

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CHOCOLATES EN DIVERSAS
FORMAS

“CHOCOLATES YUCAME”

YULI SHIRLEY VIATA DIAZ
MELISSA SANTOS MORALES
JONATHAN CAMILO VARGAS SALGADO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CONTADURÍA PÚBLICA

BOGOTÁ

2012

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CHOCOLATES EN DIVERSAS
FORMAS

“CHOCOLATES YUCAME”.

YULI SHIRLEY VIATA DIAZ
MELISSA SANTOS MORALES
JONATHAN CAMILO VARGAS SALGADO

DOCENTE: CAROLINA PEREZ

OPCIÓN DE GRADO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CONTADURÍA PÚBLICA

BOGOTÁ

2012

CONTENIDO

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
JUSTIFICACIÓN	8
PROPÓSITOS	9
MARCO LEGAL	14
MARCO TEÓRICO	17
MOLDES DE CHOCOLATE	18
EL CACAO Y SUS DERIVADOS.....	19
FUENTE DE MINERALES Y VITAMINAS.....	20
MITOS Y REALIDADES SOBRE EL CHOCOLATE.....	21
EL CHOCOLATE Y LAS CARIES DENTALES.....	22
SEMILLA DEL CACAO.....	23
MAQUINARIA.....	25
SELECCIONADORA DE GRANOS.....	25
SECADORES ROTATIVOS CON AIRE CALIENTE.....	26
TOSTADORES.....	27
TRILLADORA.....	28
MOLINO.....	29
ATEMPERADO.....	30
TÚNEL DE ENFRIAMIENTO.....	31
RECUBRIMIENTO OBAÑADO.....	32
PLANTA PROCESADORA DE CHOCOLATE.....	33
DIAGRAMA DE FLUJO.....	35
DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA.....	36
MATERIA PRIMA.....	37
REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.....	38
EQUIPO ADICIONAL.....	39

GASTOS GENERALES DE LA PLANTA.....	40
LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.....	41
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	42
MARCO GEOGRAFICO.....	43
MARCO CONCEPTUAL.....	44
DISEÑO METODOLÓGICO.....	45
ENCUESTA.....	48
ESTUDIO FINANCIERO Y PUBLICITARIO.....	49
CONCLUSIONES.....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	53
CITAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54

TÍTULO

Producción y comercialización de chocolates en forma de Diversos

INTRODUCCIÓN

Nos gustaría empezar hablando del sector en el que se encuentra ubicada nuestra empresa, así poder ver la situación y el entorno en el que se mueve, de manera que comprendamos mejor las tácticas y estrategias de marketing que lleva a cabo.

Actualmente encontramos que la evolución de la sociedad exige que el mercado sea cada vez más competitivo en cuanto al o a los productos que se ofrecen, con el fin de cubrir las necesidades que tiene el consumidor, es por eso la importancia de estar informados de los cambios que se van presentando, por esta razón se presenta la importancia del seguimiento continuo de conocer más a fondo cada una de las necesidades que se le presentan al cliente, para así poder crear y complementar estrategias que permitan cubrir la demanda de dicho mercado, destacándonos y brindando un valor agregado al producto.

Según fuentes del sector, dada la importancia del consumo por impulso en la evolución del mercado, cada vez adquiere más relevancia en factores como la presentación, la imagen de marca, y la innovación del producto. Elevado grado de concentración

Otra de las particularidades de este sector en nuestro país es su elevado grado de concentración, que queda reflejado en la participación de los cinco primeros operadores –Nestlé (líder indiscutible del mercado), Nutresa, que absorben de forma conjunta más del 60% del mercado, figurando el primero en una clara posición de liderazgo.

Por esta razón realizamos este trabajo el cual es fruto de una investigación sobre las principales causas que influyen en la aceptación o elección del demandante en el momento de adquirir chocolates tanto para su consumo como para un detalle, con el fin de generar un beneficio tanto social como propio, esta es la razón por la cual tendremos en cuenta las

diferentes normas que existen para la generación de una empresa y los beneficios a los que es posible acceder, teniendo en cuenta unos criterios los cuales hay que cumplir, y de esta forma estar aportando como empresario a la comunidad en general.

Mediante el análisis de la competencia de dicho mercado, se presenta vacíos con relación a la manera en que se oferta determinado producto, implementando y aplicando estrategias de mercado las cuales incentiven al cliente en relación en el momento de la adquisición del producto frente a la competencia en cuanto a la calidad economía y presentación del mismo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La falta de decisión, atención al satisfacer la necesidad del cliente en el momento de adquirir diferentes clases de chocolates, el cual es solicitado por diferentes clientes, Este producto se realizó con el fin de ampliar la variedad y sabor de chocolates.

Nuestra principal prioridad es dar al cliente un buen producto con diferentes factores nutritivos adicionalmente disponer de una oferta más variada y acorde con los gustos y necesidades del consumidor. Enfocados hacia una población joven y adulta que busca productos novedosos, funcionales y elaborados.

Lo único cierto es que el chocolate, como alimento rico en energía, tiene su lógico efecto reconstituyente en el organismo. Sería más apropiado decir que el chocolate es una muestra de afecto, más que un productor o generador de afecto.

JUSTIFICACIÓN

Nuestro proyecto surge mediante el estudio de las diferentes organizaciones competitivas en el mercado quienes no se enfocan en las necesidades de los clientes en el momento de comprar algún tipo de chocolate y en la manera en que debe ser asesorado, de tal manera que ellos se sientan a gusto con el producto adquirido el cual debe ser el más apropiado para satisfacer la necesidad específica que ellos presenten en dicho momento. Es por eso la importancia de implementar y diseñar diferentes tipos de estrategias para cubrir ciertas necesidades para lo cual se tendrá en cuenta algunos factores que son los que más inciden en el momento de comprar el producto, Es por eso que este tipo de clasificación debe estar basado en investigación de mercado y el conocimiento que se obtuvo por medio la historia del mismo,encuestas realizadas a los consumidores, de cual sería una de las innovaciones que se desarrollan en esta actividad económica.

PROPÓSITOS GENERALES

Identificar y aplicar estrategias para la producción y comercialización de chocolates.

PROPÓSITOS ESPECÍFICOS

- Definir la estrategia adecuada para lograr comercializar de los chocolates.
- Analizar el mercado potencial que existe para una nueva empresa
- Definir el tipo de chocolate a producir y las características que busca el cliente en el producto.
- Definir canales de distribución, tamaño del mercado y la participación que se espera obtener en este.
- Desarrollar un plan de publicidad del producto.
- Mejorar la asesoría y atención del cliente con relación a las características y necesidades como lo son: calidad y precio.

MARCO LEGAL

BENEFICIOS PARAFISCALES

CÓMO ACCEDER A ELLOS

Según la Ley 1429 artículo 5, (ley de formalización y generación de empleo.) Al constituirse una micro, pequeña o mediana empresa a partir del año 2000, o si piensa crear empresa, se puede beneficiar con la reducción en el pago de los aportes parafiscales durante los tres primeros años de operación.

Progresividad en el pago de los parafiscales y otras contribuciones de nómina.

Las pequeñas empresas que inicien su actividad económica principal a partir de la promulgación de la presente ley, realizarán sus aportes al Sena, ICBF y cajas de compensación familiar, así como el aporte en salud a la subcuenta de solidaridad del Fosyga de forma progresiva, siguiendo los parámetros mencionados a continuación:

Cero por ciento (0%) del total de los aportes mencionados en los dos primeros años gravables, a partir del inicio de su actividad económica principal.

Veinticinco por ciento (25%) del total de los aportes mencionados en el tercer año gravable, a partir del inicio de su actividad económica principal.

Cincuenta por ciento (50%) del total de los aportes mencionados en el cuarto año gravable, a partir del inicio de su actividad económica principal.

