ 15.125.583
	Fijos de Producción	\$ 0
	Administrativos	\$ 0
	Comercialización y Ventas	\$ 0

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO**\$ 23.460.546**

8.5 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL					
Producto o Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total
CAJA DE UCHUVAS CON CHOCOLATE X 8 UND.	108	\$ 3.070,00	\$ 10.000,00	332583,34	1083333,34
CAJA TROZOS DE MANZANA CON CHOCOLATE X 12UND.	157	\$ 5.410,00	\$ 15.000,00	847566,67	2350000,00
CAJA DE FRESAS CON CHOCOLATE X 12 UND.	200	\$ 7.925,00	\$ 20.000,00	1585000,00	4000000,00
MANZANA CON CHOCOLATE	250	\$ 1.581,00	\$ 5.000,00	395250,00	1250000,00
TABLETA CORPORATIVA CAJA X 50 UND.	103	\$ 21.575,00	\$ 38.000,00	2.229.416,67	3.926.666,67
BOMBONES CORPORATIVOS ESTAMPADOS X 50 UND	80	\$ 10.630,00	\$ 27.000,00	850.400,01	2.160.000,03
TEXTOS, CAJA DE 22 X 13	140	\$ 7.650,00	\$ 22.000,00	1.071.000,00	3.080.000,00
TEXTO, CAJA DE 44 X 26	90	\$ 9.730,00	\$ 32.000,00	875.700,01	2.880.000,03
CAJA DE ROSAS EN CHOCOLATE X 7 UND	42	\$ 13.800,00	\$ 30.000,00	575.000,01	1.250.000,03
MELOCOTON CON CHOCOLATES X 12 UND	113	\$ 9.965,00	\$ 21.000,00	1.129.366,68	2.380.000,02
FRUTAS MIXTAS CON CHOCOLATES 12 UND	127	\$ 5.430,00	\$ 22.000,00	687.800,01	2.786.666,69
CAJA DE FRESAS CON CHOCOLATE X 24 UND.	90	\$ 9.780,00	\$ 30.000,00	880.200,01	2.700.000,03
TRUFAS X 12 UND	153	\$ 8.025,00	\$ 20.000,00	1.230.500,01	3.066.666,69
TRUFAS X 24	100	\$ 13.030,00	\$ 32.000,00	1.303.000,01	3.200.000,03
MALVAVISCOS CON CHOCOLATE X 12 UND	160	\$ 7.080,00	\$ 22.500,00	1.132.800,01	3.600.000,02
VALORES TOTALES				15.125.583,43	39.713.333,59

Costo Variable promedio =	0,38	Punto de Equilibrio (%) =	0,87
Margen de contribución (\$) =	24587750,16	Punto de Equilibrio (\$) =	34660261,95
Margen de contribución (%) =	61,91%		

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Margen Contribución Unitario	Participación Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
6930,00	0,03	84,47	844708,41
9590,00	0,06	132,41	1986179,33
12075,00	0,10	179,00	3579981,58
3419,00	0,03	197,56	987776,89
16.425,00	0,10	129,18	4.908.854,95
16.370,00	0,05	71,30	1.925.071,15
14.350,00	0,08	115,98	2.551.522,73
22.270,00	0,07	69,88	2.236.146,22
16.200,00	0,03	41,69	1.250.818,25
11.035,00	0,06	116,54	2.447.382,57
16.570,00	0,07	90,87	1.999.231,76
20.220,00	0,07	72,15	2.164.620,75
11.975,00	0,08	138,38	2.767.572,42
18.970,00	0,08	91,15	2.916.826,35
15.420,00	0,09	126,15	2.838.432,64

