

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 1 de 36 |

SEMILLERO DE EMPRENDIMIENTO

TÍTULO:

Cubun Cacao: Chocolate Orgánico Vegano Artesanal

TITLE:

Cubun Cacao: Artissan Organic Vegan Chocolate

Autor 1: Catheryn Alejandra Cortes Varela

País: Colombia

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá

Programa de Negocios Internacionales

Correo electrónico: ccortesv@unbosque.edu.co

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 2 de 36 |

Resumen

El presente proyecto abordará el tema de una idea de negocio para lograr un buen aprovechamiento de la “planta de paz” en Colombia y transformar su fruto, en un producto de valor agregado. Este producto, será el Chocolate y para el rescate de las antiguas costumbres de la siembra se utilizará el movimiento orgánico. Asimismo, identifica las necesidades de población específica que nace de tendencias específicas o tiene intolerancia a ciertos elementos que tiene el chocolate tradicional, encontrando un nicho en el mercado que las empresas tradicionales aún no han satisfecho. Con eso en mente, el propósito de este proyecto es brindar al mercado, un chocolate más saludable y accesible que los que ya existen en el mercado colombiano.

Abstract

The present project, will approach the topic about a business idea for achieving a good exploitation of the “peace plant” in Colombia and transform its fruit, in a value added product. This product, will be the Chocolate and for the rescue of the ancient customs of sowing, the organic movement will be used. Also, it identifyes the needs of specific population that borned from different tendencies or have intolerance to certain elements that the traditional chocolate has, finding a niche in the market that the traditional companies have not satisfied yet. With that in mind, the purpose of this project is to provide to the market, a healthier and accesible chocolate than those which already exists on the Colombian Market.

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 3 de 36 |

FORMATO IDEA DE NEGOCIO

NECESIDAD DE MERCADO: El chocolate de leche es uno de los dulces más apetecidos del mundo, millones y millones de personas lo compran en todos lados del mundo para disfrutarlo y ha estado creciendo la demanda. “El consumo de chocolate a nivel mundial alcanzó los USD 102 mil millones en 2017 y las proyecciones de Euromonitor son que la demanda crezca en 8% en el 2022”. (ProEcuador citando a Les Echos,2018). ¿Pero qué hay de la población que no puede disfrutar de un delicioso chocolate de leche? Ya sea por problemas con el azúcar o con la leche o simplemente por tendencia e ideales como poblaciones veganas, diabéticos, alérgicos a los frutos secos o intolerantes a la lactosa. Por lo general no pueden consumir muchas de las variedades de chocolate en sus diferentes formas porque la mayoría de los postres y chocolates a la venta se realizan con chocolate de leche como se puede ver en Colombia. ¿Pero y el chocolate amargo? No a toda la gente le gusta el sabor amargo y así mismo, tampoco les agrada mucho el chocolate amargo y es por eso que el chocolate de leche, ha tomado mucha popularidad a tal magnitud que se pueden encontrar chocolates de todos los sabores, pero de leche animal en el mercado colombiano.

Sin embargo. ¿Es posible hacer chocolate sin leche de vaca o de algún animal y sin azúcar? Según muchas fuentes eso no es posible, como ejemplo podemos tomar a Club del chocolate, empresa europea que afirma que no es posible realizar chocolate sin azúcar, ni leches vegetales provenientes de frutos secos.

¿Y qué hay del impacto ambiental? Teniendo en cuenta todos los avisos de la ONU sobre el maltrato ambiental y el maltrato que los químicos le hacen a las tierras es importante también tener en cuenta la importancia del cuidado de la tierra.

¿Y qué tan grande es la población vegana? Según Dinero “La Unión Vegetariana Internacional calcula que para 2017 había más de 600 millones de veganos en el mundo. Según el estudio The Green Revolution de la consultora Lantern, en Reino Unido 12% de los adultos, es decir, 7,7 millones de personas son vegetarianos o veganos. En Alemania, entre 2011 y 2015 hubo un incremento de productos veganos de 18% y de vegetarianos en 6,3%. En el mundo, Israel es el país con más población vegana: según una encuesta del diario Globes, 30% de israelíes no consume carne. En Latinoamérica, de acuerdo con una encuesta de Nielsen de 2016, México es el país con más vegetarianos de la región.” (Dinero, 2019).

Teniendo en cuenta lo anterior, las necesidades identificadas en el mercado son: Falta de oferta sostenible en el mercado de chocolate y sus derivados, para personas veganas y alérgicas a los frutos secos conscientes de su salud y los daños que el azúcar provoca.

ANTECEDENTES: En los antecedentes del producto se pueden encontrar dulces veganos, chocolate amargo, chocolate porcelano o de un amargo suave de distintas regiones de Colombia elaborado por la empresa Lok y barras de granola, las cuáles pueden sustituir también a los dulces.

Lo bueno:

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 4 de 36 |

-Dulces veganos: realizados sin ningún producto de origen animal, la mayoría utilizan como elemento principal un alga que permite cuajar de la misma forma que la gelatina y en su mayoría son deliciosos.

-Chocolate amargo de distintas regiones: Este chocolate es perfecto para la población que tiene problemas de intolerancia a la lactosa o la población vegana. Su sabor es muy puro y delicioso y dependiendo de la región logra crear distintas experiencias en la boca. -Barras de granola: Nutritivas, dulces y agradables al paladar.

Lo malo:

-Dulces Veganos: No logran alcanzar al dulce original, las gomitas por ejemplo son demasiado chiclosas y se pegan fácilmente a los dientes y, además, son difíciles de encontrar en el mercado colombiano, puesto que la mayoría de los dulces poseen gelatina, dificultando a las poblaciones veganas y vegetarianas el encontrar dulces para disfrutar.

-Chocolate amargo: A pesar de que se pueden encontrar chocolates de amargor suave, no a todas las personas les gusta el sabor amargo y muchas veces, no se usa chocolate amargo para la elaboración de diferentes postres, lo que dificulta encontrar para la población vegana chocolate no amargo y, además, pocos de estos chocolates, son endulzados con otro endulzante diferente al azúcar. Además, los productores de este tipo de chocolate se quedan solo con el chocolate y no lo siguen transformando y aprovechando para diversos postres que también pueden ser atractivos para la población como lo son los bombones de chocolate. -Barras de granola: Su aspecto no suele ser tan atractivo para las personas, muchas prefieren comerse un chocolate a una barra de granola. Solución: Crear chocolate sin leche de procedencia animal, sin leche de procedencia vegetal y sin azúcar apta para veganos y personas intolerantes a la lactosa.

- **PROPUESTA DE VALOR**

Producto: Chocolate de leche vegetal (no proveniente de soja ni de frutos secos) sin azúcar y endulzado con panela orgánico o Chocolate Vegano hipoalergénico Orgánico. Hacer posible lo imposible, elaborar chocolate sin leche animal o también llamada “vegetal”, sin azúcar y orgánico, endulzado con panela y leche de arroz.

- **CANVAS Early Adopters- Modelo Lean Startup DATOS GENERALES:**

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 5 de 36 |



¿En dónde se localizará la empresa (Ciudad donde se ubicará la sede principal de la empresa)?

Bogotá, Colombia.

I. ¿QUIÉN ES EL PROTAGONISTA?

1. Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección:

Ciente

- Perfil: 1) Personas Naturales entre los 15 años hasta los 50 años, quienes vivan en Colombia, que se preocupen por su salud, por el ambiente, por los animales o simplemente por religión o diferentes ideales, no consuman leche animal y desean tener una dulce y exótica experiencia solos o acompañados o simplemente, dar un dulce detalle.
- 2) Tiendas o establecimientos enfocados hacia la gastronomía, la salud de sus clientes, el medio ambiente y el no maltrato animal de Bogotá, Colombia.

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 6 de 36 |

- Localización: Colombia, Bogotá D.C.
- Justificación: Puesto que son la parte del mercado que más potencial tiene de adquirir nuestro producto y de necesitarlo.

Consumidor

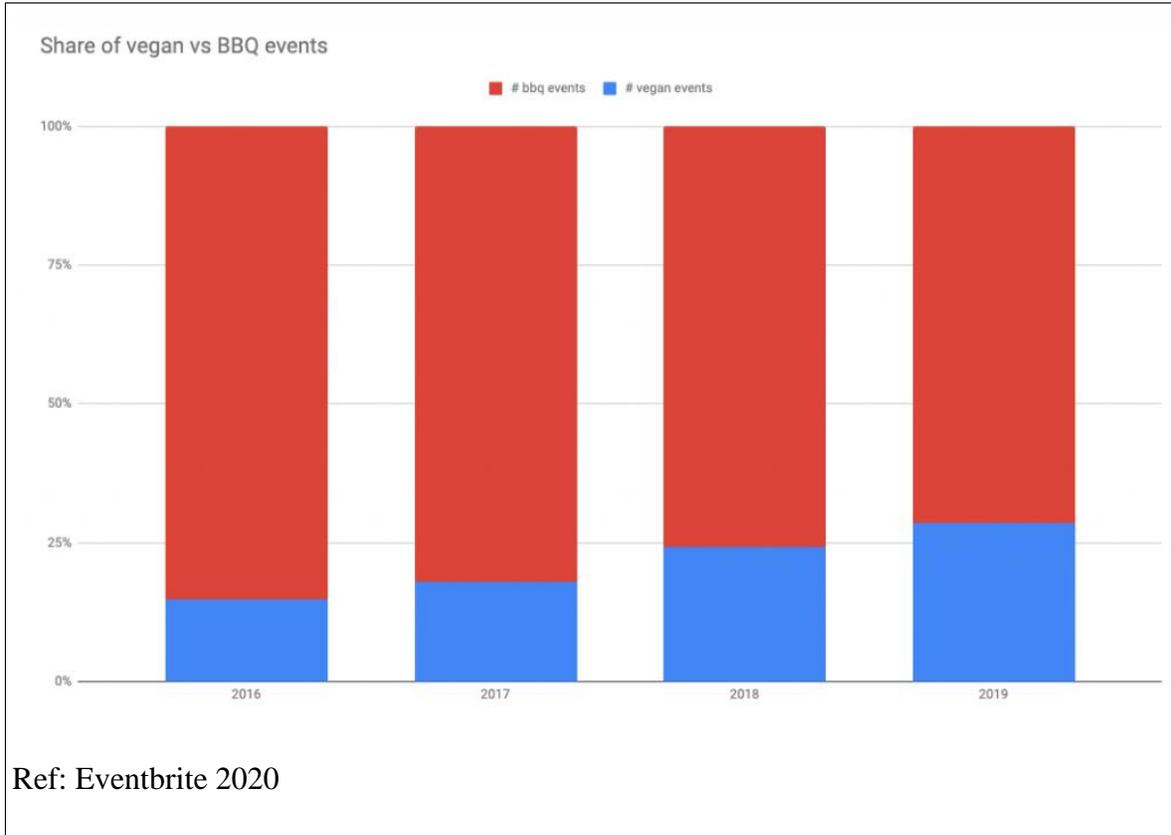
- Perfil: 1) Personas entre los 15 años hasta los 50 años que se preocupen por su salud, por el ambiente, por los animales o simplemente por religión o diferentes ideales, no consuman leche animal y desean tener una dulce y exótica experiencia solos o acompañados.
- 2. ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes / consumidores?

