

**MINISTERIO DE EDUCACION
VICEMINISTERIO DE EDUCACION SUPERIOR DE FORMACION PROFESIONAL
DIRECCION GENERAL DE EDUCACION SUPERIOR TECNICA, TECNOLOGICA,
LINGÜÍSTICA Y ARTISTICA
“INSTITUTO TECNOLOGICO CARANAVI”
R.M. 564/1989 – R.M. 204/2010
CARRERA AGROPECUARIA**



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO:

**“ELABORACION DE PASTA Y BOMBONES DE GRANO DE CACAO
(*Theobroma cacao*), CHOCOLATES CON AMOR.”**

Gabriela Alisson Jemio Cuqui

**CARANAVI - LA PAZ – BOLIVIA
2019**

**MINISTERIO DE EDUCACION
VICE-MINISTERIO DE EDUCACION SUPERIOR DE FORMACION PROFESIONAL
DIRECCION GENERAL DE EDUCACION SUPERIOR TECNICA, TECNOLOGICA,
LINGÜÍSTICA Y ARTISTICA
“INSTITUTO TECNOLOGICO CARANAVI”
R.M. 564/1989 – R.M. 204/2010
CARRERA AGROPECUARIA**

**“ELABORACION DE PASTA Y BOMBONES DE GRANO DE CACAO
(*Theobroma cacao*), CHOCOLATES CON AMOR.”**

*Proyecto de Grado presentado como requisito parcial
para optar el Título de
Técnico Superior Agropecuario*

GABRIELA ALISSON JEMIO CUQUI

Asesores:

Ing. Alejandro Flores Chambilla

Ing. Nelson Orozco Mita

Revisores:

Ing. Ruth Callizaya Loza

T.S. Carmelo Quispe Jarandilla

Aprobado

Presidente Tribunal Examinador:

.....
Ing. Jorge Benito Condori Pérez
RECTOR INSTITUTO TECNOLOGICO “CARANAVI”
Caranavi – La Paz – Bolivia
2019

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis seres amados y queridos, que brindaron su apoyo incondicional durante todo este trabajo, que dieron pie al avance, que no permitieron que me rindiera falla tras falla hasta lograr el éxito de presentar el trabajo que hoy se encuentra en sus manos. Para todos ellos va dedicado este emprendimiento. Cabe mencionar que también este emprendimiento se dedica personalmente a todo aquel que halle en él lo que sea de esencial necesidad, le sirve de gran utilidad.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios que me cuida y protege, a mí y a los míos, que guía nuestro camino y nos libra de todo mal. Agradezco a mis seres amados que me brindan su cariño y apoyo constantemente, a mis amigos más cercanos que me impulsaron a seguir en este trabajo y a mis asesores que me brindaron su guía y consejos. A ellos les doy la gracia por su apoyo incondicional, por sus buenos deseos y por no dejarme vencer ante los diversos obstáculos.

CONTENIDO

INDICE DE CUADROS	v
INDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN.....	ix
1. Introducción	1
2. Título del proyecto de emprendimiento productivo	2
3. Autoevaluación como emprendedor	2
3.1. Habilidades generales.....	2
3.2. Habilidades específicas.	2
4. Objetivo, visión y misión del emprendimiento productivo	3
4.1. Objetivo.	3
4.2. Visión.....	3
4.3. Misión.	3
5. Desarrolle su idea de negocio.....	3
5.1. Descripción del emprendimiento productivo.....	3
5.2. Metodología del emprendimiento productivo.....	4
6. Identifique su mercado y desarrolle un plan de mercado	5
6.1. Hipótesis y finalidad.	5
6.2. Encuesta de investigación.	6
6.3. Análisis del resultado- Segmentación del mercado.....	8
6.4. Análisis externo de mercado.	18
6.4.1. Competencia directa.....	18
6.4.2. Competencia indirecta.....	18
6.5. Análisis interno de mercado.	19

6.5.1.	Actividades principales del negocio.	19
6.5.2.	Actividades de soporte del negocio.	20
6.5.3.	Derivados adquiridos.	20
6.6.	Análisis previo de viabilidad.	21
7.	Organice su negocio.	22
7.1.	Materia prima e insumos.	22
7.2.	Descripción de infraestructura, equipos y utensilios.	27
7.3.	Proceso de producción.	29
7.3.1.	Proceso inicial de la elaboración.	29
7.3.2.	Elaboración de pasta amarga.	32
7.3.3.	Elaboración de pasta dulce.	37
7.3.4.	Elaboración de bombones.	43
7.3.5.	Derivado cacao en polvo.	49
8.	Costo de productos o servicios.	52
9.	Estime su capital.	53
9.1.	Determinación de costos.	53
9.1.1.	Costos de capital.	53
9.1.2.	Costos operativos.	54
9.2.	Requerimiento de Inversión inicial.	55
9.2.1.	Activos.	55
9.2.2.	Pasivos.	55
10.	Elabore planes financieros.	56

11.	Conozca sus responsabilidades y elija una forma legal para su negocio .57	
11.1.	Forma jurídica.....	57
11.2.	Razón social.....	57
11.3.	Responsabilidades y administración	57
12.	Evalué su información y elaboré un plan de acción.....	57
12.1.	Características del producto	57
12.1.1.	Variables cuantitativas.....	58
12.1.2.	Variables cualitativas.....	59
12.2.	Estrategias del producto.	60
12.2.1.	Presentación.	60
12.2.2.	Slogan.....	63
12.2.3.	Logotipo y etiquetas.	63
12.3.	Lista de precios fijos.	65
12.4.	Canales de distribución.....	66
13.	Conclusiones	69
14.	Recomendaciones	71
15.	Fuentes de información y bibliografía.....	72
16.	Anexos.....	73
	Anexo 1. Formulario de estudio de mercado.....	73
	Anexo 2. Mermado de pasta amarga.....	74
	Anexo 3. Mermado útil – cacao en polvo.....	74
	Anexo 4. Mermado de pasta dulce y bombones.....	74
	Anexo 5. Calculo de rendimiento de productos por kilo.	75
	Anexo 6. Costo de materia prima e insumos.	75

Anexo 7. Espacio físico - Diseño de la planta.....	80
Anexo 8. Flujograma de elaboración.	81
Anexo 9. Determinación de costos.	84
Anexo 10. Determinación de costos de capital.	87
Anexo 11. Depreciación de materiales y equipos (costos de capital).	88
Anexo 12. Mano de obra	90
Anexo 13. Determinación de costos operativos.....	96
Anexo 14. Activos del emprendimiento.....	98
Anexo 15. Necesidades del emprendimiento.....	100
Anexo 16. Evaluación al consumidor de nuestros productos.....	102
Anexo 17. Evaluación de Pasta Amarga.	103
Anexo 18. Evaluación de Cacao en Polvo.....	106
Anexo 19. Evaluación de Pasta Dulce.....	110
Anexo 20. Evaluación de Bombones	112
Anexo 21. Croquis de distribución de productos.....	122

INDICE DE CUADROS

Cuadro:	Pagina.
1 Datos de consumo en cuestionarios piloto	7
2 Descripción nutricional del cacao por 100 gr	22
3 Rendimiento de productos	25
4 Calculo de materia prima e insumos	27
5 Determinación de costos por producto y precio por unidad	52
6 Determinación de costos de capital	53
7 Determinación de costos de operativos	54
8 Determinación de activos	55
9 Determinación de pasivos	55
10 Plan financiero	56
11 Cantidad de grano por producto	58
12 Resumen de resultados de evaluación 100 (%)	60
13 Lista de precios fijos	65