Setenta y cinco por ciento (75%) del total de los aportes mencionados en el quinto año gravable, a partir del inicio de su actividad económica principal.

Ciento por ciento (100%) del total de los aportes mencionados del sexto año gravable en adelante, a partir del inicio de su actividad económica principal.

La Ley 590 de 2000, (Disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.) Artículo 43 ([Estímulos a la creación de empresas.](#))

Los aportes parafiscales destinados al Sena, el ICBF y las Cajas de Compensación Familiar, a cargo de las micros, pequeñas y medianas empresas que se constituyan e instalen a partir de la promulgación de la presente ley, serán objeto de las siguientes reducciones:

1. Setenta y cinco por ciento (75%) para el primer año de operación.
2. Cincuenta por ciento (50%) para el segundo año de operación; y
3. Veinticinco por ciento (25%) para el tercer año de operación.

Para los efectos de este artículo, se considera constituida una micro, pequeña o mediana empresa en la fecha de la escritura pública de constitución, en el caso de las personas jurídicas, y en la fecha de registro en la Cámara de Comercio, en el caso de las demás Mipymes.

Así mismo, se entiende instalada la empresa cuando se presente memorial dirigido a la Administración de Impuestos y Aduanas respectiva, en la cual manifieste lo siguiente:

- a) Intención de acogerse a los beneficios que otorga este artículo.
- b) Actividad económica a la que se dedica.
- c) Capital de la empresa.
- d) Lugar de ubicación de la planta física o inmueble donde se desarrollará la actividad económica.
- e) Domicilio principal.

Las nuevas medianas empresas y las pequeñas que venían operando sin matrícula mercantil recibirán los siguientes beneficios:

- a) No pagarán el impuesto a la renta en sus dos primeros años del inicio de su actividad económica principal. Y, en los siguientes tres años, pagarán este impuesto en proporción al 25%, 50% y 75% de la tarifa general establecida (Artículo 4, Ley 1429). Es decir, este impuesto también se paga de forma progresiva hasta el quinto año de existencia de la

empresa. A partir del sexto año, la empresa pagará la tarifa plena de este impuesto si le aplica.

b) No pagarán el costo de la matrícula mercantil en las cámaras de comercio, en el primer año del inicio de su actividad económica principal. Y en los siguientes dos años, la pagarán en proporción al 50% y 75% de la tarifa establecida para ese pago (Artículo 7, Ley 1429).

No se consideran como nuevas micro, pequeñas o medianas empresas, ni gozarán de los beneficios previstos en este artículo, las que se hayan constituido con anterioridad a la fecha de promulgación de la presente ley, aunque sean objeto de reforma estatutaria o de procesos de escisión o fusión con otras Mipymes.

En resumen, los beneficios directos o descuentos para las nuevas pequeñas empresas consisten en que el pago de estas tres obligaciones se puede hacer de manera progresiva, es decir, en un porcentaje de la tarifa que va creciendo con el tiempo hasta alcanzar el 100% de la tarifa normal o plena.

Documentos necesarios para registrarse como persona jurídica ante la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB):

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario RUT.
- Formulario RUE (Registro Único Empresarial).
- Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil.
- Formulario registro con otras entidades.
- Estatutos de la persona jurídica (documento privado o documento público).

Nombre del establecimiento: si usted va a constituir un establecimiento de comercio, confirme que el nombre que quiere usar para su nueva empresa, no ha sido registrado.

Actividad: consulte la actividad económica de su empresa (código CIU).

Uso del suelo: verifique en la Secretaría Distrital de Planeación si la actividad que va a iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento.

Consulta tipo de sociedad: a través de esta guía se suministra información precisa sobre las principales formas jurídicas previstas en nuestra legislación para el ejercicio de cualquier actividad económica, así como las características más relevantes de cada una de ellas.

El Registro Único Tributario (RUT), administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar ha:

- Las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes, declarantes de impuesto sobre la renta y no contribuyentes.
- Declarantes de ingresos y patrimonio
- Responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado.
- Los agentes retenedores, importadores, exportadores y demás sujetos con obligaciones administradas por la DIAN.
- Los demás sujetos con obligaciones administradas por la DIAN.

El Número de Identificación Tributaria (NIT), constituye el código de identificación de los inscritos en el RUT.

Este número lo asigna la DIAN a las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras o a los demás sujetos con obligaciones administradas por dicha entidad.

Documento de constitución de la sociedad

a) Minuta de constitución: Por documento privado si la empresa a constituir posee activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes ó una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y no se aportan bienes inmuebles. (Ley 1014 de 2006, Decreto 4463 de 2006). Tenga en cuenta que el documento

privado debe contener presentación personal de todos los socios o accionistas ante notaría, o en cualquiera de nuestras sedes al momento de presentarlo para registro.

b) Escritura pública: En cualquier notaría sin importar el valor de los activos o el número de trabajadores, según lo establecido en el Artículo 110 del Código de Comercio. Cuando se aporten bienes inmuebles, el documento de constitución deberá ser por escritura pública, el impuesto de registro deberá ser cancelado en oficina de instrumentos público y presentar copia del recibo o certificado de libertad que acredite la inscripción previa de la escritura pública en esa oficina, al momento de presentar los documentos

<http://www.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=2998>http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2000/ley_0590_2000.html

MARCO TEÓRICO

RESEÑA HISTÓRICA

HISTORIA DEL CHOCOLATE

El origen

Los **mayas** empezaron a cultivar el árbol del cacao hace más de 2000 años. En la cultura maya se le daba un gran valor a sus semillas, que se utilizaban como moneda y, gracias a sus cualidades nutritivas, como alimento.

La cultura azteca fue la continuadora de esta tradición. Los aztecas elaboraban con las semillas de cacao el xocolatl una bebida de fuerte sabor que producía una gran energía y vitalidad. Consideraban el cacao como un don divino y un alimento de los dioses, y reservaban su consumo a personas de alta posición social.

Cristóbal Colón fue el primero en recibir unas habas de cacao como obsequio, pero fue Hernán Cortés quien, después de probar en 1519 el xocolatl ofrecido por el emperador azteca Moctezuma, propició el conocimiento y la expansión de este rico alimento en la cultura occidental. Hernán Cortés se dio cuenta de su valor nutritivo al ver que sus tropas podían aguantar todo un día de marcha tomando únicamente un vaso de chocolate. La expansión Hernán Cortés favoreció el cultivo del cacao en México, las Antillas, Venezuela y Brasil. Parece ser que el cacao se introdujo en España a través de algunos monjes que viajaban en las expediciones de este conquistador. Uno de ellos envió habas de cacao junto con instrucciones para su preparación al Abad del Monasterio de Piedra de Zaragoza, donde se elaboraría el primer chocolate en España.

En nuestro país el chocolate alcanzó una gran popularidad, gracias a que la iglesia consideró que su consumo no rompía el ayuno y a que se constituyó como bebida oficial de los reyes y de la corte española.

A inicios del siglo XVII las infantas españolas fueron introduciendo la costumbre en la corte de Francia, en especial María Teresa de Austria, que se casó con Luis XIV, el Rey Sol.

En Francia se adopta la costumbre de tomar el chocolate muy líquido, mientras que en España se tomaba muy espeso.

Durante el siglo XVII el consumo del chocolate se extendió por toda Europa, donde beber este líquido se convirtió en un signo de distinción y elegancia.

A finales del siglo XVIII se empezó a preparar el chocolate con leche y azúcar, y las damas francesas pusieron de moda los *bon bon*, trocitos de chocolate para degustar a cualquier hora.

Es solamente a principios del siglo XIX cuando se inicia la fabricación del chocolate en forma de tabletas, tal y como lo conocemos hoy en día, y ya en el siglo XX se comercializa el soluble de cacao, las cremas al cacao y otros formatos como las chocolatinas, grageas, etc.