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Clientes: 1) Tiendas o establecimientos enfocados hacia la gastronomía, la salud de sus clientes, el medio ambiente y el no maltrato animal: Obtener un valor agregado de sus productos por medio de una alternativa más sana y deliciosa que cuide a sus clientes y corresponda con los ideales de la empresa de esas tendencias, orgánica y vegana, en el mercado. 2) Personas naturales: Regalar o consumir, un chocolate sin productos de procedencia animal ni azúcar, para que el consumidor pueda comerlo sin problemas y que este sea acorde a sus ideales o a su necesidad de no consumir azúcar. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores: Consumir un producto que se ajuste a sus ideales relacionados con la tendencia vegana o por salud. Una alternativa más sana y deliciosa con la que poder compartir experiencias o pasar dulces momentos a solas. |

II. **¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?**

3. ¿Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio?:

La tendencia vegana ha estado creciendo de forma uniforme los últimos 5 años, según Event Brite, cada vez son más los grandes eventos donde las personas consumen y buscan productos veganos y a pesar de que siguen siendo menores a la cantidad de eventos carnívoros, el mercado se ha estado desplazando a la tendencia vegana y cada vez hay menos eventos carnívoros y más eventos veganos. Lo anterior se ve mejor reflejado en la siguiente gráfica:



4. Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios más relevantes para su emprendimiento:

| Competencia | | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|--|---|
| | Competidor 1 (Lok) | Competidor 2 (Ambrosía) | Competidor 3 (Nacional de Chocolate) | Competidor n (incluir nombre) |
| Descripción | Empresa chocolatera. | Empresa Chocolatera | Empresa Chocolatera | |
| Localización | Bogotá D.C. | Bogotá D.C | Bogotá D.C. | |
| Bienes y servicios (atributos) | Realiza chocolates amargos con | Realiza diferentes | Realiza chocolate de | |

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 8 de 36 |

| | | | | |
|---------------------------|---|-------------------------------------|---|--|
| | diferentes porcentajes aptos para veganos e intolerantes a la lactosa. Maquilan chocolate. | presentaciones de chocolate. | leche animal común. | |
| Precios | Medio: 20.000 pesos en promedio. | Promedio: 20.000 pesos en promedio. | Promedio: 12000 pesos en promedio. | |
| Logística de distribución | Lok distribuye en diferentes tiendas alrededor del país y poseen sus propias tiendas en diferentes centros comerciales. | Posee una tienda en Bogotá D.C. | Distribuye en diferentes tiendas alrededor del país, mayor productor de chocolate en el país. | |
| Otros, ¿cuáles? | | | | |

- Defina su principal competencia. Justifique:

No se tiene una competencia directa debido a que ninguna empresa chocolatera o de confitería, realiza chocolate vegano. Pero en cuanto competencias indirectas se pueden localizar diferentes productores de postres veganos, sin embargo, el chocolate suele tener un atractivo mucho más alto que los otros postres disponibles en el mercado.

III. **¿CUÁL ES MI SOLUCIÓN?**

5. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2:

| | | |
|---|--|-----------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 9 de 36 |

Nota: La alternativa o solución debe ser descrita dando respuesta a los siguientes interrogantes: ¿qué se ofrece (concepto del negocio) y qué lo hace diferente (componente innovador)?

Concepto del negocio:

Realizar un chocolate sin leche de procedencia animal que sea bueno para la salud o en otras palabras, orgánico, sin grasas añadidas y con panela u otros endulzantes naturales como la stevia.

Componente innovador:

| Variable | Descripción de la innovación |
|----------------------|--|
| Concepto del negocio | Proveer productos libres de leche animal y orgánicos |
| Bien o servicio | Chocolate y derivados |
| Proceso | Know how de leches vegetales, junto con el know how de la utilización de componentes diferentes al azúcar como lo son la panela y la Stevia. |

- Elaborar el modelo Canvas (Osterwalder)
- **PROBLEM:** B2B - 1) Los postres veganos y saludables no suelen ser tan atractivos. 2) Son muy costosos y se vencen rápido. 3) Existen pocos productores de este tipo de dulces. B2C: 1) No pueden consumir leche animal. 2) Los postres comunes no son muy buenos para la salud. 3) No encuentran oferta en el mercado que les ayude a solventar esa necesidad.
- **EXISTING ALTERNATIVES:** -Dulces veganos -Chocolate amargo de distintas regiones -Barras de granola.
- **SOLUTION:** B2B - Poder ofrecer una maravillosa experiencia con un delicioso y atractivo postre como el chocolate a sus clientes. B2C - Chocolate de leche vegetal (no proveniente de soja ni de frutos secos) sin azúcar y endulzado con panela orgánico o Chocolate Vegano hipoalergénico Orgánico. Hacer posible lo imposible, elaborar chocolate sin leche animal o vegetal proveniente de frutos secos, sin azúcar y orgánico, utilizando panela y leche de arroz.

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 10 de 36 |

- **KEY METRICS:** Control de calidad Posicionamiento de marca Formación de fuerza de ventas Transporte de los productos a las diferentes partes de distribución (tiendas, restaurantes, etc.) Canales de atención al cliente en servicio: Virtuales (página web, redes sociales, etc). Otras: Teléfono y celular. Domiciliarios/mensajeros. Se realizarán diferentes encuestas por medios virtuales para saber sobre el servicio al cliente. Formas de pago activadas: PSE, Cuentas bancarias, Recibos para pagos a contado.
- **UNIQUE VALUE PROPOSITION:** Notas de chocolate para todo aquel que desee disfrutar una sinfonía de aprecio, una maravillosa experiencia en el paladar sin preocuparse por su salud y el ambiente.
- **HIGH-LEVEL CONCEPT:** Dulce experiencia natural.
- **UNFAIR ADVANTAGE:** El producto no existe en el mercado puesto que posee una receta especial a base de leche vegetal, panela y el sabor del cacao es único.
- **CUSTOMER SEGMENTS:** *B2B* -Empresas (restaurantes, distribuidoras, tiendas relacionadas con tendencias saludables) *B2C* - Personas que no pueden consumir alimentos con leche animal ya sea por salud o por estilo de vida o que les guste cuidar su salud.
- **EARLY ADOPTERS:** Personas naturales con pensamiento ecológico, no consumen leche animal y se preocupan por su salud.
- **CHANNELS:** Restaurantes, tiendas, local, canales virtuales (ownership).
- **COST STRUCTURE:** Costos fijos: Materia prima (cacao, manteca de cacao, pulpa de frutas, panela), Electricidad, agua, nómina, implementos de aseo y empaques. Costos variables: Transporte de productos, Implementos chocolateros y máquinas.
- **REVENUE STREAMS:** Venta de activos: Productos a base de cacao orgánico

Para ver la gráfica por favor acercar: (toda la información de esta está arriba)

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| PROBLEM B2B: 1) Los postres veganos y saludables no suelen ser tan atractivos. 2) Son muy costosos y se venden rápido. 3) Existen pocos productores de este tipo de dulces. B2C: 1) No pueden consumir leche animal. 2) Los postres comunes no son muy buenos para la salud. 3) No encuentran oferta en el mercado que les ayude a solventar esa necesidad. | SOLUTION B2B: Poder ofrecer una maravillosa experiencia con un delicioso y atractivo postre como el chocolate a sus clientes. B2C: Chocolate de leche vegetal (no proveniente de soja ni de frutos secos) sin azúcar y endulzado con panela orgánica o Chocolate Vegano hiperalérgico Orgánico. Haber posible lo imposible, elaborar chocolate sin leche animal o vegetal proveniente de frutos secos, sin azúcar y orgánico, utilizando panela y leche de arroz. | UNIQUE VALUE PROPOSITION Notas de chocolate para todo aquel que desee disfrutar una sinfonía de aprecio, una maravillosa experiencia en el paladar sin preocuparse por su salud y el ambiente. | UNFAIR ADVANTAGE -Producto no existe en el mercado puesto que posee una receta especial a base de leche vegetal y el sabor del cacao es único. | CUSTOMER SEGMENTS B2B: Empresas (restaurantes, distribuidoras, tiendas relacionadas con tendencias saludables) B2C: Personas que no pueden consumir alimentos con leche animal ya sea por salud o por estilo de vida o que les guste cuidar su salud. |
| EXISTING ALTERNATIVES -Dulces veganos -Chocolate amargo de distintas regiones -Barras de granola | KEY METRICS Control de calidad Posicionamiento de marca Formación de fuerza de ventas Transporte de los productos a las diferentes partes de distribución (tiendas, restaurantes, etc.) Canales de atención al cliente en servicio: Virtuales (página web, redes sociales, etc). Otras: Teléfono y celular. Domiciliarios/mensajeros. Se realizarán diferentes encuestas por medios virtuales para saber sobre el servicio al cliente. Formas de pago activadas: PSE, Cuentas bancarias, Recibos para pagos a contado. | HIGH-LEVEL CONCEPT Dulce experiencia natural | CHANNELS Restaurantes, tiendas, local, canales virtuales (ownership). | EARLY ADOPTERS Ecológicos, no consumen leche animal y se preocupan por su salud. |
| COST STRUCTURE Costos fijos: Materia prima (cacao, manteca de cacao, pulpa de frutas, panela), Electricidad, agua, nómina, implementos de aseó y empaques. Costos variables: Transporte de productos, Implementos chocolateros, máquinas y publicidad. | | REVENUE STREAMS Venta de activos: Productos a base de cacao orgánico | | |