INDICE DE FIGURAS

1	Productos de Chocolates con amor	4
2	Flujograma de la metodología	5
3	Aplicación de cuestionarios	8
4	Análisis de consumo, primera parte	9
5	Análisis de consumo, segunda parte, chocolate de olla	10
6	Análisis de consumo, segunda parte, chocolate dulce	10
7	Análisis de consumo, segunda parte, bombones	11
8	Análisis de demanda- pastas	12
9	Análisis de demanda- bombones	12
10	Análisis de oferta, primera parte	13
11	Análisis de oferta, segunda parte	14
12	Análisis de precios- chocolate amargo	14
13	Análisis de precios- chocolate dulce	15
14	Análisis de precios- bombones puros	16
15	Necesidades insatisfechas	16
16	¿Que busca el cliente?	17
17	¿Apoyaría un emprendimiento caranaveño?	17
18	Presentación del producto- Bombones	19
19	Presentación del producto- Pastas	20
20	Presentación del producto- cacao en polvo	21
21	Cacao Criollo o Nacional	23
22	Cacao Hibrido o Trinitario	23
23	Proceso de estudio de mermado para la pasta amarga	24
24	Proceso de estudio de mermado para la pasta dulce y bombones	25
25	1. Grano bruto, 2. Cascara 3. Mermado útil 4. Grano útil	26
26	Ubicación satelital de la planta (ITC)	28
27	Acopio de materia prima	29
28	Selecccionado de grano	30

29	Tostado de cacao	31
30	Enfriado de grano tostado	31
31	Descascarado del grano	32
32	Proceso de molienda	32
33	Cristalización de la pasta	33
34	Pesado de cada pasta	33
35	Moldeado de la pasta amarga	34
36	Templado frio	34
37	Desmoldado de las pastas amargas	35
38	Envoltura interna de las pastas	35
39	Envoltura externa de pastas	36
40	Embalaje de las pastas amargas	37
41	Molido refinado	37
42	Mezcla	38
43	Pesado	38
44	Moldeado	39
45	Templado frio	39
46	Desmoldado de las pastas	40
47	Envoltura interna de las pastas	41
48	Envoltura externa de pastas	42
49	Embalaje de las pastas dulces	42
50	Molido refinado	43
51	Baño María	44
52	Mezcla	44
53	Moldeado	45
54	Templado frio	45
55	Desmoldado de los bombones	46
56	Envoltura interna de los bombones	47
57	Envoltura externa de bombones	48
58	Embalaje de bombones	48
59	Tamizado y acopio de restos de cacao	49

60	Molida media	50
61	Pesado y envasado	51
62	Embalado de cacao en polvo	51
63	Evaluación de los productos	59
64	Presentación final de pasta amarga y pasta dulce	61
65	Presentación final de bombones	62
66	Presentación final de cacao en polvo	62
67	Cajas de embalaje	63
68	Logotipos y etiquetas para la pasta amarga	64
69	Logotipos y etiquetas para la pasta dulce	64
70	Logotipos y etiquetas para los bombones y cacao en polvo	65
71	Página de Facebook – “Chocolates con amor”	66
72	Grupo de WhatsApp – “Chocolates Con amor”	67
73	Comercialización de los productos	68

RESUMEN

El presente emprendimiento productivo sobre “ELABORACION DE PASTA Y BOMBONES DE GRANO DE CACAO (*Theobroma cacao*), CHOCOLATES CON AMOR.” Tiene por objetivo crear una nueva línea chocolatera que refuerce la producción de pasta amargas y de un nuevo producto en pastas dulces y bombones artesanales. Para lo cual se procedió al estudio de mercado en diversos puntos de la ciudad. Que dio como resultado una demanda favorable a la nueva línea chocolatera.

De esta manera se procedió a mejorar y buscar el punto ideal en la receta de nuestros productos, para que una vez acabado pueda ser sometido a una evaluación de palatabilidad en el cual se vio de igual manera gran aceptación en los productos, siendo de gran gusto para nuestros consumidores que dieron señal de arranque a la producción de los mismos ya que se clasificaron en los parámetros de bueno y muy bueno.

Estos productos serán distribuidos en puntos específicos y estratégicos del lugar además de contar con un plan de comercialización vía digital. Para completar el trabajo se dio el análisis económico que dio como resultado un aspecto favorable en cuanto a la rentabilidad del mismo.

En el presente trabajo se muestra las etapas iniciales a tomar, así como la expansión de la comercialización del mismo dando a detalle cada paso, desde el estudio de mercado, la elaboración del producto, la evaluación del producto, plan de marketing y el análisis económico que ayudara de manera esencial a la buena administración y formación de nuestro emprendimiento.

1. Introducción

El conocimiento acerca del grano de cacao se remonta a siglos atrás, desde las antiguas culturas mexicanas, quienes les daban gran importancia tanto en su transformación y en un valor otorgado que se le dio como moneda de cambio, desde entonces hasta estos días el chocolate dio gran impresión tanto por su sabor como por sus propiedades, el tiempo fue pasando y este producto fue mejorando, actualmente involucra una gran demanda en el mercado, ya que este producto proveniente de América se expandió por todo el mundo adquiriendo gran importancia en la rama gastronómica.

En la localidad de Caranavi, Alto Beni y Palos Blancos la producción de cacao alcanza aproximadamente 1800 ton. mercantiles, que se caracterizan por su gran calidad, estos factores impulsan a un desarrollo en el progreso de la transformación de cacao, es por ello que presentamos el siguiente estudio con respecto al emprendimiento productivo referido a la elaboración de pastas y bombones derivados del grano de cacao, titulado “**chocolates con amor...**”

El emprendimiento tiene un enfoque novedoso sin perder las raíces ancestrales de su elaboración, como producto inicial damos a conocer la pasta amarga y dulce utilizada para distintas labores gastronómicas y como producto principal presentamos la elaboración de los bombones artesanales los cuales se presentarán en ocho distintas combinaciones, con distintos aditivos e ingredientes como almendra, maní, pasas, etc. De esta manera y en base a nuestros productos presentamos la actividad comercial del mismo, introduciendo planes de marketing para su comercialización y lanzamiento al mercado personal, para complementar nuestro trabajo se muestra el estudio económico de dicho emprendimiento, con el lanzamiento de nuestros productos y su aceptación en el mercado.

2. Título del proyecto de emprendimiento productivo

“ELABORACION DE PASTA Y BOMBONES DE GRANO DE CACAO (*Theobroma cacao*), CHOCOLATES CON AMOR.”

3. Autoevaluación como emprendedor

3.1. Habilidades generales.

- Conocimiento referente al cultivo de cacao (*Theobroma cacao*): Conocimientos que refieren al cultivo de cacao, los cuales abarcan desde la implementación del cultivo, producción y cosecha del cultivo, tomando en cuenta las medidas necesarias para incrementar a mayor potencial su producción, además del manejo correcto del cultivo.
- Práctica en la transformación agroindustrial del grano de cacao: Al tener conocimiento sobre el cultivo de cacao se hace indispensable adquirir la práctica principal derivada de dicho cultivo, es decir la transformación del grano de cacao a pasta de chocolate, la misma que es caracterizada como un procedimiento ancestral que a lo largo de la historia se desarrolló novedosamente y es desde este mismo punto que partimos en nuestro emprendimiento.
- Manejo de repostería: De manera personal, me caracterizo por tener un buen desenvolvimiento en el ámbito de la repostería, con la realización de distintos alimentos y productos, para complementar poseo base por haber tomado cursos y foros gastronómicos en los últimos años.