Cronología Histórica

Siglo XVI – 1502. Colón descubre la bebida en base a cacao en el Mar de las Antillas.

– 1519. Moctezuma ofrece a Hernán Cortés chocolate en un vaso de oro.

Siglo XVII – Se abren las primeras chocolaterías en América.

– El Monasterio de Piedra de Zaragoza fabrica el primer chocolate en Europa.

– El chocolate empieza a endulzarse y perfumarse y a tomarse caliente

– 1659. Se abre la primera tienda de chocolate en París.

– 1697. Suiza empieza a consumir chocolate.

Siglo XVIII – Aparece la primera máquina hidráulica para triturar el grano el cacao.

– Las damas francesas introducen los bombones, o bon bon.

– 1777. Inicio de la industria chocolatera europea con la primera producción mecánica de chocolate en Barcelona.

Siglo XIX – 1828. Conrad Van Houten inventa una prensa para separar la manteca del cacao del polvo del cacao, dando inicio al consumo del cacao en polvo.

– 1847. La empresa británica Fry & Sons produce las primeras tabletas de chocolate.

– 1875. El suizo Daniel Peter, gracias a las innovaciones en el tratamiento de la leche realizadas por Henri Nestlé, fabrica el primer chocolate con leche.

– 1879. Lindt inventa la técnica del conchado, que mejora la textura y el aroma del chocolate.

Siglo XX – Aparición de los primeros solubles de cacao

– 1978. Se funda la Asociación Española de Fabricantes de Chocolates y Derivados del Cacao (Chocao)

– 2000. Constitución del Instituto del Cacao y del Chocolate (ICC).

MOLDES CHOCOLATES

Los moldes que fabricamos para chocolate se encuentran en el formato de 20 x 23 cm.

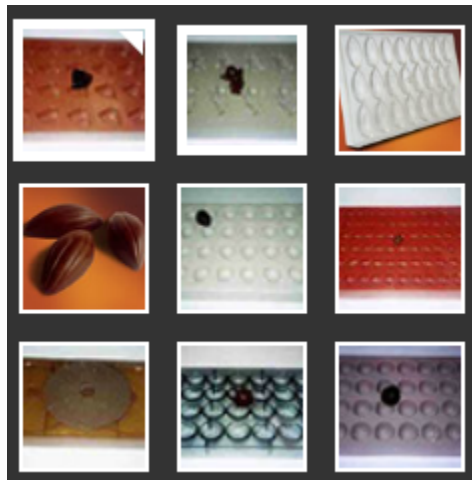
Las características principales de estos moldes son:

-Son de alta resistencia a los vaciados, utilizamos en su fabricación el plástico PET, que es el mismo con el que se fabrican los envases de refresco, por lo que son muy resistentes y de larga duración.

-Con un buen manejo puede reutilizarlos más de 200 veces. NO SON DESECHABLES

-Por su diseño invertido, permitir razar el chocolate después de vaciarlo, esto es de gran ayuda para evitar los excesos en los bordes.

-En el caso de los moldes para paletas de chocolate, Usted no tendrá límites en colocar el palo de cualquier longitud, ya que no tiene bordes en los extremos.



ESPÁTULAS CHOCOLATERAS

-Las espátulas chocolateras son útiles para mezclar y atemperar el chocolate.

EL CACAO Y SUS DERIVADOS Y LA SALUD

Cacao es el nombre que recibe la materia prima a partir de la cual se elabora el chocolate y otros derivados como el soluble de cacao, las cremas al cacao, los bombones, las barritas, gageas, etc...

El chocolate y los derivados del cacao, constituyen alimentos de origen natural altamente nutritivos, cuyos beneficios para la salud a veces son poco conocidos por el consumidor.

En la actualidad, numerosos estudios científicos han demostrado las virtudes del chocolate y los derivados del Cacao

Efectos Beneficiosos

Fuente de energía saludable

El chocolate y los derivados del cacao son ricos en grasas, hidratos de carbono y proteínas, nutrientes que aportan energía al organismo.

Grasas: Proceden de la manteca de cacao, que contiene una gran proporción de ácido esteárico, un ácido graso saturado que, a diferencia de otros ácidos grasos, no aumenta el nivel de colesterol en la sangre.

Hidratos de carbono: El chocolate y otros derivados del cacao constituyen alimentos muy útiles en situaciones que requieren un aporte energético extra, por ejemplo en la práctica de deportes o realización de esfuerzos físicos intensos.

FUENTE DE MINERALES Y VITAMINAS

El chocolate y los derivados del cacao son ricos en elementos minerales como el potasio, fósforo y magnesio.

Si el chocolate es con leche, o el cacao se disuelve en la leche, el aporte de calcio se incrementa notablemente.

El cacao como materia prima contiene vitaminas como la tiamina (B1) y el ácido fólico, nutrientes indispensables para el organismo, ya que son reguladores del metabolismo.

Otros componentes beneficiosos

El chocolate y los derivados del cacao contienen cantidades significativas de otros elementos, que no realizan aportaciones nutricionales pero son también fundamentales en la regulación del metabolismo. Son ricos en polifenoles, compuestos que contribuyen a evitar la oxidación del colesterol, y han sido relacionados con la prevención de los trastornos cardiovasculares y la estimulación de las defensas del organismo.

También contienen fitoesteroles (esteroles vegetales) que contribuyen a disminuir el colesterol.

El chocolate y los derivados del cacao en la dieta alimentaria

Los chocolates y los solubles de cacao son alimentos que se adaptan preferentemente a los desayunos y las meriendas, y a los casos en que es necesario un aporte energético extra, por ejemplo en la práctica de deporte u otras actividades físicas intensas.

Los expertos en nutrición consideran que el consumo del cacao en sus diversas variedades es recomendable, dentro de una dieta equilibrada y en cantidades moderadas, para todas las edades.

MITOS Y REALIDADES SOBRE EL CHOCOLATE

Chocolate y aumento de peso

Realidad. El chocolate no favorece el exceso de peso si se toma de forma moderada, en el marco de una dieta que equilibre la energía ingerida y el gasto energético del organismo.

Chocolate y acné

Realidad. El acné se define como una erupción cutánea inflamatoria que se produce en la proximidad de las glándulas sebáceas de la cara, cuello, hombros.

Expertos en nutrición afirman que el acné se debe fundamentalmente a factores hormonales, propios de la adolescencia, o genéticos. No se ha probado científicamente la relación entre acné y chocolate.

CHOCOLATE Y CARIES DENTAL

Realidad. Aunque el consumo de alimentos y bebidas con azúcares se relaciona generalmente con el desarrollo de la caries dental, esta relación no es directa, ya que influyen otros factores como la textura de los alimentos y su adhesividad a los dientes. En realidad, una buena higiene bucal es el factor fundamental de protección frente a la caries.

PROCESOS DE ELABORACIÓN

Desde el árbol hasta la mesa, el cacao pasa por un largo y cuidadoso proceso de transformación, con métodos de elaboración tradicionales que han variado poco a lo largo de los siglos y que son la garantía de la pureza y la calidad del producto final.

Una vez recogidos los frutos del cacao, se inicia un complejo proceso de preparación, que ha permanecido

Beneficiado del Cacao: De la haba de cacao al grano de cacao Fermentación.

Primero se separa la pulpa de la semilla, en un proceso de fermentación que mejora el aroma y el sabor del grano.

Secado. Los granos se dejan secar al sol durante una semana, o bien en cámaras de secado, para eliminar la humedad. Cuando el cacao suena como papel estrujado, el secado puede darse como terminado.

Limpiado y clasificación. Se retiran las impurezas, las semillas rotas o deficientes y se clasifican los granos de cacao en función de su tamaño.

Envasado. Las semillas de cacao se envasan en sacos de yute y quedan listas para ser enviadas a la industria chocolatera, que desarrolla las siguientes fases de transformación.