Ref: Lean Stack (2019) Lean Canvas model

- Ventajas Competitivas frente a la Competencia (¿Qué ventajas tiene sobre otros negocios similares? ¿Qué habilidades tiene que aseguren su éxito y triunfo en el mercado? ¿Qué lo protege de que lo imiten?)

La ventaja competitiva que se posee es la de realizar productos 100% veganos de alta calidad con procesos artesanales, escogiendo los mejores granos de cacao (proceso indicado en la cadena de valor) para la realización de este y teniendo en cuenta en nuestra cadena de valor a nuestros proveedores de Leches vegetales y de endulzantes, junto con recetas desarrolladas al 100% por nosotros que nadie en el mercado posee. La protección radica en la receta y el know how del uso de las leches vegetales en el chocolate y en el uso del cacao, si no se posee cierto cuidado a la hora de realizarlo, el chocolate se podrá ver afectado en calidad, textura y sabor. Si bien, muchos han intentado realizarlo, nadie ha logrado obtener el sabor y la textura que Cubun Cacao ha logrado con una leche vegetal. De igual forma, la innovación y el desarrollo es fundamental, por tanto, nuestras recetas no son estáticas y seguirán mejorando.

6. ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)?

Nota: Dentro de los resultados, destaque la identificación de las motivaciones que tienen los clientes para adquirir su producto.

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 12 de 36 |

Se válido debido a las críticas y la naciente demanda que adquirió nuestro producto a tal punto de atraer a diferentes influenciadores del mundo vegano y orgánico. Muchos consumidores, habían esperado por años la realización de este tipo de productos. Se obtuvo contacto y se atrajeron diferentes tiendas relacionadas con esta tendencia. En cuando a la validación del precio, viene del estudio del mercado y de los clientes. 1) En el mercado se encuentra Lok y Tibitó, Lok con una barra de un cacao de alta calidad y elementos comunes y tradicionales en la receta del chocolate (cacao no orgánico, lecitina de soya, manteca de cacao común, azúcar común) posee en el mercado un precio de 144 pesos el gramo y Tibitó, una gran marca chocolatera como Lok, también con cacao de alta calidad y sabores diferentes, con premios nacionales, posee un precio de 247 pesos el gramo de su chocolate. Por tanto, nuestro precio esta entre el rango de estos dos chocolates, si bien es diferente, se mantiene en un precio medio de 200 pesos el gramo, teniendo en cuenta variables como Alta calidad y los valores agregados (orgánico, sin azúcar, vegano). 2) Por medio de comentarios y feedback que el consumidor y nuestros clientes de tiendas y pastelerías dieron al momento de comprar los productos y después de haberlos consumido por los medios virtuales (Instagram y Facebook).

7. Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.

Nota: En caso de haber realizado ventas, relacione las cantidades e ingresos generados. Si cuenta actualmente con un producto mínimo viable o infraestructura, realice una descripción de los mismos.

| Aspecto | Avance |
|----------------------|---|
| Técnico – productivo | Ya se tienen máquinas suficientes para realizar la producción, existe un proceso estándar para la realización del chocolate, se ha mejorado en el proceso de temperado y se ha mejorado el empaque. |
| Comercial | Se han realizado redes sociales para contactar a clientes y consumidores directos, se han realizado negocios y acuerdos con diferentes tiendas relacionadas con las tendencias y los productos han sido promocionados por una influencer en estas tendencias. |
| Legal | Realización de cursos en la cámara de comercio para empezar a tramitar el Invima y recibir capacitación sobre la creación de una empresa. |

8. Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos (bienes o servicios) que componen su portafolio:

| Item | | Descripción |
|-------------------------|--|---|
| Producto específico: | Denominación común del bien o servicio | Derivado del Cacao. |
| Nombre comercial: | Denominación comercial que se propone | Chocolate orgánico vegano endulzado con panela. |
| Unidad de medida: | Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo, tonelada, paquete de 12 unidades, horas de consultoría, etc) | Gramos. |
| Descripción general: | Descripción de las características técnicas del bien o servicio | Derivado del Cacao realizado con materia prima sin insecticidas ni herbicidas, con leches vegetales y con un derivado de la caña de azúcar menos procesado que el azúcar moreno o el azúcar blanco, por tanto, mejor e incluso beneficioso para la salud. |
| Condiciones especiales: | Describe las advertencias o condiciones especiales del almacenamiento o uso del producto / servicio | No dejar expuesto al sol y mantener en zonas secas y sombreadas. |
| Composición | Descripción de la composición del producto | Cacao orgánico, panela, manteca de cacao orgánico, leche vegetal (arroz). |
| Otros | ¿cuál? _____ | |

IV. ¿CÓMO DESARROLLO MI SOLUCIÓN?

9. ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto:

Vendiendo el producto a clientes B2B y B2C por medio de diferentes plataformas virtuales.

10. Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos:

| Cliente | |
|--|--|
| ¿Cuáles son los volúmenes y su frecuencia de compra? | 156 barras de chocolate de tomar 1555 bombones de Chocolate 350 barras de chocolate 14 kilos de chocolate Cada mes |
| ¿Qué características se exigen para la compra? | Calidad del chocolate, presentación agradable y elegante, empaque sostenible o sencillo. |
| Sitio de compra | Directamente desde las redes sociales. |
| Forma de pago | Efectivo, Daviplata, Nequi, Movii, y consignación a cuenta bancaria. |
| Precio | 200 pesos el gr de chocolate, 111 pesos el gr de chocolate de tomas y 2000 pesos cada bombón. |
| Requisitos post – venta | Realizar el pedido escogiendo las características deseadas. Estrategia de fidelidad de clientes por medio de redes sociales y Word of mouth. |
| Garantías | Si el chocolate sale en mal estado, se cambia por otro producto o se devuelve el dinero. |
| Margen de comercialización | $200 (\text{Precio de venta}) - 70 (\text{Coste del producto}) = 130$, $111 - 60 = 51$, $2000 - 1100 = 900$ |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 15 de 36 |

| Consumidor | |
|---|---|
| ¿Dónde compra? | En los diferentes distribuidores, pastelerías y tiendas o por medio de los canales virtuales (Instagram, Facebook, página web) |
| ¿Qué características se exige para la compra? | Calidad del chocolate, sin elementos de procedencia animal, presentación agradable y elegante, empaque sostenible o sencillo. |
| ¿Cuál es la frecuencia de compra? | Cada semana |
| Precio | 8.000 barra 40gr de diferentes variedades de Chocolate 10.000 barra de 90 gr Chocolate de tomar 20.000 bombones de Chocolate 10 unds. |

11. Realice la proyección de cantidades y precios de venta (mensual). Justifique los resultados y señale la forma de pago:

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Proyección cantidades: 56kg al mes, 672 Kg al año. • Proyección precios de venta: $(42 \text{ kg}) 8'400.000 + (14 \text{ Kg}) 1'554.000 = 9'954.000$ de pesos al mes, 119'448.000 de pesos al año. • Forma de pago (contado / crédito) *: Contado |
| Justificación: Cada 2 semanas se pueden realizar 14 Kg de chocolate con la maquinaria y la mano de obra disponible ahora, al mes serían 56 kg y dado que el chocolate de tomar cuesta menos se suma al precio del otro. |

12. Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

Normatividad empresarial (constitución empresa): **RESOLUCION 1511 DE 2011**
RESOLUCIÓN 2674 DE 2013

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 16 de 36 |

La Resolución 5109 de 2005

- Normatividades tributarias la ley 20.628 y modificatorias (ganancias), Decreto 280/97 (IVA), la ley 25.063 (ganancia mínima presunta) y la ley 23.966 (bienes personales).
- Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos): Registro Invima.
- Normatividad laboral: ley de contrato de trabajo (N° 20.744), la ley de Régimen Laboral (N° 25.877), ley de Protección del Trabajo –trabajo no registrado o en negro - (N° 24.013), ley de Riesgos de Trabajo (N° 24.557). **Leyes de previsión social.**
- Normatividad ambiental: Resolución 1447 de 2018 monitoreo, reporte y verificación de acciones de mitigación a nivel de reducción de gases invernadero. Ley 1931 – directrices para gestión de cambio climático.
- Registro de marca: Superintendencia de industria y comercio.
- Resolución 52 del 21 de junio de 2016: Registro Único Tributario (RUT) y su actualización de oficio a través de las Cámaras de Comercio.

13. Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio:

Nota: Para los proyectos agropecuarios, debe identificarse las condiciones ambientales como: clima, temperatura, altitud, topografía, pluviosidad, y demás requisitos de alimentación (pecuario) o fertilización (agrícola) etc.

Manejo de alimentos, chocolatería, estructura de planta, mercadeo, inocuidad, valores nutricionales, gastronomía química, repostería, control de calidad, gestión organizacional, gestión humana.

14. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos.

14.1 ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación?

Si, debido a que es un producto físico y este debe cumplir con toda la norma Invima.

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 17 de 36 |

14.2 Identifique los requerimientos de inversión:

| Tipo de Activo | Descripción | Cantidad | Valor Unitario * | Requisitos técnicos |
|--|---|-----------------|-------------------------|----------------------------|
| Infraestructura - Adecuaciones | Bodega o lugar de almacenamiento | 2 | 200'000.000 | Invima |
| | Baño | 2 | 25'000.000 | Sanidad |
| | Cuarto para proceso operacional principal | 2 | 10'000.000 | Invima |
| | Cocina | 1 | 20'000.000 | Invima |
| | Cuarto para descanso de empleados | 1 | 15'000.000 | Invima |
| | Recepción | 1 | 15'000.000 | No |
| Maquinaria y Equipo | Conchadora | 2 | 4'500.000 | Invima |
| | Tostadora | 1 | 3'500.000 | Invima |
| | Molino de discos | 1 | 1'500.000 | Invima |
| | Descascaradora | 1 | 1'500.000 | Invima |
| | Refrigerador | 2 | 700.000 | Invima |
| | Microondas | 1 | 400.000 | Invima |
| | Prensa | 1 | 6'500.000 | Invima |
| | Deshidratador | 1 | 1'000.000 | Invima |
| Equipo de comunicación y computación | Aerógrafo | 1 | 500.000 | Invima |
| | Teléfono | 2 | 100.000 | |
| | Computadora | 1 | 2'000.000 | |
| | Impresora | 1 | 500.000 | |
| Muebles y enseres y otros | | | | |
| | Mesón | 1 | 150.000 | |
| | Mesa de acero inoxidable | 2 | 650.000 | |
| | Silla | 6 | 100.000 | |
| | Escritorio | 3 | 300.000 | |
| | Termómetro | 4 | 70.000 | Invima |

| | | | | |
|-------------------------------|------------------------------------|----|-----------|--------|
| Otros (incluido herramientas) | Espátula | 6 | 30.000 | Invima |
| | Molde | 12 | 60.000 | Invima |
| | Recipiente Acero inoxidable | 10 | 30.000 | Invima |
| | Herramienta chocolatera | 6 | 20.000 | Invima |
| | Recipiente plástico | 20 | 16.000 | Invima |
| | Ollas de acero inoxidable | 4 | 100.000 | Invima |
| | Gramera | 4 | 60.000 | Invima |
| | Báscula | 1 | 300.000 | Invima |
| | Pistola de calor | 2 | 150.000 | |
| Gastos pre - operativos | Invima | 1 | 2,790,165 | No |
| | Cámara de comercio - Formalización | 1 | 174.000 | No |

*El valor debe incluir todos los impuestos y costos asociados a su compra y ubicación en el lugar donde operará el negocio.

14.3 Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios.

Nota: Si ha seleccionado el sitio de operación, realizar la consulta del POT / EOT para validar que este lugar se encuentra habilitado para el uso del suelo que usted requiere y la demás normatividad que aplica para su negocio.

Adecuaciones según Invima: Cocina cerrada, paredes lisas, esquinas redondeadas, con agua potable y tanque de agua, baño y sala de descanso para empleados.

14.4 ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación?

No

14.4.1 Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados:

No

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 19 de 36 |

14.4.2 En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias etc., ¿cómo financiará este mayor valor?

No

15. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

| | | | | | |
|--|---|--|---|--|---|
| Bien / Servicio: | Chocolate | | | | |
| Unidades a producir: | 14kg | | | | |
| Actividad del proceso | Tiempo estimado de realización (minutos / horas) | Cargos que participan en la actividad | Número de personas que intervienen por cargo | Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto / unidad de tiempo) | Impactos Ambientales y sociales / Estrategia de mitigación |
| Actividad 1: Tostado y elección de granos | 3 horas | Chocolatero | 1 | 2 | No |
| Actividad 2: Descascarillar y extraer | 4 horas | Operadores | 2 | 1 | No |
| Actividad 3: Otros | 15 minutos | Operadores | 2 | 1 | No |
| Actividad 4: Temperado | 2 horas | Operadores | 2 | 2 | No |
| Actividad 5: Conchar | 32 horas | Operadores | 2 | 1 | No |
| Actividad 6: Otros | 15 minutos | Chocolatero y técnico chocolatero | 2 | 1 | No |

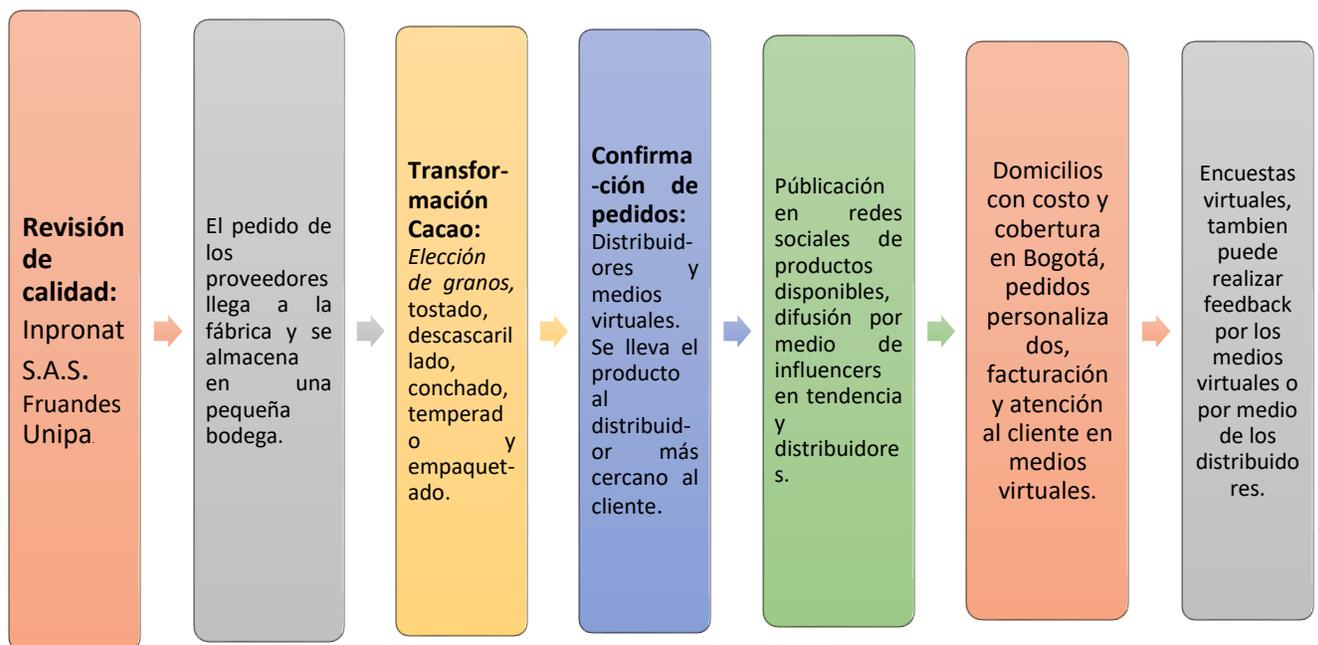
| | | | | |
|---|--|--|------------------|--|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | | Registro OMP: | |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | | Página: 20 de 36 | |

| | | | | | |
|---------------------------------|------------------------|------------|---|---|------------------------------------|
| Actividad 7: Empacar | 15 minutos | Operadores | 2 | 0 | Empaques amigables con el ambiente |
| Total | 41 horas y 45 minutos. | 4 | 4 | | |

- Realice un diagrama que detalle las actividades de su sistema de negocio (proveedor, producción, transformación, comercialización, logística, servicio post venta, disposición de residuos, etc). Explicar cada actividad.

CADENA DE VALOR – Red de transferencia de valor

Proveedores – Logística Interna – Operaciones – Logística Externa- Marketing Ventas – Servicios - Cliente



Disposición de residuos: En todos los procesos desde logística interna.

Se realizará según cada proceso, en cada uno se clasificarán los residuos de orgánicos, reciclables y no reciclables. El deshecho de no reciclables se mantiene al mínimo utilizando la reutilización de estos (envases de plástico, bolsas, etc.), cuando terminen su ciclo de vida, serán recogidos por las empresas correspondientes para el aprovechamiento de estos (Fundación con vida y Karubag).

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 21 de 36 |

- **NEGOCIOS VERDES** (Por qué se considera la idea un Negocio Verde, resaltar los Impactos ambientales y sociales más impactantes, las buenas prácticas ambientales)

Cubun Cacao será una empresa que busca la sostenibilidad ambiental con procesos de innovación y velamos porque nuestros procesos sean cíclicos para realizar productos amigables con el ambiente y poder proveer a las generaciones futuras un medio ambiente propicio para su crecimiento, es por esto mismo, que los productos están fuertemente arraigados a las tendencias Vegana y orgánica.

16. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa?

56.000gr al mes de 4 coberturas, 14kg de cada una.