3.2. Habilidades específicas.

- Mentalidad creativa, positiva, expresiva e innovadora para los negocios.
- Toma de decisiones y administración de cuentas de negocio

- Iniciativa y estrategia de ventas
- Actitud responsable, respetuosa y expresiva con el cliente

4. Objetivo, visión y misión del emprendimiento productivo

4.1. Objetivo.

Crear una nueva línea chocolatera de pastas amargas y de un nuevo producto en pastas dulces y bombones artesanales, que sean consumidos por personas de diferentes edades y el cliente quede satisfecho tras consumir “Chocolates con amor” en sus diversas presentaciones.

4.2. Visión.

Crear una empresa chocolatera líder en el mercado local y regional, que ofrezca nuevos productos ricos y artesanales, generando en el cliente un grado de máxima satisfacción al consumir el producto.

4.3. Misión.

Elaborar productos novedosos y ricos, que se lanzaran constantemente al mercado, adquiriendo presencia en el mismo. Para promover la cultura chocolatera a través de un producto de alta calidad, ofreciendo a los clientes un chocolate de calidad de forma artesanal.

5. Desarrolle su idea de negocio

5.1. Descripción del emprendimiento productivo.

Este emprendimiento consiste en crear un negocio de elaboración de chocolates, en productos de pasta de chocolate amarga y dulce. Además, la realización de

bombones artesanales que tendrán combinaciones con distintos ingredientes como ser almendra, maní, manjar, y otros a mencionar más adelante. Cabe especificar que dichas elaboraciones tendrán un enfoque artesanal y ancestral con relación al procedimiento que se vaya a tomar y tendrá además un enfoque novedoso con relación a la presentación del producto, para adquirir mayor representatividad, puede apreciar los productos a presentar en la figura 1.



Figura 1. Productos de Chocolates con amor.

5.2. Metodología del emprendimiento productivo.

El proceso a realizar debe tener cuatro fundamentales pasos, iniciando por el estudio de mercado que dará paso a la segmentación del mismo al cual deberá dirigirse nuestro producto, producto que deberá ser elaborado detallada y cuidadosamente desde la recepción de la materia prima hasta el estudio de resultado, para la comercialización se deberá diseñar un estratégico plan de marketing que tendrá el objetivo de que la venta y la distribución de nuestro producto se desarrolle exitosamente y de esta manera con el negocio en marcha se debe proceder a un estudio económico, que ayudara de manera esencial a la buena

administración y formación de nuestro emprendimiento, para un mejor entendimiento con carácter cronológico y elemental consulte la figura 2.

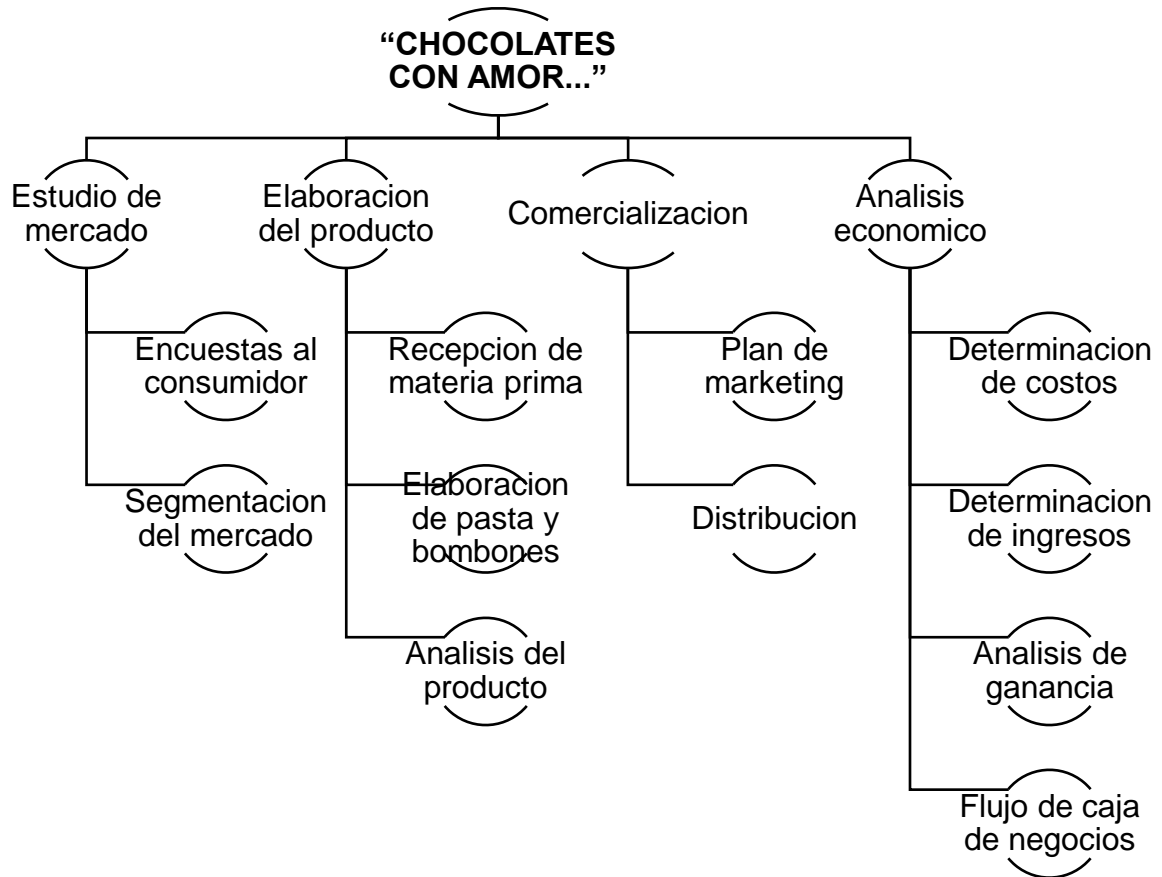


Figura 2. Flujograma de la metodología.

6. Identifique su mercado y desarrolle un plan de mercado

6.1. Hipótesis y finalidad.

La buena cobertura del chocolate a nivel mundial, nos da altas expectativas en la finalidad de la presentación de nuestros productos al mercado, buscamos reforzar la producción de pastas amargas en el mercado, pero también buscamos dar una imagen distinta de la producción de chocolates artesanales, presentando la pasta dulce con un sabor nuevo, pero lo novedoso no quedara ahí. Nuestra finalidad es

incorporar al mercado una nueva línea de bombones artesanales fusionándolos con diversos ingredientes. Todo para introducir al mercado esta nueva línea chocolatera que resalte las raíces del chocolate artesanal (pasta amarga) pero que a la vez le dé un nuevo sentido (pasta dulce y bombones).

6.2. Encuesta de investigación.

En base a las necesidades fundamentales de información con respecto al inicio del emprendimiento, se dio lugar al análisis de los elementos comerciales, para obtener la información se realizó un cuestionario en la ciudad de Caranavi y estuvo enfocado a las amas de casa y estudiantes en etapa escolar y de estudios superiores, ya que son ellos los que consumen en mayor parte los productos a ofrecer. Los aspectos a analizar son:

- Análisis de consumo.
- Análisis de demanda.
- Análisis de oferta.
- Análisis de precios.
- Necesidades insatisfechas.
- ¿Qué busca el cliente?

En base a dichos elementos se presenta el formulario de estudio de mercado, que se muestra en el anexo 1.

El método utilizado es el enfoque del intervalo de confianza. Este Método se basa en la construcción de intervalos de confianza alrededor de medias o proporciones de la muestra, utilizando la fórmula del error estándar.