**DE LA SEMILLA DE CACAO AL CACAO EN POLVO, CHOCOLATE Y OTROS
DERIVADOS
PRODUCCIÓN DE LA PASTA DE CACAO.**

Los granos de cacao se tuestan, es en este proceso donde desarrollan todas sus cualidades aromáticas. Después se descascarillan y se muelen, obteniéndose así la pasta del cacao.

Obtención del cacao en polvo. Se somete la pasta de cacao a un proceso de alcalinización para neutralizar su acidez. Se prensa para extraer la mayor parte de la manteca de cacao. Las tortas resultantes se muelen, dando lugar al cacao en polvo.

Obtención del chocolate. La pasta de cacao se mezcla con azúcar pulverizado y diversos aromas. Se refina la pasta resultante y se procede al conchado, proceso que permite obtener una emulsión perfecta. Después se enfría y se moldea el chocolate, según la forma deseada. El producto queda así listo para su empaquetado.

Chocolate y derivados del cacao

El chocolate y otros derivados del cacao se han consumido de formas diversas a lo largo de los siglos. En la actualidad se encuentran sobre todo estos productos:

Tabletas de chocolate. De Chocolate negro, de Chocolate con leche, de Chocolate blanco, de Chocolate con frutos secos y Chocolates rellenos (trufa, café, praliné, licor, etc.). Cuando el porcentaje de Cacao supera el mínimo establecido por la legislación se puede añadir un calificativo de calidad, como por ejemplo extrafino.

Chocolatinas, barritas y grageas .Favorecen el consumo entre comidas y ayudan a reponer energías cómoda y rápidamente a las personas que realizan esfuerzos físicos e

intelectuales. Bombones. En multitud de combinaciones y formas, con variados rellenos, sin más límite que el de la imaginación.

Chocolate a la taza. Chocolate en polvo, para tomar espeso en desayunos, meriendas y tentempiés de madrugada. Tan español que la denominación chocolate a la taza figura en nuestro idioma en los productos de todo el mundo.

Soluble de cacao. Para el desayuno, y merienda, siempre con leche.

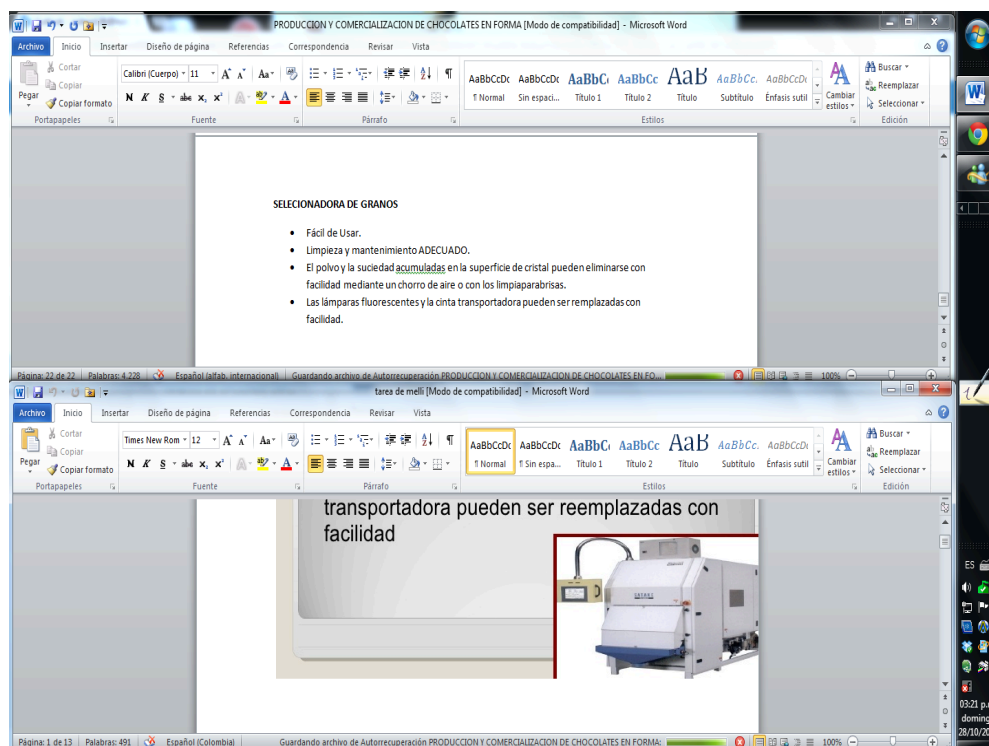
Cremas al cacao. Merienda favorita de niños y más de un adulto, las cremas para untar suman al pan todos los beneficios del cacao y el chocolate.

El chocolate y los derivados del cacao están también presentes en numerosos productos de pastelería, recetas de caza y artículos que acompañan celebraciones tradicionales estacionales como el turrón de chocolate, las monas y los huevos de pascua.

MAQUINARIA

SELECCIONADORA DE GRANOS

- Fácil de usar.
- Limpieza y mantenimiento ADECUADO.
- El polvo y la suciedad acumuladas en la superficie de cristal pueden eliminarse con facilidad mediante un chorro de aire o con los limpiaparabrisas.
- Las lámparas fluorescentes y la cinta transportadora pueden ser reemplazadas con facilidad.





SECADORES ROTATIVOS CON AIRE CALIENTE

- Evitar temperaturas superiores a 50 ° C
- Color externo: canela o café oscura
- Cáscara fácilmente desprendible.
- Estructura interna arriñonada y con espacios dentro de la estructura de los cotiledones.
- Color interno: café, marrón, violeta o chocolate.
- Olor a chocolate, agradable.
- Sabor medianamente amargo



SECADORES ROTATIVOS CON AIRE CALIENTE

- Evitar temperaturas superiores a 50 ° C
- Color externo: canela o café oscuro
- Cáscara fácilmente desprendible.
- Estructura interna arriñonada y con espacios dentro de la estructura de los cotiledones.
- Color interno: café marrón, violeta o chocolate.
- Olor a chocolate, agradable.
- Sabor medianamente amargo



SECADORES ROTATIVOS CON AIRE CALIENTE

- Evitar temperaturas superiores a 50 ° C
- Color externo: canela o café oscuro
- Cáscara fácilmente desprendible.
- Estructura interna arriñonada y con espacios dentro de la estructura de los cotiledones.
- Color interno: café marrón, violeta o chocolate.
- Olor a chocolate, agradable.
- Sabor medianamente amargo



TOSTADORAS

- De fácil manejo e instalación
- Contacto eléctrico monofásico
- En diferentes capacidades desde los 5 – 500 Kg
- El tostador micrón es muy versátil ya que se puede usar en diferentes como : semilla de naranja, de limón, cacao, cacahuate, saya, maíz, habas etc.