17. Equipo de trabajo

17.1 ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Perfil (Formación, experiencia general y experiencia relacionada con la idea de negocio): La profesión del emprendedor es de Chocolatería (Curso de Gato dumas), para los conocimientos sobre la parte técnica y operativa del negocio (procesos de producción y calidad) y Negocios Internacionales, para la parte administrativa, financiera y marketing. En cuanto a idiomas, se posee un nivel de inglés B2. Experiencia profesional: participación en ferias de gastronomía. • Rol: Gerente. • Dedicación (Tiempo completo / tiempo parcial): Tiempo completo |
|--|

17.2 ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?

| Nombre del Cargo | Funciones principales | Perfil requerido | | | Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina) | Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial) | Unidad | Valor remuneración * | Mes de vinculación |
|------------------|---------------------------|---|----------------------------|-------------------------------|--|---|--------|----------------------|--------------------|
| | | Formación | Experiencia General (años) | Experiencia Específica (años) | | | | | |
| Chocolatero | Operaciones de producción | Certificado Profesional en chocolatería | 4 o 5 años | 4 años | | 8 hrs | 1 | 2'000.000 | |

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|------------------|--|--|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | | | | Registro OMP: | | |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | | | | Página: 22 de 36 | | |

| | | | | | | | | | |
|------------------------|---------------------------------------|---|---------|---------|-------------------|-------------------|---|-----------|-------|
| | | | | | Nómina Directo | | | | Enero |
| Técnico Chocolatero | Operacion ales de producción | SENA o certificado técnico chocolater o | 6 meses | 6 meses | Nómina Directo | 8 hrs | 1 | 1'200.000 | Enero |
| Contador | Administra tivas | Profesiona l en contaduría | 6 meses | 0 | Nómina Directo | Tiempo parcial | 1 | 550.000 | Enero |
| Vendedor | Operacion ales de ventas | Bachillerat o | 2 años | 0 | Nómina Directo | 8 hrs | 1 | 1'500.000 | Enero |
| Gerente | Operacion al administrat ivo | Profesiona l en negocios internacion ales | 3 años | 0 | Nómina Directo | 8 hrs | 1 | 1'500.000 | Enero |

- Justificar por qué este equipo de trabajo y no otro es el más adecuado para implementar el negocio.

Porque es lo mínimo requerido para operar. El chocolatero es la base fundamental, el tempera y realiza los procesos importantes del chocolate. El técnico chocolatero, lo ayuda a realizar sus funciones, su conocimiento básico en chocolate hace que pueda realizar tareas sencillas que pueden implicar mucho tiempo. El contador es necesario para la parte normativa, ya que toda la contabilidad debe estar avalada y sellada por un contador con tarjeta profesional, sin embargo, este se necesita solo para una pequeña cantidad de tiempo. El vendedor es importante para atraer nuevos clientes y mantener los clientes. El gerente es importante para revisar estrategias de venta, revisar la producción, revisar la parte de la normativa, organizar la empresa y mantenerla a flote para que los demás empleados puedan realizar su trabajo.

V. ¿CUÁL ES EL FUTURO DE MI NEGOCIO?

18. ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 23 de 36 |

| Estrategia de promoción (Creación de marca): Logo, nombre, elementos de marca. Propósito: Generar identidad a la empresa y posicionamiento de marca | | | | |
|--|---|------------------|-----------|--|
| Actividad | Recursos requeridos | Mes de ejecución | Costo | Responsable (Nombre del cargo líder del proceso) |
| Generar elementos de marca | Diseñador gráfico | 1 | \$100.000 | Gerente |
| Redes sociales y blog | Facebook, instagram, blogger, twitter y linked in | 1 | \$0 | Gerente |
| Costo Total | | | \$100.000 | Gerente |

| Estrategia de promoción (Branded Content y Marketing digital): Propósito: Atraer clientes y dar posicionamiento a la marca | | | | |
|---|---|------------------|-----------------------|--|
| Actividad | Recursos requeridos | Mes de ejecución | Costo | Responsable (Nombre del cargo líder del proceso) |
| Atención al cliente en servicios sociales | Facebook, instagram, blogger, twitter y linked in | 1 | Comisión de + 100.000 | Vendedor |
| Fotos y publicidad | Diseñador Gráfico | 1 | \$100.000 | Gerente |
| Contenido | Facebook, instagram, twitter y linked in | 1 | Comisión de 100.000 | Chocolatero, vendedor y Gerente |
| Costo Total | | | \$300.000 | Chocolatero, Vendedor y Gerente |

| Estrategia de promoción (Veganizer): Contratar influencers relacionados a nuestra propuesta de valor Propósito: Atraer nuevos clientes y realizar un posicionamiento de marca | | | | |
|--|---------------------|------------------|-------|--|
| Actividad | Recursos requeridos | Mes de ejecución | Costo | Responsable (Nombre del cargo líder del proceso) |
| Encontrar influencers acordes a los valores de la empresa | Youtube e Instagram | 1 | \$0 | Gerente |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 24 de 36 |

| | | | | |
|---|---------------------|---|-----------|--------------------|
| Enviar productos a los diferentes influencers | Productos | 1 | \$100.000 | Gerente |
| Patrocinar canales de youtube | Productos y youtube | 1 | \$40.000 | Vendedor y Gerente |
| Costo Total | | | \$140.000 | Vendedor y gerente |

19. ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?

Debido a que ya se tienen las máquinas mínimas necesarias para empezar producción, se arrancarían en 2 meses para organizar, conseguir el lugar y realizar los arreglos pertinentes.

20. ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?

El tiempo muerto estimado es de 2 meses mientras se realizan las preparaciones y adecuaciones del lugar.

21. Realice Flujo de Caja libre proyectado a cinco años (mensual para el primer año, trimestral el segundo año, anual los años siguientes)

- Primer año:

| Concepto/período | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio |
|-------------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| SALDO INICIAL EN BANCO | \$ 8.300.000 | \$ 8.130.000 | \$ 7.960.000 | \$ 3.311.410 | -\$ 162.040 | -\$ 1.991.009 |
| VENTAS DE CONTADO | \$ - | \$ - | \$ 5.000.000 | \$ 7.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 9.000.000 |
| INGRESOS MES | \$ - | \$ - | \$ 12.960.000 | \$ 10.311.410 | \$ 7.837.960 | \$ 7.008.991 |
| EGRESOS | | | | | | |
| COSTOS FIJOS | \$ - | \$ - | \$ 1.344.840 | \$ 1.344.840 | \$ 1.344.840 | \$ 1.344.840 |
| GASTOS BANCARIOS | \$ 20.000 | \$ 20.000 | \$ 20.000 | \$ 20.000 | \$ 20.000 | \$ 20.000 |
| SEGURIDAD SOCIAL | \$ - | \$ - | \$ 1.383.750 | \$ 1.383.750 | \$ 1.383.750 | \$ 1.383.750 |
| NÓMINA | \$ - | \$ - | \$ 6.750.000 | \$ 6.750.000 | \$ 6.750.000 | \$ 6.750.000 |
| SERVICIOS PÚBLICOS | \$ 150.000 | \$ 150.000 | \$ 150.000 | \$ 150.000 | \$ 150.000 | \$ 150.000 |
| IMPUESTOS | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 824.860 | \$ 180.379 | \$ 1.469.860 |
| TOTAL GASTOS | \$ 170.000 | \$ 170.000 | \$ 8.303.750 | \$ 9.128.610 | \$ 8.484.129 | \$ 9.773.610 |
| TOTAL EGRESOS | \$ 170.000 | \$ 170.000 | \$ 9.648.590 | \$ 10.473.450 | \$ 9.828.969 | \$ 11.118.450 |
| SALDO A FINAL DEL MES | \$ 8.130.000 | \$ 7.960.000 | \$ 3.311.410 | -\$ 162.040 | -\$ 1.991.009 | -\$ 4.109.459 |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 25 de 36 |

| Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total Primer año |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------------|
| -\$ 4.109.459 | -\$ 3.788.428 | -\$ 4.379.878 | -\$ 2.308.847 | -\$ 2.287.297 | -\$ 241.266 | \$ 8.300.000 |
| \$ 10.200.000 | \$ 11.000.000 | \$ 12.000.000 | \$ 12.000.000 | \$ 12.000.000 | \$ 13.340.000 | \$ 99.540.000 |
| \$ 6.090.541 | \$ 7.211.572 | \$ 7.620.122 | \$ 9.691.153 | \$ 9.712.703 | \$ 13.098.734 | \$ 107.840.000,00 |
| \$ 40.020.000 | | | | | | |
| \$ 1.344.840 | \$ 1.344.840 | \$ 1.344.840 | \$ 1.344.840 | \$ 1.344.840 | \$ 1.344.840 | \$ 13.448.400 |
| \$ 20.000 | \$ 20.000 | \$ 20.000 | \$ 20.000 | \$ 20.000 | \$ 20.000 | \$ 240.000 |
| \$ 1.383.750 | \$ 1.383.750 | \$ 1.383.750 | \$ 1.383.750 | \$ 1.383.750 | \$ 1.383.750 | \$ 13.837.500 |
| \$ 6.750.000 | \$ 6.750.000 | \$ 6.750.000 | \$ 6.750.000 | \$ 6.750.000 | \$ 6.750.000 | \$ 67.500.000 |
| \$ 150.000 | \$ 150.000 | \$ 150.000 | \$ 150.000 | \$ 150.000 | \$ 150.000 | \$ 1.800.000 |
| \$ 230.379 | \$ 1.942.860 | \$ 280.379 | \$ 2.329.860 | \$ 305.379 | \$ 2.329.860 | \$ 9.893.816 |
| \$ 8.534.129 | \$ 10.246.610 | \$ 8.584.129 | \$ 10.633.610 | \$ 8.609.129 | \$ 10.633.610 | \$ 93.271.316 |
| \$ 9.878.969 | \$ 11.591.450 | \$ 9.928.969 | \$ 11.978.450 | \$ 9.953.969 | \$ 11.978.450 | \$ 106.719.716 |
| -\$ 3.788.428 | | | | | | |
| -\$ 4.379.878 | | | | | | |
| -\$ 2.308.847 | | | | | | |
| -\$ 2.287.297 | | | | | | |
| -\$ 241.266 | | | | | | |
| \$ 1.120.284 | | | | | | \$ 1.120.284 |