Se aplicaron 10 cuestionarios pilotos las cuales permitieron determinar el tamaño de la muestra. De estos cuestionarios pilotos pudimos determinar que en relación al

consumo semanal de chocolate existe el promedio de 4.6 días por semana y con una desviación de 2.633 obtenemos la varianza de 6.933333 (cuadro 1).

Cuadro 1. Datos de consumo en cuestionarios piloto.

Variable	Media	Desviación típica	Varianza(r2)
Cantidad de consumo	4.6	2.633	6.933333

(Z)95% = 1.96

Con un error al 10% de la media (0.46) (e), realizamos el siguiente método para determinar la cantidad de la muestra.

$$N = \frac{(Z)^2 * (r2)}{(e)^2}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 * 6.933333}{(0.46)^2}$$

$$N = 125.8747322$$

De esta manera se determinó que se aplicaron 125 cuestionarios a las amas de casa, estudiantes y personas en general, de los diferentes sectores de la ciudad de Caranavi (figura 3).

En los cuales se situó nuestro estudio de mercado, en aspectos ya mostrados anteriormente.



Figura 3. Aplicación de cuestionarios.

6.3. Análisis del resultado- Segmentación del mercado.

Tras la aplicación de cuestionarios a los distintos segmentos de la población, se obtuvieron los resultados en referencia a los aspectos ya marcados: análisis de consumo, análisis de demanda, análisis de oferta, análisis de precios, necesidades insatisfechas, y que busca el cliente en relación al producto. A continuación, damos

a conocer los cuadros comparativos de resultados con tres segmentos de la población: estudiantes, amas de casa y otros (consumidores en general).

En aspectos del análisis de consumo se obtuvo que en estudiantes un 96,36% si consume chocolate, en amas de casa un 94,74% respondió que si consume chocolate y en consumidores en general (otros) se obtuvo un 98,04% favorable al consumo de chocolate, siendo el resto un 3,64%, 5,26% y 1,96% correspondientemente resultados negativos al consumo de chocolate (revise la figura 4).

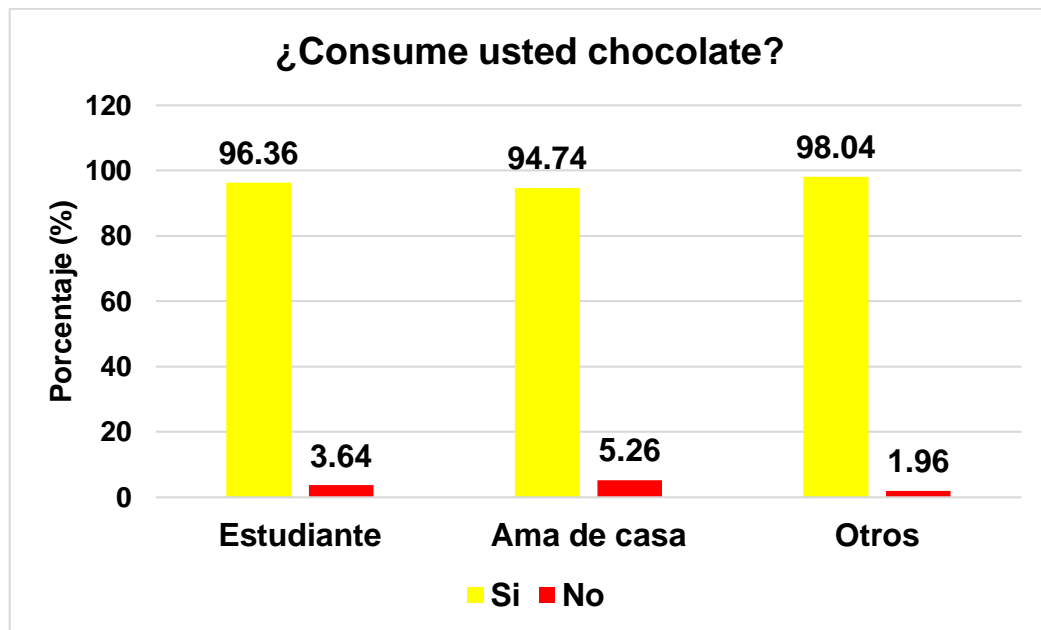


Figura 4. Análisis de consumo, primera parte.

Analizando la frecuencia de consumo en relación a cada producto se obtuvo que, en tanto en estudiantes, amas de casa y otros, la frecuencia de consumo de chocolate de olla es de 1 vez por semana con 52,73%, 63,16% y 68,63% en el orden correspondiente. En el caso de los estudiantes es seguido por la frecuencia de 2 veces por semana (23,64%), en amas de casa por 3 veces por semana (31,58) y en otros seguido por 2 veces por semana (25,49%), revise la figura 5.

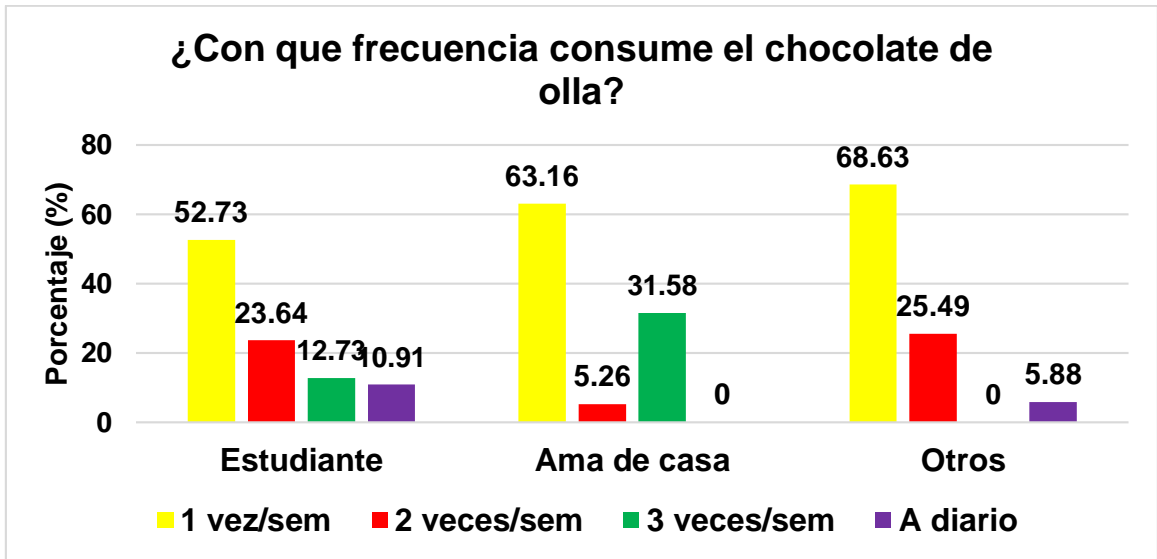


Figura 5. Análisis de consumo, segunda parte, chocolate de olla.

El análisis de consumo de pasta de chocolate dulce dio como resultados en frecuencia de consumo para estudiante de 2 veces por semana (45,45%), al igual que para amas de casa con un 78,95% y para consumidores en general dio como resultado 1 vez por semana (52,94%), seguido por 1 vez por semana para estudiantes (30,91%) y para amas de casa (15,79%), para otros consumidores es seguido por 2 veces por semana (35,29%), revise la figura 6.