TRILLADORA

Aplicación	Café pergamino, cacao
Capacidad	200 -250 gramos
Motor	1/3 Hp
Conexión a la red	115 VCA 60 Hz
Consumo de corriente	8 Amperios
Dimensiones	360 * 170 * 330 MM
Peso neto	22 Kg
Peso bruto	25 Kg

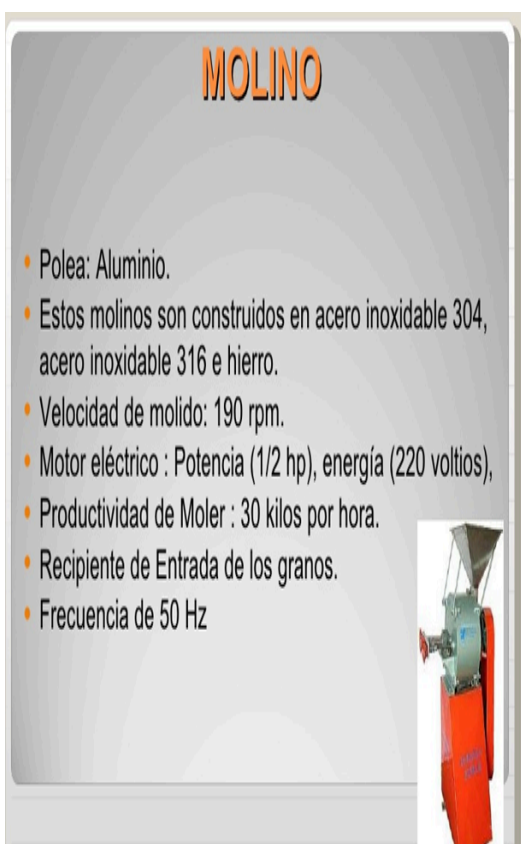
TRILLADORA

Aplicación	Café pergamino, cacao
Capacidad	200 – 250 gramos
Motor	1/3 Hp
Conexión a la red	115 VCA 60 Hz
Consumo de corriente	8 Amperios
Dimensiones	360 * 170 * 330 MM
Peso neto	22 Kg
Peso bruto	25 Kg



MOLINO

- Polea: Aluminio.
- Estos molinos son construidos en acero inoxidable 304, acero inoxidable 316 y hierro.
- Velocidad de molido: 190 rpm
- Motor eléctrico: Potencia (½ hp , energía (220 voltios),
- Productividad de Moler: 30 Kilos por hora.
- Recipiente de entrada de los granos.
- Frecuencia de 50 Hz



ATEMPERADO

- Capacidades entre 100 – 300 Kg / h
- Refrigeración por gas de freón
- Compresor integrado
- Bomba integrada: consiste en una serie de calentamientos y enfriados.

ATEMPERADO

- Capacidades entre 100 – 300 kg / h
- Refrigeración por gas de freón
- Compresor integrado
- Bomba integrada: consiste en una serie de calentamientos y enfriados.

A stainless steel industrial machine, likely a tempering or cooling unit, with a control panel and a warning symbol. The machine is rectangular with a stainless steel finish. It has a control panel on the top right with a digital display and several buttons. A warning symbol (a triangle with an exclamation mark) is visible on the front panel. The machine is mounted on four small casters. A power cord is visible on the left side. The machine is shown in a red-bordered inset within a larger presentation slide.

TÚNEL DE ENFRIAMIENTO

- Altura operativa de entrada / salida
- Puede instalarse tras una máquina de rueda, dotada de unidad de recubrimiento.
- Construida en acero inoxidable
- Cubierta de plastisol de alta resistencia, grosor: 60 mm., excelente aislamiento.
- Con velocidad variable de forma continua.
- Con 1 unidad de enfriamiento, enfriamiento indirecto, termostato electrónico.
- Con accionamiento electro-neumático de la banda.

TÚNEL DE ENFRIAMIENTO

- Altura operativa de entrada/salida
- Puede instalarse tras una máquina de rueda , dotada de unidad de recubrimiento.
- Construida en acero inoxidable
- Cubierta de plastisol de alta resistencia, grosor: 60 mm., excelente aislamiento.
- Con velocidad variable de forma continua.
- Con 1 unidad de enfriamiento, enfriamiento indirecto, termostato electrónico.
- Con accionamiento electro-neumático de la banda.



RECUBRIMIENTO O BAÑADO

- Todas las partes en contacto con el producto son calentadas mediante circulación de agua a temperatura controlada.
- Grupo de producción de agua caliente independiente.
- Distribución precisa del aire sobre el producto, mediante un difusor especialmente diseñado para este propósito.
- Vibración vertical con amplitud variable.
- Peso preciso de chocolate aplicado en toda la anchura de la malla.