8.6 Estados de Resultados

	CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
+	Ingresos por concepto de Ventas	39.713.334	39.713.334	39.713.334	39.713.334	39.713.334
-	Costo Variables	15.125.583	15.125.583	15.125.583	15.125.583	15.125.583
-	Costos Fijos Producción	12.337.580	12.337.580	12.337.580	12.337.580	12.337.580
-	Gastos Depreciación	413.300	413.300	413.300	413.300	413.300
=	Utilidad Bruta en Ventas	11.836.870	11.836.870	11.836.870	11.836.870	11.836.870
-	Costos fijos de Administración	9.121.658	9.121.658	9.121.658	9.121.658	9.121.658
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	0	0	0	0	0
-	Amortización de diferidos	29.052	29.052	29.052	29.052	29.052
=	Utilidad Operativa	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161
-	Impuestos	907.922	907.922	907.922	907.922	907.922
=	UTILIDAD NETA	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	1.778.239	3.556.477	5.334.716	7.112.954	8.891.193

Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
39.713.334	39.713.334	39.713.334	39.713.334	39.713.334	39.713.334	39.713.334
15.125.583	15.125.583	15.125.583	15.125.583	15.125.583	15.125.583	15.125.583
12.337.580	12.337.580	12.337.580	12.337.580	12.337.580	12.337.580	12.337.580
413.300	413.300	413.300	413.300	413.300	413.300	413.300
11.836.870	11.836.870	11.836.870	11.836.870	11.836.870	11.836.870	11.836.870
9.121.658	9.121.658	9.121.658	9.121.658	9.121.658	9.121.658	9.121.658
0	0	0	0	0	0	0
29.052	29.052	29.052	29.052	29.052	29.052	29.052
2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161	2.686.161
907.922	907.922	907.922	907.922	907.922	907.922	907.922
1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239
0	0	0	0	0	0	0
1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239	1.778.239
10.669.431	12.447.670	14.225.908	16.004.147	17.782.385	19.560.624	21.338.862

8.7 Flujo de Caja Mensual y Evaluación Financiera

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.
Altas	2.940	2.940	2.940	2.940	2.940
Medias	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820
Bajas	980	980	980	980	980
Consolidado	1.913	1.913	1.913	1.913	1.913

Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
2.940	2.940	2.940	2.940	2.940	2.940	2.940
1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820
980	980	980	980	980	980	980
1.913	1.913	1.913	1.913	1.913	1.913	1.913

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
+ Ingresos por venta		\$ 39.713.334	\$ 39.713.334	\$ 39.713.334	\$ 39.713.334
- Costos variables		\$ 15.125.583	\$ 15.125.583	\$ 15.125.583	\$ 15.125.583
- Costos fijos	\$ 0	\$ 21.459.238	\$ 21.459.238	\$ 21.459.238	\$ 21.459.238
Costos fijos de Producción		\$ 12.337.580	\$ 12.337.580	\$ 12.337.580	\$ 12.337.580
Costos fijos de Administración		\$ 9.121.658	\$ 9.121.658	\$ 9.121.658	\$ 9.121.658
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 900.000	\$ 885.000	\$ 870.000	\$ 855.000
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1.786.161	\$ 1.801.161	\$ 1.816.161	\$ 1.831.161
- Impuestos	\$ 0	\$ 603.722	\$ 608.792	\$ 613.862	\$ 618.932
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 1.182.439	\$ 1.192.369	\$ 1.202.299	\$ 1.212.229
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 30.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 30.000.000				

Chokotravel S.A.S-Plan de Negocios

Recuperación Capital de trabajo					
Valor de Salvamento					
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.267.446	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Activos Fijos	\$ 21.063.800				
Pago Crédito (Capital)		\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 1.743.100				
Capital de Trabajo	\$ 23.460.546				
FLUJO DE CAJA	-\$ 16.267.446	\$ 1.124.790	\$ 1.134.720	\$ 1.144.650	\$ 1.154.580

Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
\$ 39.713.334	\$ 39.713.334	\$ 39.713.334	\$ 39.713.334	\$ 39.713.334	\$ 39.713.334	\$ 39.713.334	476.560.003
\$ 15.125.583	\$ 15.125.583	\$ 15.125.583	\$ 15.125.583	\$ 15.125.583	\$ 15.125.583	\$ 15.125.583	181.507.001
\$ 21.459.238	\$ 21.459.238	\$ 21.459.238	\$ 21.459.238	\$ 21.459.238	\$ 21.459.238	\$ 21.459.238	257.510.851
\$ 12.337.580	\$ 12.337.580	\$ 12.337.580	\$ 12.337.580	\$ 12.337.580	\$ 12.337.580	\$ 12.337.580	148.050.960
\$ 9.121.658	\$ 9.121.658	\$ 9.121.658	\$ 9.121.658	\$ 9.121.658	\$ 9.121.658	\$ 9.121.658	109.459.891
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-
\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	5.308.220
\$ 825.000	\$ 810.000	\$ 795.000	\$ 780.000	\$ 765.000	\$ 750.000	\$ 735.000	9.810.000
\$ 1.861.161	\$ 1.876.161	\$ 1.891.161	\$ 1.906.161	\$ 1.921.161	\$ 1.936.161	\$ 1.951.161	22.423.931
\$ 629.072	\$ 634.142	\$ 639.212	\$ 644.282	\$ 649.352	\$ 654.422	\$ 659.492	7.579.289
\$ 1.232.089	\$ 1.242.019	\$ 1.251.949	\$ 1.261.879	\$ 1.271.809	\$ 1.281.739	\$ 1.291.669	14.844.642
\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	\$ 442.352	5.308.220
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 40.959.226	40.959.226
							-
						\$ 23.460.546	23.460.546
						\$ 17.498.680	17.498.680
\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	6.000.000

							-
\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	6.000.000
							-
							-
\$ 1.174.440	\$ 1.184.370	\$ 1.194.300	\$ 1.204.230	\$ 1.214.160	\$ 1.224.090	\$ 42.193.246	55.112.088

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	24.165.591
Tasa Interna de Retorno	13,06%

9. CONSIDERACIONES FINALES

Las principales estrategias que se deben de poner en práctica para iniciar el proyecto, es realizar un buen estudio de mercado, ya que con este se puede ver si existe una demanda a la cual la empresa puede llegar,

Chokotravel S.A posee con un capital de 50.000.000 millones pesos para la producción y elaboración de los chocolates además de tener un excelente capital de trabajo conformado por 10 personas que le brindan el mejor conocimiento al momento del hacer, la empresa está equipada con todos los equipos necesarios para la realización de cada uno de los chocolates y tiene una distribución directa e indirecta del producto convirtiéndolo accesible para todos los clientes.se tiene una capacidad de producción de 1200 kilogramos mensuales que son 1913 unidades de las cuales se estiman en ventas de \$39.713.333 millones de pesos.

La forma como pensamos penetrar en el mercado es a través de la publicidad, en centros comerciales, y en las redes sociales que es la vanguardia de los últimos tiempos, ya que a través de estas, permiten que más usuarios nos conozcan y puedan acceder fácilmente a nuestra información, ver imágenes de nuestros productos y realizar pedidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ www.chocolates.com.co Información de La Compañía Nacional de Chocolates como principal proveedor de insumos y competidor para Chokotravel S.A.S
- ✓ www.alpina.com Información de la empresa Alpina como principal proveedor de arequipe para Chokotravel S.A.S
- ✓ www.bellafrutchile.cl- Información de la empresa Bella Frut como principal proveedor de almendras desde Chile.
- ✓ www.lamayorista.com- Información de la Central Mayorista de Antioquia como nuestro principal proveedor de frutas.
- ✓ www.chocolatesjhons.com- Información de la empresa Chocolates Jhon's como uno de los principales competidores para Chokotravel S.A.S
- ✓ www.rincondeilusiones.com- Información de Rincón de Ilusiones como uno de los principales distribuidores para la compañía.
- ✓ www.colombina.com.co- Información como proveedor de mermeladas para la empresa.
- ✓ www.chocodetalles.com –Información de la empresa chocodetalles como uno de los principales competidores para Chokotravel S.A.S
- ✓ www.tarjetazea.com- Información de Tarjetas Zea como uno de los principales distribuidores para la compañía.
- ✓ www.colorcacao.com Información de la empresa Color Cacao como uno de los principales competidores para Chokotravel S.A.
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81rea_Metropolitana_de_Medell%C3%ADn -Toda la información relacionada con el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, como mercado meta.
- ✓ <http://cafeinternetsd.galeon.com/productos767699.html>- Toda la información relacionada con el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, como mercado meta.