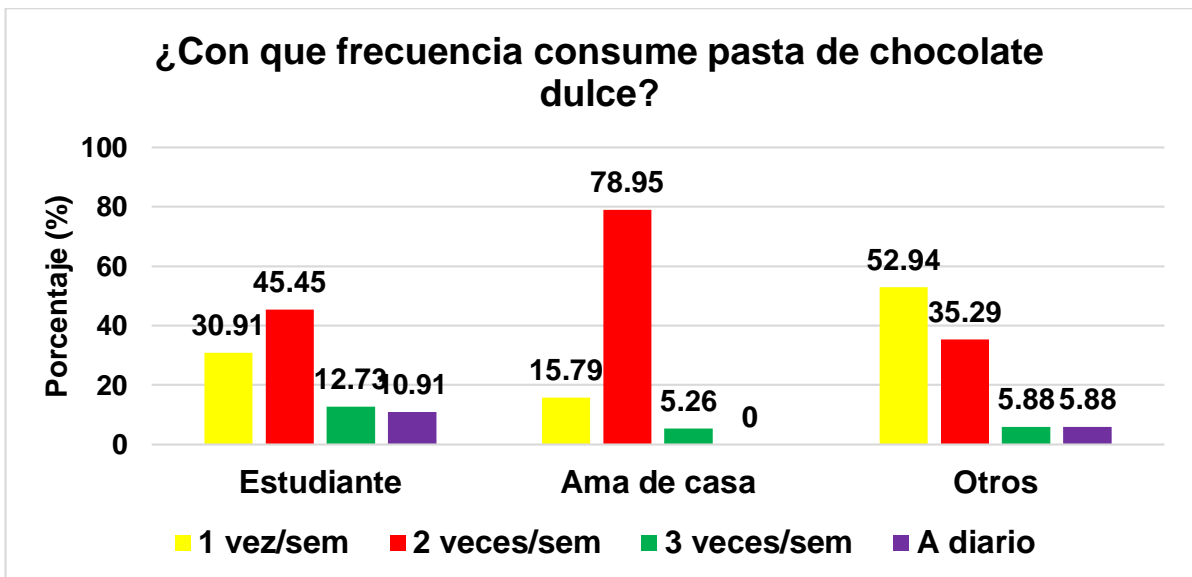


Figura 6. Análisis de consumo, segunda parte, chocolate dulce.

El análisis de consumo dio como resultado que la frecuencia de consumo de bombones favorable para estudiantes y amas de casa es de 3 veces por semana con un 40% y 52,63% en el orden correspondiente, para otros consumidores la frecuencia de consumo fue de 2 veces por semana (37,25%), para estudiantes es seguido con una frecuencia de a diario (29,09%), para amas de casa con una frecuencia de 1 vez por semana (26,32%) y para otros con una frecuencia de 1 vez y 3 veces por semana con un porcentaje de 25,49% en ambos. Revise la figura 7.

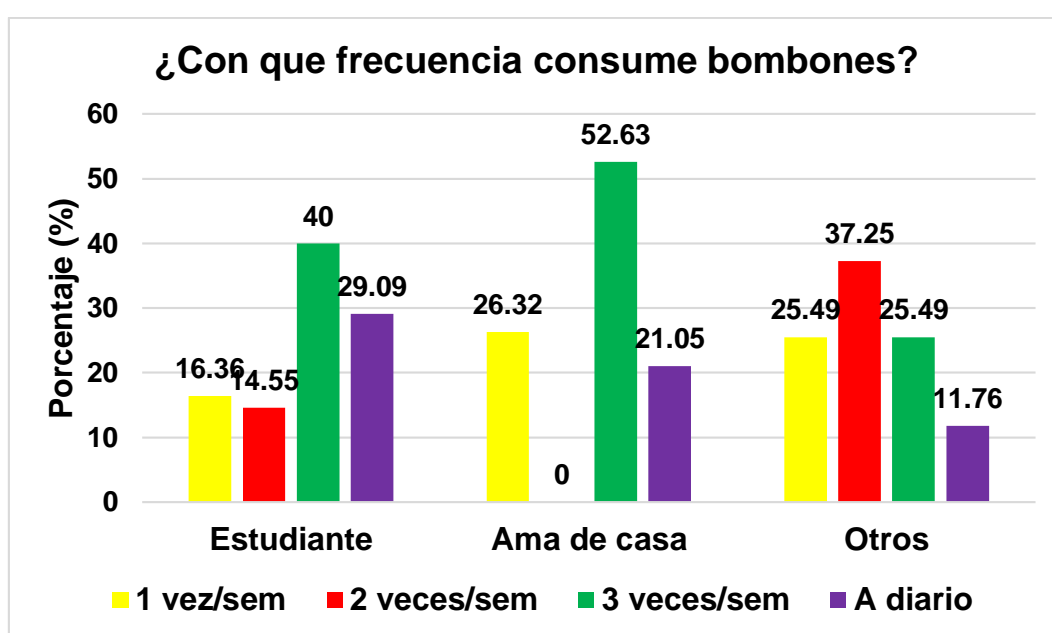


Figura 7. Análisis de consumo, segunda parte, bombones.

Los resultados obtenidos en el análisis de demanda, se refirieron al tamaño de los productos que son de preferencia, en los cuales se indicó que el tamaño de preferencia de pasta tanto amarga como dulce, para estudiantes es de tamaño mediano (47,27%), para amas de casa los tamaños de preferencia son grande y mediana con un 42,11% y para otros consumidores es de 62,75% para pasta mediana. Seguido por pastas pequeñas para estudiantes y otros consumidores con un 32,73% y 19,61% en el orden correspondiente (figura 8).

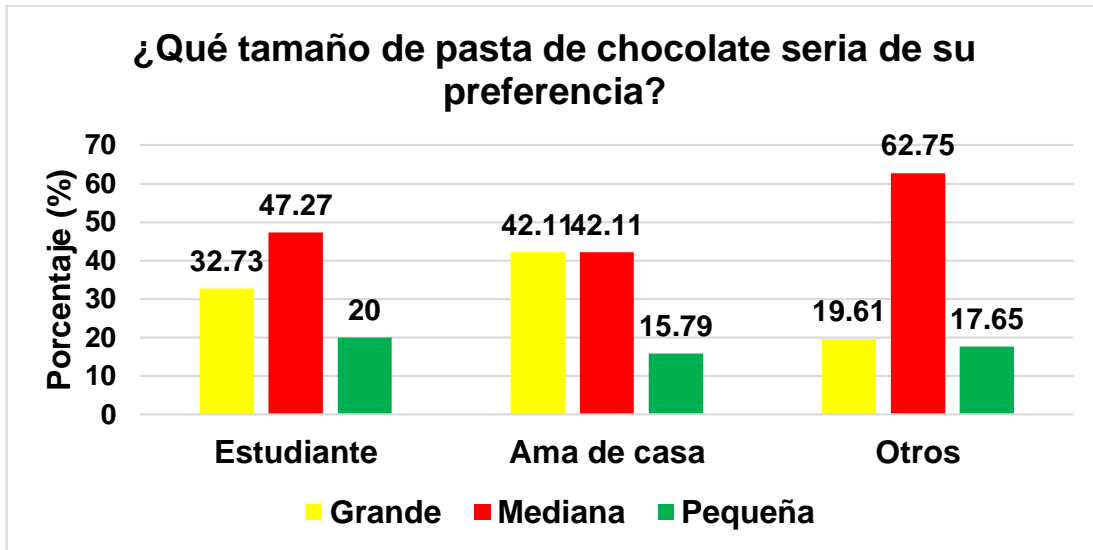


Figura 8. Análisis de demanda- pastas.

En relación al tamaño de packs de bombones, para los estudiantes y otros consumidores el tamaño de preferencia fue mediana con un 47,27% y un 74,51% en el orden correspondiente seguidos por packs grandes con un 40% y 16,61%, para las amas de casa el tamaño de preferencia fue grande con un 57,89%, seguido por packs medianos (26,32%) revise la figura 9.