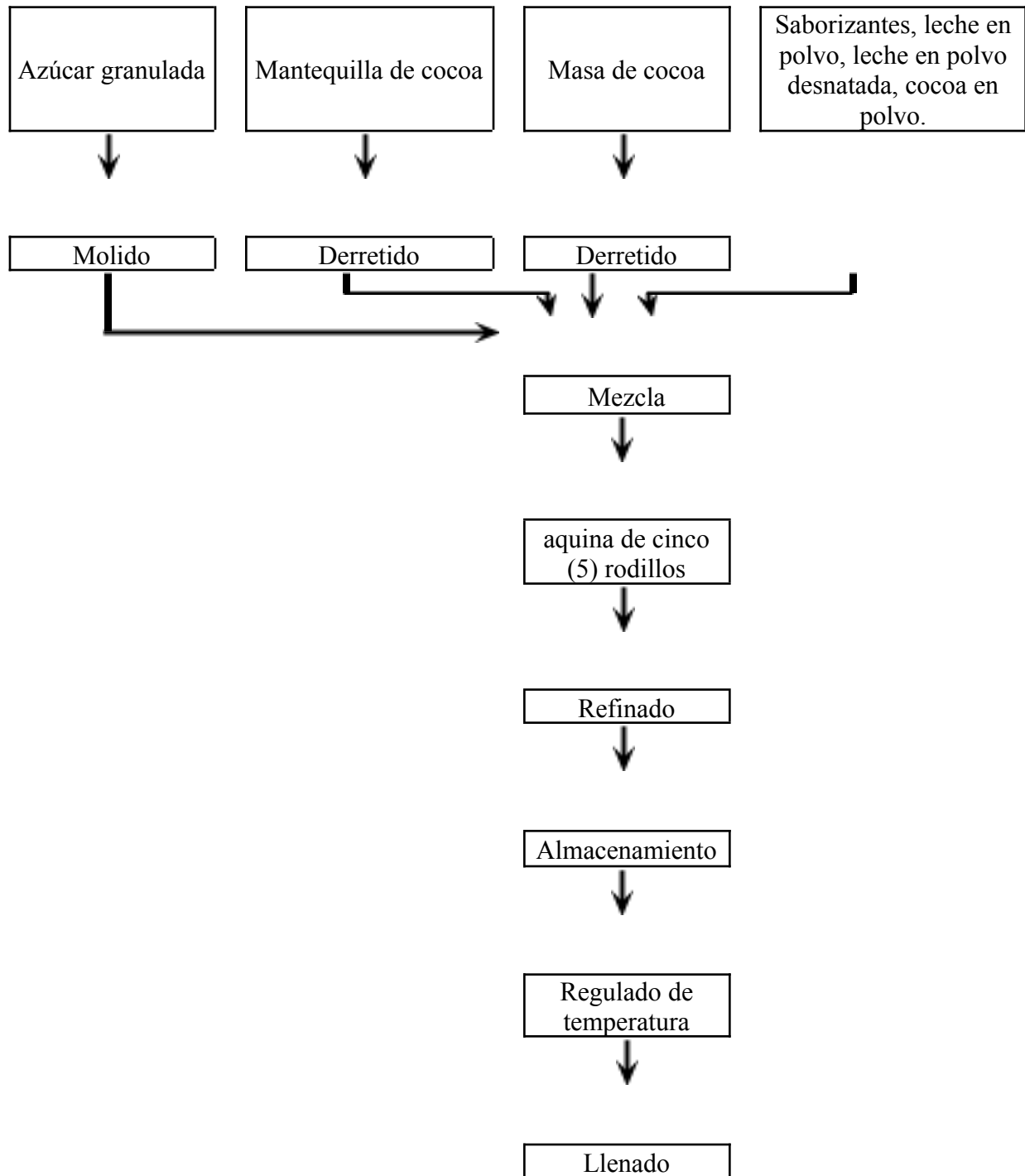
PLANTA PROCESADORA DE CHOCOLATE

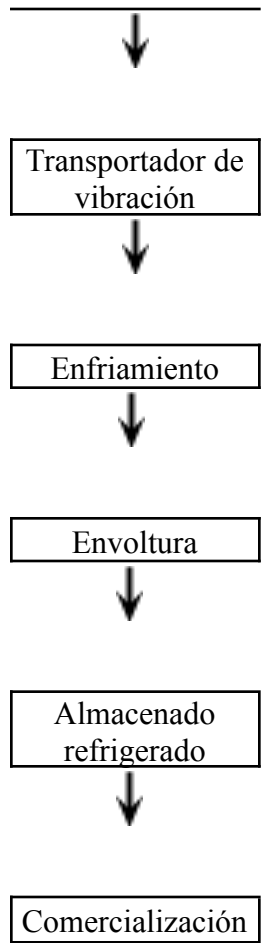
1. Al mismo tiempo, la cantidad deseada de cacao limpia y de masa de cacao pesados y colocados en un recipiente para ser diluido.
2. La mixtura es puesta dentro de una máquina de 5 rodillos y molinos hasta obtener un polvo fino.
3. Cuando el chocolate es obtenido del equipo de refinación, éste en forma pastosa y es bombeado hacia un tanque almacenador. Luego este puede ser procesado en el tipo deseado de chocolate por ejemplo: recubierto de maní, emparedado o sándwich de chocolate, etc.
4. El chocolate reformado es pasado rápidamente a la cabina de enfriamiento a través de un transportador de enfriamiento y luego el chocolate es moldeado.
5. Finalmente el chocolate envuelto es enviado a la mesa empaquetadora para ser empaquetados manualmente en cajas.



INFORMACIÓN GENERAL DEL PROCESO.

DIAGRAMA DE FLUJO





DESCRIPCIÓN DE LA PLANTA

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

- Capacidad de salida deseada: 2.000 Kg / Turno.
- Tamaño del chocolate: 25 * 75 * 8 (mm)
- Peso del chocolate: 15 Gr / Unidad
- Forma: queque



MATERIAS PRIMAS

- Azúcar.
- Leche en polvo.
- Aceite de palma.
- Saborizantes.
- Masa de cacao.



REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

CLASIFICACIÓN DEL TRABAJO	Nº DE PERSONAS
Operador de la máquina de molienda	1
Operador de la máquina de mezcladora	1
Operador de la máquina de rellenadora	2
Transportador	2
Operador de la máquina de envolvedora	12



www.kompass.com/.../instalaciones-equipos-elaboracion-cacao-choc...

MAQUINA Y EQUIPO ADICIONAL

ITEMS	Nº DE MAQUINAS
Máquina de molienda	1
Recipiente para disolución	2
Máquina mezcladora y caldera a vapor	1
Máquina de 5 rodillos	1
Bomba del caldero de agua de 2 capas	3
Equipo de refinación	2
Depósito de chocolate	2
Transportador de enfriamiento	2
Transportador vibratorio	2
Máquina rellena	2
Transportador de moldes vacíos	3
Máquina empaquetadora	6





GASTOS GENERALES DE PLANTA

- Potencia: 130 HP.
- Agua: 35.000 Galones / Diarios.
- Congelador: 40 R / T
- Unidad de aire acondicionado: 40 R / T



LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

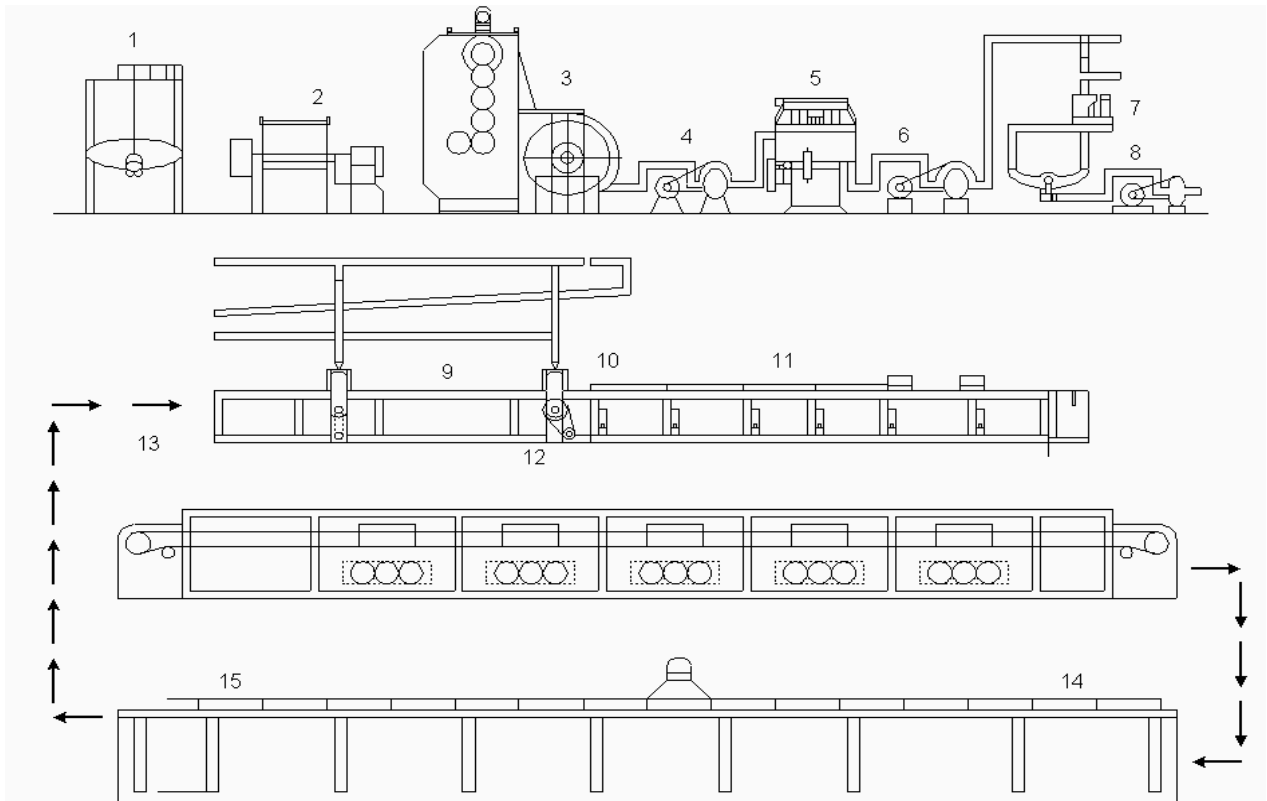
- Suficiente y conveniente suministros de materiales.
- Baja tasa de servicios.
- Disponibles de mano de obra calificada.



REQUERIMIENTO DE TERRENO Y ÁREA

43 m x 36 m x 6 m (no se incluye la oficina y la unidad de aire acondicionado)