• Segundo año

| Concepto/período | Trimestre I | Trimestre II | Trimestre III | Trimestre IV | Total Segundo año |
|-------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| SALDO INICIAL EN BANCO | \$ 1.120.283,76 | -\$ 7.060.385,52 | -\$ 8.684.293,60 | -\$ 13.291.642,88 | \$ 1.120.283,76 |
| VENTAS DE CONTADO | \$ 25.448.000,00 | \$ 28.000.000,00 | \$ 30.000.000,00 | \$ 36.000.000,00 | \$ 119.448.000 |
| INGRESOS MES | \$ 26.568.284 | \$ 20.939.614 | \$ 21.315.706 | \$ 22.708.357 | \$ 120.568.283,76 |
| EGRESOS | | | | | |
| COSTOS FIJOS | \$ 4.034.520 | \$ 4.034.520 | \$ 4.034.520 | \$ 4.034.520 | \$ 16.138.080,00 |
| GASTOS BANCARIOS | \$ 22.000,00 | \$ 22.000,00 | \$ 22.000,00 | \$ 22.000,00 | \$ 88.000,00 |
| SEGURIDAD SOCIAL | \$ 4.151.250,00 | \$ 4.151.250,00 | \$ 4.151.250,00 | \$ 4.151.250,00 | \$ 16.605.000,00 |
| NÓMINA | \$ 20.250.000,00 | \$ 20.250.000,00 | \$ 20.250.000,00 | \$ 20.250.000,00 | \$ 81.000.000,00 |
| SERVICIOS PÚBLICOS | \$ 450.000,00 | \$ 450.000,00 | \$ 450.000,00 | \$ 450.000,00 | \$ 1.800.000,00 |
| IMPUESTOS | \$ 4.720.899,28 | \$ 716.138,08 | \$ 5.699.579,28 | \$ 916.138,08 | \$ 12.052.754,72 |
| TOTAL GASTOS | \$ 29.594.149,28 | \$ 25.589.388,08 | \$ 30.572.829,28 | \$ 25.789.388,08 | \$ 111.545.755 |
| TOTAL EGRESOS | \$ 33.628.669,28 | \$ 29.623.908,08 | \$ 34.607.349,28 | \$ 29.823.908,08 | \$ 127.683.834,72 |
| SALDO A FINAL DEL MES | -\$ 7.060.385,52 | -\$ 8.684.293,60 | -\$ 13.291.642,88 | -\$ 7.115.550,96 | -\$ 7.115.551 |

• Tercer – Cuarto – Quinto año

| Concepto/período | Total Tercer año | Total Cuarto año | Total Quinto año |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| SALDO INICIAL EN BANCO | -\$ 7.115.550,96 | \$ 44.579.643,44 | \$ 113.079.597,56 |
| VENTAS DE CONTADO | \$ 284.400.000,00 | \$ 312.840.000,00 | \$ 341.280.000,00 |
| INGRESOS MES | \$ 277.284.449,04 | \$ 357.419.643,44 | \$ 454.359.597,56 |
| EGRESOS | | | |
| COSTOS FIJOS | \$ 64.981.513,14 | \$ 198.193.615,09 | \$ 72.324.424,13 |
| GASTOS BANCARIOS | \$ 264.000,00 | \$ 805.200,00 | \$ 293.832,00 |
| SEGURIDAD SOCIAL | \$ 52.803.900,00 | \$ 161.051.895,00 | \$ 58.770.740,70 |
| NÓMINA | \$ 99.600.000,00 | \$ 303.780.000,00 | \$ 110.854.800,00 |
| SERVICIOS PÚBLICOS | \$ 2.400.000,00 | \$ 7.320.000,00 | \$ 2.671.200,00 |
| IMPUESTOS | \$ 12.655.392,46 | \$ 38.598.946,99 | \$ 14.085.451,80 |
| TOTAL GASTOS | \$ 167.723.292 | \$ 511.556.042 | \$ 186.676.025 |
| TOTAL EGRESOS | \$ 232.704.805,60 | \$ 244.340.045,88 | \$ 259.000.448,63 |
| SALDO A FINAL DEL MES | \$ 44.579.643 | \$ 113.079.598 | \$ 195.359.148,93 |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 26 de 36 |

El flujo de caja fue realizado a partir del poder de producción de la empresa, con los costos según el costo de la materia primar, la cuenta de la nómina, servicios públicos, impuestos según la razón de la empresa (S.A.S) y otros gastos. Las ventas a contado son según la producción del chocolate (el mínimo de producción). En cuanto al segundo año, las ventas son mayores debido a que aquí se tiene en cuenta que se tienen más clientes, por tanto, la producción también aumenta y junto con ello, los costos. En el tercer año, se realiza una inversión para aumentar la producción, ya que para este año, la producción puede no alcanzar la demanda si se tiene en cuenta el crecimiento de la tendencia vegana y de las tendencias saludables, por tanto, los costos aumentan en \$20.000.000 más junto con un 4% de inflación en los egresos, puesto que es lo más alto que pudiese subir la inflación en 3 años y es posible que no se logré vender toda la producción basándose en una perspectiva más negativa, en donde se venda máximo el 70% de la capacidad total. Ya en el cuarto año, la demanda puede crecer más, por tanto, suben las ventas y la producción a un 80% de la capacidad total pero así mismo, la inflación puede subir un máximo de 5% para ese año y, por tanto, los egresos también suben. En el quinto año, se espera suba la demanda del producto y se logré al menos utilizar un 85% de la capacidad total, con una inflación máxima del 6%. Cabe mencionar que, en estos últimos 3 años, se comprarán máquinas para aumentar la capacidad de producción y realizar escalamiento de los procesos.

22. Supuesto Financieros para realizar las proyecciones

La financiación de este emprendimiento contará con un aporte inicial de \$8'300.000 COP por parte del emprendedor para capital, con el cuál se impulsará la empresa en el primero año (gastos de nómina, permisos, certificaciones, materia prima, etc). Para está proyección, se tiene en cuenta el crecimiento de la inflación a partir del 3% como se estima según el banco mundial. Por tanto, los diferentes valores crecen con una inflación del 3% luego se estima un crecimiento del 4%, 5% y del 6% máximo para el último año. En cuanto al segundo año, solo se estimará según la producción total. En cuanto al crecimiento de las ventas de los demás años, se estima según el crecimiento de la demanda vegana y la demanda chocolatera teniendo en cuenta la producción que la empresa tiene desde su comienzo hasta la inversión en el tercer año.

23. Proyección de ingresos

En crecimiento: Primer año

| Concepto/período | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio |
|---------------------|--------------|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Saldo inicial | \$ 8.300.000 | \$ - | | \$ - | \$ - | \$ - |
| Gramo | 0 | 0 | \$ 28.129 | \$ 39.381 | \$ 45.007 | \$ 50.633 |
| VENTAS DE CONTADO | \$ - | \$ - | \$ 5.000.000 | \$ 7.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 9.000.000 |
| INGRESOS MES | \$ - | \$ - | \$ 5.000.000 | \$ 7.000.000 | \$ 8.000.000 | \$ 9.000.000 |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 27 de 36 |

| Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total Primer año |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------|
| \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 8.300.000 |
| \$ 57.384 | \$ 61.885 | \$ 67.511 | \$ 67.511 | \$ 67.511 | \$ 75.049 | \$ 560.000 |
| \$ 10.200.000 | \$ 11.000.000 | \$ 12.000.000 | \$ 12.000.000 | \$ 12.000.000 | \$ 13.340.000 | \$ 99.540.000 |
| \$ 10.200.000 | \$ 11.000.000 | \$ 12.000.000 | \$ 12.000.000 | \$ 12.000.000 | \$ 13.340.000 | \$ 99.540.000 |

Segundo año:

| Concepto/período | Trimestre I | Trimestre II | Trimestre III | Trimestre IV | Total Segundo año |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| SALDO INICIAL EN BANCOS | \$ 1.120.283,76 | -\$ 7.060.385,52 | -\$ 8.684.293,60 | -\$ 13.291.642,88 | \$ 1.120.283,76 |
| Gramo | 143167,3699 | 157524,6132 | 168776,3713 | 202531,6456 | 672000 |
| VENTAS DE CONTADO | \$ 25.448.000,00 | \$ 28.000.000,00 | \$ 30.000.000,00 | \$ 36.000.000,00 | \$ 119.448.000,00 |
| INGRESOS MES | \$ 26.568.284 | \$ 20.939.614 | \$ 21.315.706 | \$ 22.708.357 | \$ 120.568.283,76 |

Tercer año – Cuarto año – Quinto año:

| Concepto/período | Tercer año |
|--------------------------------|-------------------|
| SALDO INICIAL EN BANCOS | -\$ 7.115.550,96 |
| Gramo | 1600000,00 |
| VENTAS DE CONTADO | \$ 284.400.000,00 |
| INGRESOS MES | \$ 277.284.449,04 |
| | |
| Concepto/período | Cuarto año |
| SALDO INICIAL EN BANCOS | \$ 44.579.643,44 |
| Gramo | 1760000,00 |
| VENTAS DE CONTADO | \$ 312.840.000,00 |
| INGRESOS MES | \$ 357.419.643,44 |
| | |
| Concepto/período | Quinto año |
| SALDO INICIAL EN BANCOS | \$ 113.079.597,56 |
| Gramo | 1920000,00 |
| VENTAS DE CONTADO | \$ 341.280.000,00 |
| INGRESOS MES | \$ 454.359.597,56 |
| | |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 28 de 36 |