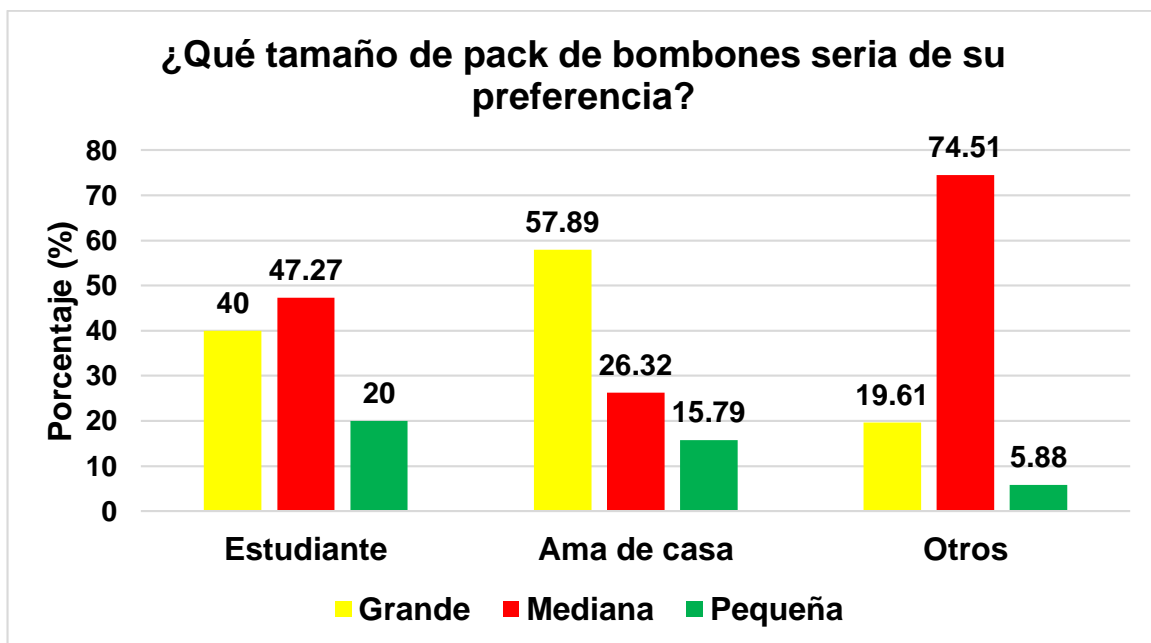


Figura 9. Análisis de demanda- bombones.

Para el análisis de oferta se obtuvo que los estudiantes prefieren consumir del mercado pasta de la compañía Ceibo (38,18%) seguido por pastas artesanales (34,55%), las amas de casa prefieren consumir pastas artesanales (63%), seguido por pastas Ceibo (21,05%) y otros consumidores prefieren consumir pastas Ceibo (47,06%), seguido por pastas artesanales (27,45%). Revise la figura 10.

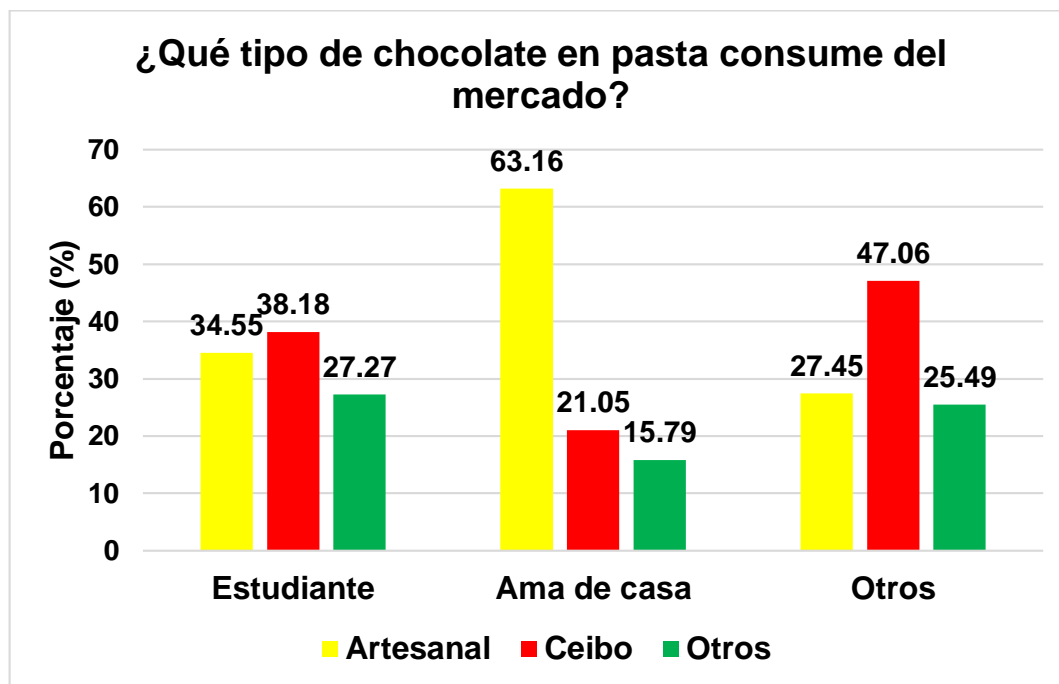


Figura 10. Análisis de oferta, primera parte.

Para el análisis de oferta se obtuvo también que los estudiantes prefieren consumir del mercado chocolates comestibles artesanales (34,55%) seguido muy de cerca por chocolates comestibles de la marca Ceibo (32,73%), las amas de casa prefieren consumir chocolates comestibles artesanales (47,37%), seguido por chocolates Ceibo (36,84%) y otros consumidores prefieren consumir pastas chocolates comestibles Ceibo (54,9%), seguido por pastas artesanales (21,57%). Revise la figura 11.

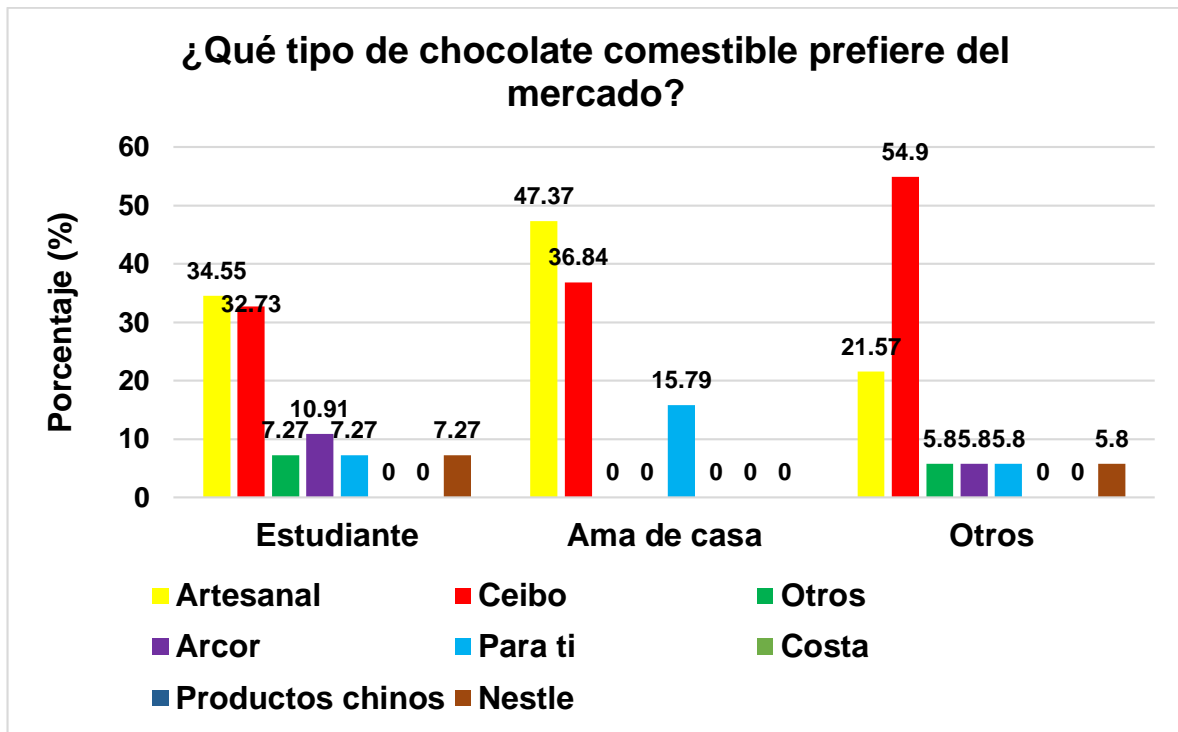


Figura 11. Análisis de oferta, segunda parte.