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

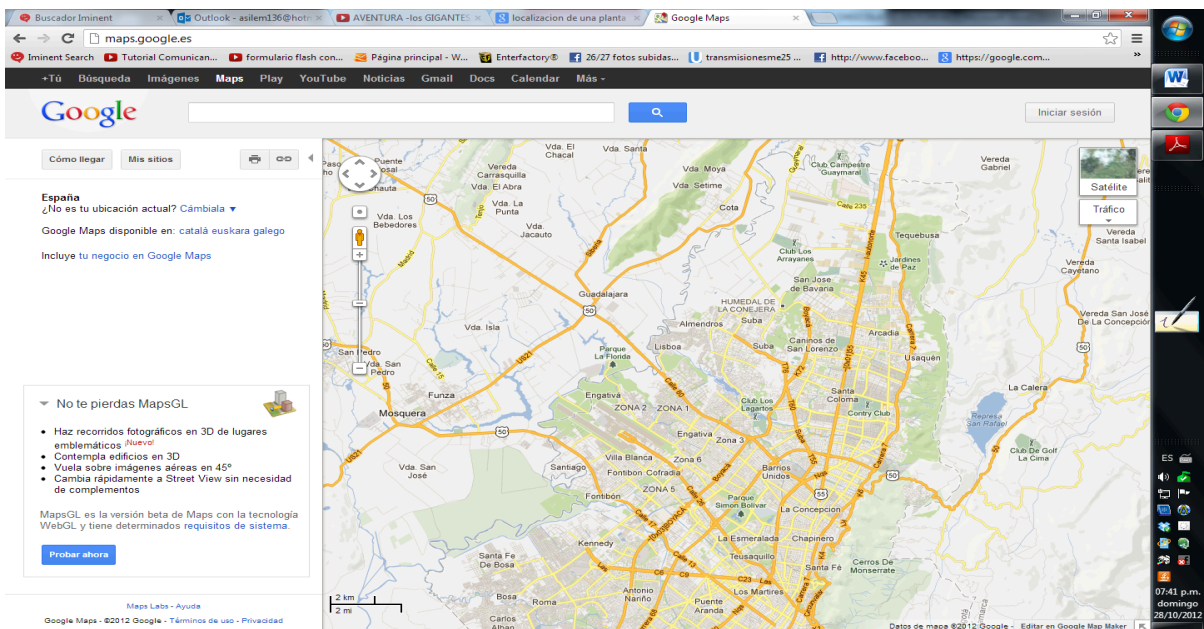
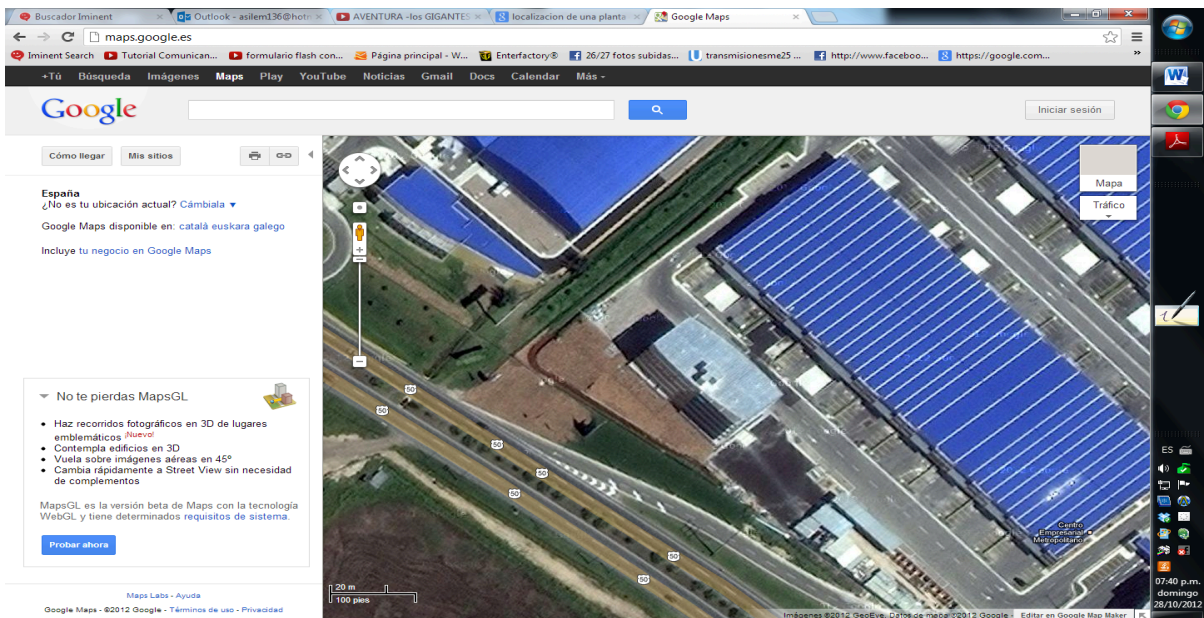


1. Contenedores de calentamiento de dos capas.
2. Máquina de mezcla y calentamiento a vapor.
3. Máquina de cinco rodillos.
4. Bomba inoxidable de dos capas.
5. Equipo de refinación.
6. Bomba inoxidable de dos capas.
7. Contenedores de calentamiento de dos capas.
8. Bomba inoxidable de calentamiento de dos capas.
9. Máquina rellena de chocolate.
10. Máquina rellena de chocolate.
11. Transportador de moldes de chocolate.
12. Transportador de enfriamiento.
13. Transportador en cruz de moldes vacíos.

14. Transportador en cruz de moldes vacíos.
15. Transportador de retorno de aire caliente de moldes vacíos.

MARCO GEOGRÁFICO

VÍA A FUNZA



MARCO CONCEPTUAL

TABLETAS DE CHOCOLATE: De Chocolate negro, de Chocolate con leche, de Chocolate blanco, de Chocolate con frutos secos y Chocolates rellenos (trufa, café, praliné, licor, etc.). Cuando el porcentaje de Cacao supera el mínimo establecido por la legislación se puede añadir un calificativo de calidad, como por ejemplo extrafino.

CHOCOLATINAS, BARRITAS Y GRAGEAS: Favorecen el consumo entre comidas y ayudan a reponer energías cómoda y rápidamente a las personas que realizan esfuerzos físicos e intelectuales.

BOMBONES: En multitud de combinaciones y formas, con variados rellenos, sin más límite que el de la imaginación.

CHOCOLATE A LA TAZA: Chocolate en polvo, para tomar espeso en desayunos, meriendas y tentempiés de madrugada tan español que la denominación chocolate a la taza figura en nuestro idioma en los productos de todo el mundo.

SOLUBLE DE CACAO: Para el desayuno, y merienda, siempre con leche.

CREMAS AL CACAO : Merienda favorita de niños y más de un adulto, las cremas para untar suman al pan todos los beneficios del cacao y el chocolate.

DISEÑO METODOLÓGICO

MISIÓN

Llegar a ser líderes en la Comercialización, distribución, clasificación y adecuación de nuestro chocolate proveniente del cacao, la puntualidad y el buen trato a los clientes es nuestro principal objetivo para lograr posicionarnos en los primeros lugares como comercializadora y distribuidora del chocolate.

VISIÓN

Ser en el 2018 una empresa de comercialización y distribución en continuo crecimiento, que se distinga por proporcionar una calidad de servicio excelente a sus clientes, una ampliación de oportunidades de desarrollo profesional y personal a sus empleados y una contribución positiva a la sociedad actuando con un compromiso de ciudadanía global.

¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?

La comercializadora y distribuidora del chocolate como la número uno de la ciudad y lograr ubicarnos a nivel nacional con sucursales en todo el país.

¿En que creemos?

Creemos que la buena atención y brindando productos de calidad son la mejor elección que se le puede mostrar a los clientes, para ganarnos su confianza, lealtad y poder satisfacer sus necesidades de la mejor manera.

La propuesta presentada en este proyecto es la creación de una empresa dedicada a la comercialización de chocolates, ya que contamos con la asesoría personalizada, clasificación, distribución y adecuación para una mayor satisfacción del cliente, los productos que se van a comercializar son apetecidos por la ciudadanía los cuales necesitan diferentes tipos de chocolates provenientes del cacao, que serán repartidos en las zonas de influencia del punto de venta en el cual se podrían encontrar clientes potenciales, también se tendrá una página web en la cual se presentarán los diferentes chocolates que se comercializan, cual es el precio, las cantidades que se tienen y el punto al cual se pueden acercar a adquirirlos.

ENCUESTA

1. ¿En el momento de adquirir los materiales que es lo primero que tiene en cuenta?
 - a) Calidad
 - b) Precio
 - c) Asesoría prestada
 - d) Plazo de pago

2. ¿Con qué frecuencia suele comprar este tipo de materiales?
 - a) Semanal
 - b) Quincenal
 - c) Mensual
 - d) Cada dos meses

3. ¿Cuánto gasta en promedio por compras de estos materiales?
 - a) Menos de \$200.000
 - b) Entre \$500.000 y \$ 900.000
 - c) Entre \$1000.000 Y 2.000.000
 - d) Más de \$2.000000

4. Está conforme con la asesoría que le brindan en el momento de realizar una compra?
 - a) Si.
 - b) No.

c) No le prestan asesoría.