24. Proyección de costos

- Primer y segundo año:

| Items | Coberturas | | | |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | Blanco | Leche | Oscuro 70% | 100% |
| Costos | | | | |
| Total Materi | \$ 99.288,00 | \$ 88.874,10 | \$ 61.292,00 | \$ 43.555,90 |
| Máquina | \$ 10.800,00 | \$ 10.800,00 | \$ 10.800,00 | \$ 10.800,00 |
| TOTAL | \$ 110.088,00 | \$ 99.674,10 | \$ 72.092,00 | \$ 54.355,90 |
| Gr | \$ 14.000,00 | \$ 14.000,00 | \$ 14.000,00 | \$ 14.000,00 |
| Baches | 4 | 4 | 4 | 4 |
| | \$ 440.352,00 | \$ 398.696,40 | \$ 288.368,00 | \$ 217.423,60 |

- Tercer año:

| Items | Coberturas | | | |
|----------------------------|-----------------|-----------------|---------------|------------------|
| | Blanco | Leche | Oscuro 70% | 100% |
| Costos | | | | |
| Total Materia Prima | \$ 289.353,60 | \$ 259.004,52 | \$ 178.622,40 | \$ 126.934,34 |
| Máquina | \$ 20.800,00 | \$ 20.800,00 | \$ 20.800,00 | \$ 20.800,00 |
| TOTAL | \$ 310.153,60 | \$ 279.804,52 | \$ 199.422,40 | \$ 147.734,34 |
| Gr | 40000 | 40000 | 40000 | 40000 |
| Baches cada mes | 4 | 4 | 4 | 4 |
| | \$ 1.240.614,40 | \$ 1.119.218,08 | \$ 797.689,60 | \$ 590.937,35 |
| TOTAL Mes | | | | \$ 3.748.459,43 |
| TOTAL AÑO | | | | \$ 44.981.513,14 |
| TOTAL AÑO + MÁQUINA | | | | \$ 64.981.513,14 |

- Cuarto año:

| Items | Coberturas | | | |
|----------------------------|-----------------|-----------------|---------------|------------------|
| | Blanco | Leche | Oscuro 70% | 100% |
| Costos | | | | |
| Total Materia Prima | \$ 303.821,28 | \$ 271.954,75 | \$ 187.553,52 | \$ 133.281,05 |
| Uso Máquina | \$ 21.840,00 | \$ 21.840,00 | \$ 21.840,00 | \$ 21.840,00 |
| TOTAL | \$ 325.661,28 | \$ 293.794,75 | \$ 209.393,52 | \$ 155.121,05 |
| Gr | 40000 | 40000 | 40000 | 40000 |
| Baches cada mes | 4 | 4 | 4 | 4 |
| | \$ 1.302.645,12 | \$ 1.175.178,98 | \$ 837.574,08 | \$ 620.484,22 |
| TOTAL Mes | | | | \$ 3.935.882,40 |
| TOTAL AÑO | | | | \$ 47.230.588,80 |
| TOTAL AÑO + MÁQUINA | | | | \$ 68.230.588,80 |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 29 de 36 |

- Quinto año:

| Items | Coberturas | | | |
|----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | Blanco | Leche | Oscuro 70% | 100% |
| Costos | | | | |
| Total Materia Prima | \$ 322.050,56 | \$ 288.272,03 | \$ 198.806,73 | \$ 141.277,92 |
| Uso Máquina | \$ 23.150,40 | \$ 23.150,40 | \$ 23.150,40 | \$ 23.150,40 |
| TOTAL | \$ 345.200,96 | \$ 311.422,43 | \$ 221.957,13 | \$ 164.428,32 |
| Gr | 40000 | 40000 | 40000 | 40000 |
| Baches cada mes | 4 | 4 | 4 | 4 |
| | \$ 1.380.803,83 | \$ 1.245.689,72 | \$ 887.828,52 | \$ 657.713,27 |
| TOTAL Mes | \$ 4.172.035,34 | | | |
| TOTAL AÑO | \$ 50.064.424,13 | | | |
| TOTAL AÑO + MÁQUINA | \$ 72.324.424,13 | | | |

Los costos tienen un aumento según la inflación correspondiente del 4%, 5% y 6%

25. Proyección de gastos

- Año 1:

| Gastos | Administrativos | Muebles | De ventas |
|--------------|-----------------|-----------------|---------------|
| Valor | \$ 2.050.000,00 | \$ 4.800.000,00 | \$ 990.000,00 |
| Total | \$ 7.840.000,00 | | |

| Nombre del Cargo | Funciones principales | Perfil requerido | | | Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina) | Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial) | Unidad | Valor remuneración* | Mes de vinculación |
|------------------|----------------------------|---|----------------------------|-------------------------------|--|---|--------|---------------------|--------------------|
| | | Formación | Experiencia General (años) | Experiencia Específica (años) | | | | | |
| Contador | Administrativas | Profesional en contaduría | 6 meses | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 | \$ 550.000,00 | Enero |
| Vendedor | Operacionales de ventas | Bachillerato | 5 años | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 | \$ 550.000,00 | Enero |
| Gerente | Operacional administrativo | Profesional en negocios internacionales | 3 años | 0 | Nómina | 8 hrs | 1 | \$ 1.500.000,00 | Enero |
| TOTAL | \$ | | | | | | | 2.600.000,00 | |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 30 de 36 |

• Año 2:

| Nombre del Cargo | Funciones principales | Perfil requerido | | | Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina) | Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial) | Unidad | Valor remuneración* | Mes de vinculación |
|------------------|----------------------------|---|----------------------------|-------------------------------|--|---|-------------------|---------------------|--------------------|
| | | Formación | Experiencia General (años) | Experiencia Específica (años) | | | | | |
| Contador | Administrativas | Profesional en contaduría | 6 meses | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 550.000,00 | Enero | |
| Vendedor | Operacionales de ventas | Bachillerato | 5 años | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 550.000,00 | Enero | |
| Gerente | Operacional administrativo | Profesional en negocios internacionales | 3 años | 0 | Nómina | 8 hrs | 1 \$ 1.500.000,00 | Enero | |
| TOTAL | | | | | | | \$ 2.600.000,00 | | |

• Año 3:

| Nombre del Cargo | Funciones principales | Perfil requerido | | | Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina) | Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial) | Unidad | Valor remuneración* | Mes de vinculación |
|------------------|----------------------------|---|----------------------------|-------------------------------|--|---|-------------------|---------------------|--------------------|
| | | Formación | Experiencia General (años) | Experiencia Específica (años) | | | | | |
| Contador | Administrativas | Profesional en contaduría | 6 meses | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 550.000,00 | Enero | |
| Vendedor | Operacionales de ventas | Bachillerato | 5 años | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 550.000,00 | Enero | |
| Vendedor | Operacionales de ventas | Bachillerato | 5 años | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 1.500.000,00 | Enero | |
| Gerente | Operacional administrativo | Profesional en negocios internacionales | 3 años | 0 | Nómina | 8 hrs | 1 \$ 1.500.000,00 | Enero | |
| TOTAL | | | | | | | \$ 4.100.000,00 | | |

• Año 4:

| Nombre del Cargo | Funciones principales | Perfil requerido | | | Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina) | Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial) | Unidad | Valor remuneración* | Mes de vinculación |
|------------------|----------------------------|---|----------------------------|-------------------------------|--|---|-------------------|---------------------|--------------------|
| | | Formación | Experiencia General (años) | Experiencia Específica (años) | | | | | |
| Contador | Administrativas | Profesional en contaduría | 6 meses | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 577.500,00 | Enero | |
| Vendedor | Operacionales de ventas | Bachillerato | 5 años | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 577.500,00 | Enero | |
| Vendedor | Operacionales de ventas | Bachillerato | 5 años | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 1.575.000,00 | Enero | |
| Gerente | Operacional administrativo | Profesional en negocios internacionales | 3 años | 0 | Nómina | 8 hrs | 1 \$ 1.575.000,00 | Enero | |
| TOTAL | | | | | | | \$ 4.305.000,00 | | |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 31 de 36 |

Año 5:

| Nombre del Cargo | Funciones principales | Perfil requerido | | | Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina) | Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial) | Unidad | Valor remuneración* | Mes de vinculación |
|------------------|----------------------------|---|----------------------------|-------------------------------|--|---|-------------------|---------------------|--------------------|
| | | Formación | Experiencia General (años) | Experiencia Específica (años) | | | | | |
| Contador | Administrativas | Profesional en contaduría | 6 meses | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 612.150,00 | Enero | |
| Vendedor | Operacionales de ventas | Bachillerato | 5 años | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 612.150,00 | Enero | |
| Vendedor | Operacionales de ventas | Bachillerato | 5 años | 0 | Nómina | Tiempo parcial | 1 \$ 1.669.500,00 | Enero | |
| Gerente | Operacional administrativo | Profesional en negocios internacionales | 3 años | 0 | Nómina | 8 hrs | 1 \$ 1.669.500,00 | Enero | |
| TOTAL | \$ | | | | | | | 4.563.300,00 | |

Los gastos tienen un aumento según la inflación correspondiente del 4%, 5% y 6%. No aparece el resto de la nómina (Chocolatero y 2 técnicos chocolateros) ya que hacen parte de la operación.