En relación al análisis de precios se determinó que los estudiantes estarían dispuestos a pagar 15 a 20 bs (70,91%) por una pasta media de chocolate amargo, las amas de casa (68,42%) y otros consumidores (56,86%) de igual manera, para más detalle revise la figura 12.

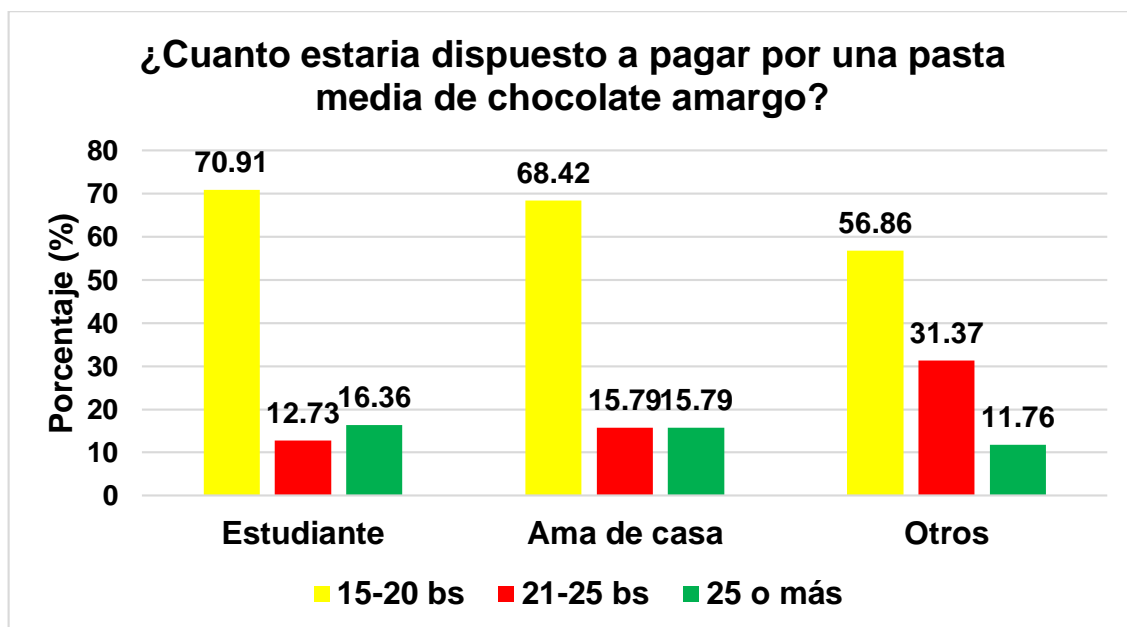


Figura 12. Análisis de precios- chocolate amargo.

En relación al análisis de precios para pastas dulces se determinó que los estudiantes estarían dispuestos a pagar 15 a 20 bs (52,73%) por una pasta media de chocolate dulce, las amas de casa estarían dispuesta a pagar de 21 a 25 bs por una pasta media de chocolate dulce (57,89%) y otros consumidores (50,98%) de igual manera estarían dispuestos a pagar de 15 a 20 bs por una pasta media, para más detalle revise la figura 13.

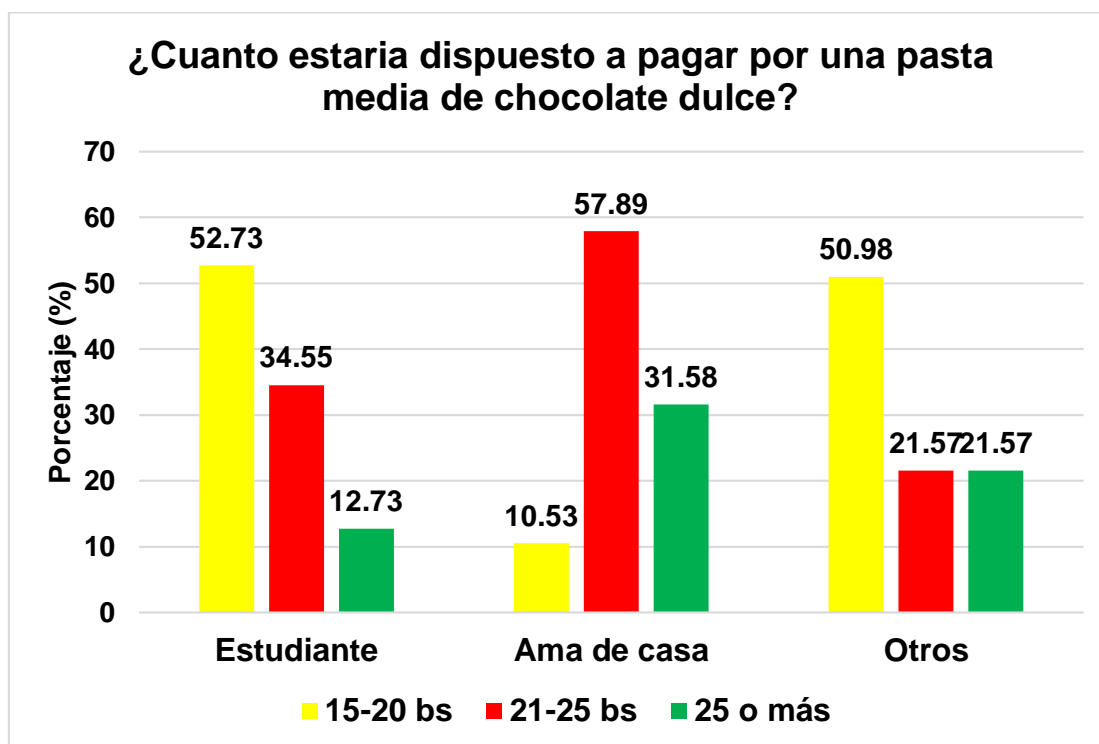


Figura 13. Análisis de precios- chocolate dulce.