5. ¿Cuáles son las formas de los chocolates que adquieren con más frecuencia?

a) Caritas.

b) Normales (Tabletas).

c) Figuras.

La encuesta fue realizada en la localidad 3 santa fe, siendo las 3:30 se evidencia el flujo de personal que circula en el sector de paloquemao, en donde estará ubicado el establecimiento, se optó por entrevistar a los clientes que más frecuentan el sitio ya que esas serán los clientes potenciales, quienes nos brindaron la información básica para llevar a cabo la investigación planteada, por tal razón decidimos implementar una entrevista escrita, tipo cuestionario y de contacto personal esto por el hecho de que es la opción que más se acopla al tipo de estudio que se está implementado y a su vez brinda la oportunidad de conocer más a fondo las necesidades de los clientes.

POBLACIÓN

Fabricantes de chocolates de todas las distribuidoras

MUESTRA:

500 personas, cerca de las fábricas de chocolates y del centro comercial CALIMA

MUESTRA REPRESENTATIVA

Personal	Total de personas
Personas del sector	35
Persona en Facebook	25
Locales del centro comercial	10
Carrefour	30

Realizada la encuesta obtuvimos el siguiente resultado.

PREGUNTA	A	B	C	D	TOTAL	A	B	C	D	MODA
-----------------	----------	----------	----------	----------	--------------	----------	----------	----------	----------	-------------

1	48	24	8	20	100	48%	24%	8%	20%	48
2	72	21	5	2	100	72%	21%	5%	2%	72
3	3	68	23	6	100	3%	68%	23%	6%	68
4	80	16	4	0	100	80%	16%	4%		80
5	4	75	21		100	4%	75%	21%		75

Partiendo de los resultados anteriores se puede concluir que los clientes prefieren la calidad de los productos antes que los precios, esto con el fin de brindar garantías sobre el producto que se está fabricando y al igual se estaría reduciendo el nivel de desperdicio de materia prima lo cual a su vez le generaría reducir costos y minimización de tiempos en cuanto a la elaboración y entrega de los productos, de esta encuesta también se puede concluir que el tipo de chocolate más adquirido por los clientes en primer lugar, son los cuadrados y redondos ya que dicho chocolate es el generalmente más consumido por las personas en general, pues este tipo que es usualmente más compra, dándonos como resultado una rotación permanente de dicho producto es el que más movimiento tiene para la disponibilidad y presentación que debemos brindarle al cliente, con relación al chocolate.

En cuanto a lo que gastan en promedio en sus compras, es un punto central ya que se tendría un conocimiento mucho más amplio con relación al dinero que estaría ingresando a diario, el cual hay que darle un manejo apropiado en cuanto los plazos de crédito que se le deben brindar a los clientes mayoristas, ya que se necesitará de la disposición de dinero para así poder seguir comprando permanentemente chocolate, este tipo de información es indispensable ya que por medio del él se podría ver reflejado el flujo de efectivo que tendríamos en un determinado periodo.

ESTUDIO FINANCIERO Y PUBLICITARIO

LOGOTIPO

“YUCAME”



ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

-TELEVISIÓN

Haremos un comercial donde daremos a conocer los beneficios del producto y la facilidad para adquirirlo mediante la campaña, o directamente en el punto de venta.

-RADIO

Haremos una cuña del producto que sea llamativa al cliente, pasarla cada 2 horas en las principales emisoras > radio caracol, la FM, Tropicana, olímpica, oxígeno, besame, la mega entre otras

-PERIODICO: Cuando lancemos el producto realizaremos una noticia en la cual informemos sobre la campaña, los beneficios del producto y todo lo relacionado con este.

ACTIVOS DE LA EMPRESA

PRODUCTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MOLDES DE JIRAFAS	68	\$ 4.560,00	\$ 310.080,00
MOLDES DE ELEFANTES	50	\$ 4.980,00	\$ 249.000,00
MOLDES DE SOMBIS	70	\$ 6.700,00	\$ 469.000,00
MOLDES DIVERSOS	100	\$ 3.959,00	\$ 395.900,00
COMPUTADORES	2	\$ 135.000,00	\$ 270.000,00
VITRINAS	3	\$ 700.000,00	\$ 2.100.000,00
ESTANTERÍA	10	\$ 1.100.000,00	\$ 11.000.000,00
SELECCIONADORA DE GRANOS	1	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00
SECADORES ROTATIVOS DE AIRE CALIENTE	1	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00
TOSTADORA	1	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00
TRILLADORA	1	\$ 1.300.000,00	\$ 1.300.000,00
MOLINO	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
ATEMPERADO	1	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00
TÚNEL DE ENFRIAMIENTO	1	\$ 3.200.000,00	\$ 3.200.000,00
RECUBRIMIENTO O BAÑADO	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
VEHÍCULOS	2	\$ 15.000.000,00	\$ 30.000.000,00

MUEBLES Y ENSERES	10	\$ 300.000,00	\$ 3.000.000,00
TOTALES			\$ 62.193.980,00

INGRESOS

La vida útil que escogemos para nuestro proyecto es de 5 años

VALOR DE LA PRODUCCIÓN POR UNIDAD Y POR CAJA

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
JIRAFAS	3250	78000
ELEFANTES	4293	103032
SOMBIS	3690	88560
BÁSICOS	2560	61440
CHOC. LEYENDAS	7250	174000
CHOC. REGALOS	6590	158160
CHOC, FOR YOU	5260	126240

PROYECCIÓN

Tenemos presupuestado vender el primer año 100 unidades por referencia, para cada año tendremos un incrementó del 10% tanto en ventas como en gastos.

CONCLUSIONES

-Con este proyecto damos la prioridad al cliente un buen producto con diferentes factores nutritivos adicionalmente, disponer de una oferta más variada y acorde con los gustos y necesidades.

- Este proyecto es rentable porque el flujo de fondos (RBC 2.40), nos arrojó un resultado positivo durante la proyección de esta propuesta. Teniendo en cuenta tanto ingresos, como gastos.

- con el estudio financiero realizado en este proyecto, vemos un promedio de las compras, es un punto central ya que se tendría un conocimiento mucho más amplio con relación al dinero que estaría ingresando a diario, el cual hay que darle un manejo apropiado en cuanto los plazos de crédito.

- con este proyecto se pretende incentivar, a la creación de microempresas, en Bogotá, debido a que hay muchas necesidades a satisfacer, dentro de este mercado, y nicho establecido como lo son las plazas mayoristas y centros comerciales.

- se logra cubrir el crédito, con los presupuesto de ventas y gastos establecidos.

- Como estudiantes podemos decir que ha sido una experiencia gratificante haber trabajado en el proyecto "Compartiendo conocimientos de Micro - Empresa" la misma que nos ha permitido elaborar productos que dejan ganancias económicas con una inversión establecida.

BIBLIOGRAFÍA

www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones.../equipamiento-6.ht

www.quiminet.com/.../maquinaria-para-la-elaborar-chocolate-15045...

Página de *MAQUINARIA PARA ELABORAR CHOCOLATE* en QuimiNet.com - El Portal Industrial Líder en el mundo que ofrece Información y Herramientas.

nortedesantander.quebarato.com.co/.../maquinaria-para-fabricar-de-c...

5 Ago 2011 – *MAQUINARIA PARA FABRICAR DE CHOCOLATE* en Cúcuta....

Máquinas para fabricar chocolates · *máquinas para elaboración de chocolate.*

www.chocolatescomes.com/historia.htm

www.historiasdegrandes exitos.com/.../historia-de-chocolates-cóndor..