26. Inversiones

| Máquinaria y Equipo | Recursos emprendedor |
|------------------------------|----------------------------------|
| Conchadora | \$ 3.800.000 Si |
| Prensa | \$ 1.500.000 Si |
| Horno | \$ 150.000 Si |
| Molino | \$ 600.000 Si |
| Descascaradora | \$ 350.000 Si |
| Pistola de calor | \$ 200.000 Si |
| Microondas | \$ 300.000 Si |
| Tomas de corriente | \$ 600.000 Si |
| Mármol | \$ 35.000 Si |
| Bowls | \$ 60.000 Si |
| Espátulas x 4 | \$ 48.000 Si |
| Colorantes x6 | \$ 55.000 Si |
| Paño de microfibra x8 | \$ 96.000 Si |
| Mesa acero inoxidable | \$ 350.000 Si |
| Bowls de acero inoxidable x3 | \$ 100.000 Si |
| Cajas de almacenaje | \$ 65.000 Si |
| Gramera | \$ 65.000 Si |
| Tapete de silicona | \$ 60.000 Si |
| Bandana antifluido | \$ 30.000 Si |
| Guantes caja 100 und | \$ 25.000 Si |
| Delantal | \$ 75.000 Si |
| Filtro | \$ 15.000 Si |
| Temómetro | \$ 66.000 Si |
| Molde Policarbonato x 5 | \$ 300.000 Si |
| Molde Plástico x 100 | \$ 200.000 Si |
| Total | \$ 9.145.000 \$ 9.145.000 |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 32 de 36 |

| Otros | | Recursos emprendedor |
|--------------|---------------------|----------------------|
| Escritorios | \$ 400.000 | Si |
| Computadores | \$ 4.000.000 | Si |
| Sillas | \$ 400.000 | Si |
| Total | \$ 4.800.000 | \$ 4.800.000 |

27. Capital de trabajo

| Items | Producción | Recursos emprendedor |
|---------------------------------|------------------------|------------------------|
| Materia prima y Empaques | \$ 293.010,00 | Si |
| Máquina | \$ 43.200,00 | Si |
| Mano de obra Op. | \$ 5.700.000,00 | Si |
| Gastos de administración | \$ 2.050.000,00 | Si |
| De ventas | \$ 990.000,00 | Si |
| Total | \$ 9.076.210,00 | \$ 9.076.210,00 |

28. Resumen fuentes de financiación

| Descripción | Valor total | Aporte Emprendedor |
|--|-----------------|--------------------|
| Total inversión del proyecto | \$ 36.945.000 | \$ 36.945.000 |
| Total capital de trabajo proyectado | \$ 9.076.210,00 | \$ 9.076.210,00 |
| Total Proyecto | \$ | 46.021.210 |

29. Indicadores financieros

Los indicadores financieros de rentabilidad que se utilizaran son: VPN, VNA y TIR:

| Ingresos - Egresos | |
|--------------------|---------------------------------|
| Flujo | Valor |
| IO | -\$ 46.021.210,00 |
| F1 | -\$ 7.179.716,24 |
| F2 | -\$ 8.235.834,72 |
| F3 | \$ 51.695.194,40 |
| F4 | \$ 68.499.954,12 |
| F5 | \$ 82.279.551,37 |
| TIR | 38% |
| TIO | 12% |
| VNA | \$ 60.731.229,17 |
| VPN | \$ 14.710.019,17 |
| PRI | 2,845432269 |
| Retorno | 2 años, 10 meses, 5 días |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 33 de 36 |

Para llegar a estos indicadores es necesario tener en cuenta que los flujos son la resta de las ventas-egresos siendo estos: **Primer año:** \$99.540.000-\$106.719.717=-\$ 7.179.716,24, **Segundo año:** \$ 119.448.000 - \$ 127.683.834,72=-\$ 8.235.834,72, **Tercer año:** \$ 284.400.000,00 - \$ 232.704.805,60 = \$ 51.695.194,40, **Cuarto año:** \$ 312.840.000,00 - \$ 244.340.045,88= \$ 68.499.954,12 y finalmente, **Quinto año:** \$ 341.280.000,00 – \$ 259.000.448,63 = \$ 82.279.551,37. La tasa interna de retorno TIR, indica que el proyecto posee una rentabilidad del 38% y ya que es mayor que la TIO, es una buena rentabilidad. En cuanto al VPN, este es mayor a 0, por tanto, también indica que es un proyecto con una buena rentabilidad y el PRI, indica que el valor invertido, será retornado en 2 años, 10 meses y 5 días, lo que significa que esta es una inversión de medio plazo.

VI. ¿QUÉ RIESGOS ENFRENTO?

30. Riesgos

- ¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

| Variable* | Riesgo | Plan de mitigación |
|----------------|---|---|
| Técnico | Daño de las máquinas | Se tendrán repuestos de estas y se enseñará el manual para arreglarlas. Los baches no aptos para consumo serán utilizados para marketing o esculturas no comestibles. |
| Comercial | -No conseguir nuevos clientes corporativos -No llegar a todos los posibles consumidores | - Buscar clientes nacionales e internacionales por medio de ventas e importaciones pasivas y realizar encuestas de satisfacción a los ya existentes clientes corporativos para futuras falencias. - Realizar encuesta a los clientes sobre como les gustaría que les llegará información y mejorar estrategias de marketing. |
| Talento humano | -No hay generación de empleo. -No se encuentran técnicos disponibles. - No se alcanza a mantener el equipo completo debido al bajo consumo. | - Fortalecimiento empresarial mediante innovación en los procesos. - Capacitar las personas más cercanas a el nivel necesitado. |

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 34 de 36 |

| | | |
|------------------------|---|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - Bajar costos en producción o implementar nuevos métodos más económicos. Rebajar las horas de trabajo hasta que se normalice la situación, pagando las horas rebajadas con productos de la empresa para ayudar con la comida a los trabajadores y mantener la motivación. |
| Normativo | <ul style="list-style-type: none"> -Nueva normatividad -Incremento de impuestos -Mayor exigencia de cumplimiento | <ul style="list-style-type: none"> - Mantenerse al tanto de la normatividad y aplicarla con anterioridad. En caso en que no se logre, actualizarse lo más rápido posible en materia. - Aumentar las ventas por medio de innovación, estrategias de marketing y exportar o cambiar la sede principal a un país con impuestos más bajos. - Mejorar la calidad según la normatividad, buscando formas practicas y económicas para cumplir. Gestionar el cumplimiento de las normas del estado. |
| Medio ambiente | -Cambio climático | <ul style="list-style-type: none"> - Inversión en I+I+D y estrategias de reducción de contaminación (uso de energías renovables, uso de materiales de rápida degradación o de consumo completo). |
| Otros, ¿cuál? _____ | - Inestabilidad del mercado | <ul style="list-style-type: none"> - Implementación de estrategias corporativas de ahorro e inversión. |

| | | |
|---|---|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 35 de 36 |

VI. REFERENCIAS

Club del Chocolate (2018) *Chocolates sin gluten, sin frutos secos, sin alérgenos*. Clubdelchocolate.com. Disponible en: <https://www.clubdelchocolate.com/242-chocolates-sin-gluten-sin-frutos-secos-sin-alergenos.html>

Dinero, (2019) *Con sabor verde: mercado vegano y vegetariano en Colombia*. Dinero.com. Disponible en: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/oferta-del-mercado-vegano-y-vegetariano-en-colombia/267318>

OMS, (2015) *Ingesta de azúcares para adultos y niños*. Organización Mundial de la salud. Disponible en: https://www.who.int/nutrition/publications/guidelines/sugars_intake/es/

ProEcuador, (2018) *El consumo de chocolate crece a nivel mundial*. Proecuador.com. Disponible en: <https://www.proecuador.gob.ec/el-consumo-de-chocolate-crece-a-nivel-mundial/>

Innpulsa (2019) *Desarrollo Empresarial*. Innpsacolombia.com <https://innpsacolombia.com/es/desarrollo-empresarial>

Cámara de Comercio de Bogotá (2019) *Programa Distrito Innova busca apoyar la innovación en Mipymes*. Cccb.org.co. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Comunicacion-Grafica/Noticias/2019/Enero-2019/Programa-Distrito-Innova-busca-apoyar-la-innovacion-en-Mipymes>

Tecnova (2019) *CONVOCATORIA FOMENTO DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO EN LAS EMPRESAS - El programa que fortalece al sector productivo de la región*. <http://www.tecnova.org/convocatoria-sena-fomento-a-la-innovacion-y-el-desarrollo-tecnologico-2015-2017/>

Federación de Cacaoteros (2019) *Formulación de proyectos*. Fedecacao.com.co. <https://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/fondo-nacional-del-cacao-4/formulacion-de-proyectos>

Club del Chocolate (2018) *Chocolates sin gluten, sin frutos secos, sin alérgenos*. Clubdelchocolate.com. Disponible en: <https://www.clubdelchocolate.com/242-chocolates-sin-gluten-sin-frutos-secos-sin-alergenos.html>

| | | |
|---|--|------------------|
|  | FORMATO PROYECTO DE GRADO SEMILLERO DE EMPRENIDMIENTO | Registro OMP: |
| | FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS | Página: 36 de 36 |

Dinero, (2019) Con sabor verde: mercado vegano y vegetariano en Colombia. Dinero.com. Disponible en: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/oferta-del-mercadovegano-y-vegetariano-en-colombia/267318>

OMS, (2015) Ingesta de azúcares para adultos y niños. Organización Mundial de la salud. Disponible en: https://www.who.int/nutrition/publications/guidelines/sugars_intake/es/

ProEcuador, (2018) El consumo de chocolate crece a nivel mundial. Proecuador.com. Disponible en: <https://www.proecuador.gob.ec/el-consumo-de-chocolate-crece-a-nivel-mundial/>

Eventbrite (2020) *Veganuary 2020: las cifras detrás de la tendencia de crecimiento de los eventos veganos*. Eventbrite.com. <https://www.eventbrite.es/blog/press/press-releases/veganuary-las-cifras-detras-de-la-tendencia-de-crecimiento-de-los-eventos-veganos/>

Lean Stack (2019) Lean Canvas model- Business Model Generation (2019) Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (BusinessModelGeneration.com) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Un-ported License. Disponible en: <https://leanstack.com>