En relación al análisis de precios se determinó que los estudiantes estarían dispuestos a pagar 15 a 20 bs (54,55%) por un pack mediano de bombones, las amas de casa (73,68%) pagarían 25 bs o más por un pack mediano y otros consumidores (49,02%) pagarían de 21 a 25 bs por el mismo, para más detalle revise la figura 14

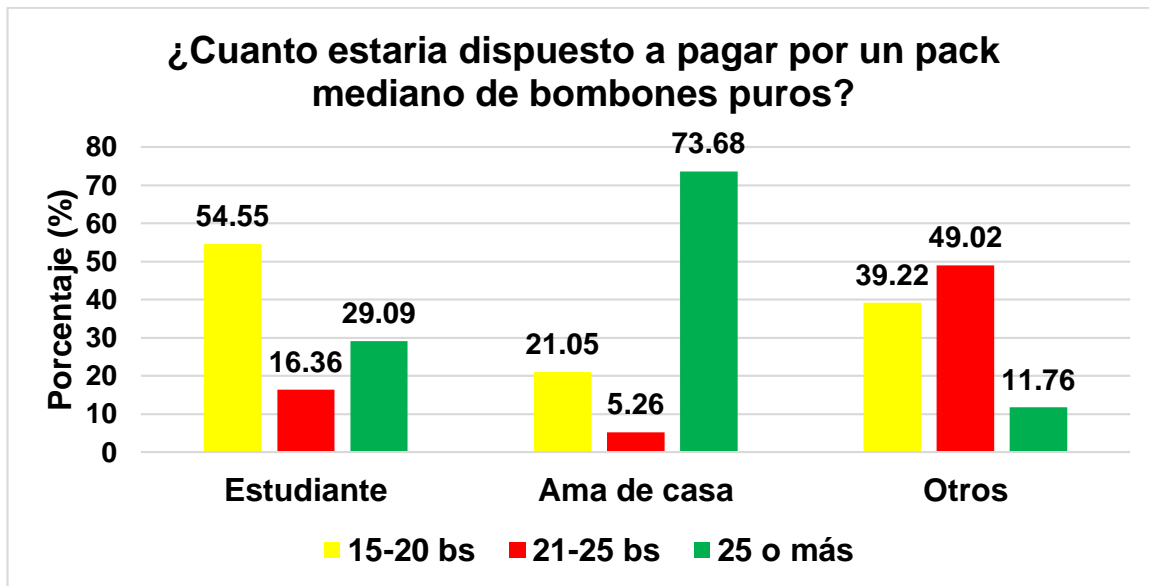


Figura 14. Análisis de precios- bombones puros.

Para determinar las necesidades insatisfechas del mercado se tuvo como opciones, precios, mala calidad o ambos, para lo cual los estudiantes indicaron que no comprarían chocolates en el mercado por ambos casos (58,18%), un 57,89% de amas de casa indico que de igual manera ambos motivos son una necesidad insatisfecha del mercado, y para otros consumidores la mala calidad forma parte de dichas necesidades insatisfechas (45,1%), para más detalle revise la figura 15.

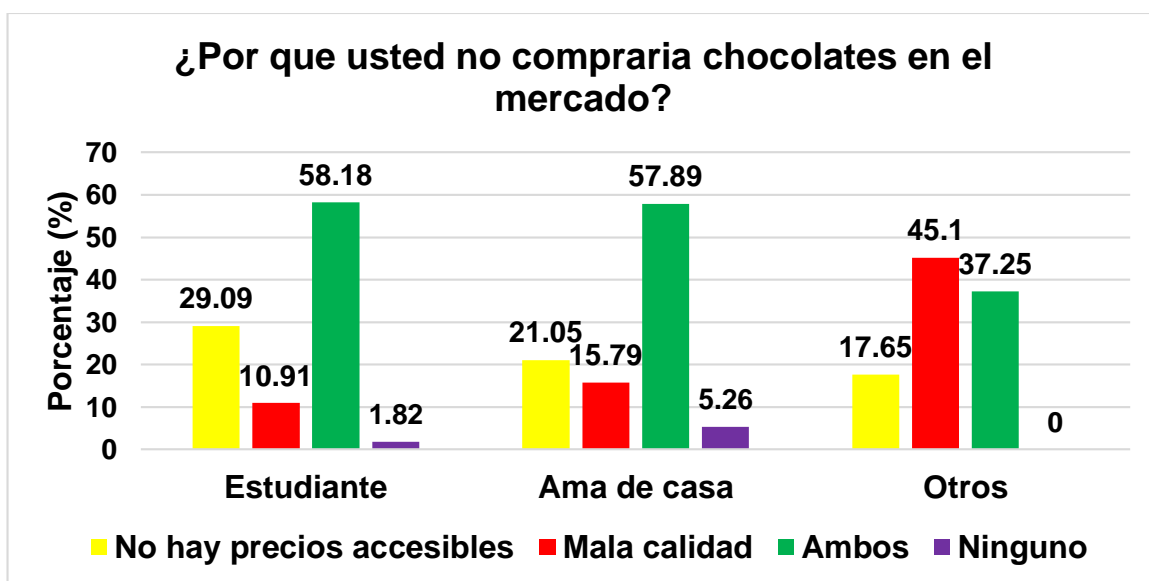


Figura 15. Necesidades insatisfechas.

Como último aspecto evaluamos ¿Qué busca el cliente? Para lo cual los estudiantes manifestaron que los productos de su preferencia son tanto artesanales como industriales (52,73%) al igual que otros consumidores con un 43,14%. Las amas de casa dieron como preferencia a productos artesanales con un 57,89 %. Para mayor detalle revise la figura 16.

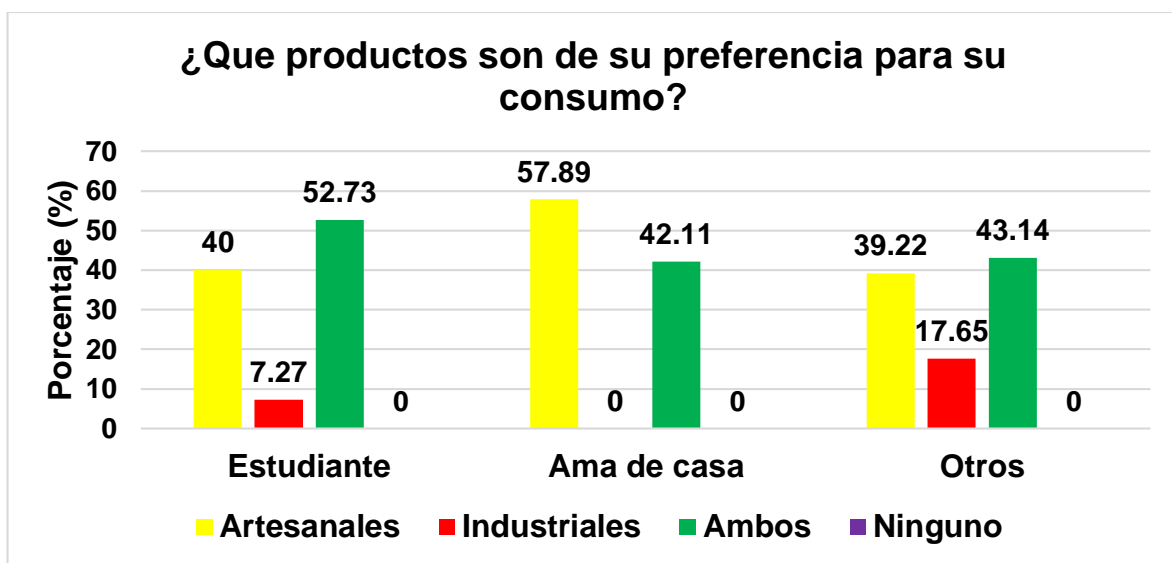


Figura 16. ¿Que busca el cliente?

Al preguntar la disponibilidad de apoyo a un emprendimiento caranaveño, se obtuvo que tanto estudiantes, amas de casa y otros consumidores. Estarían dispuestos en un 100% a apoyar dicho emprendimiento (figura 17).



Figura 17. ¿Apoyaría un emprendimiento caranaveño?.

6.4. Análisis externo de mercado.

6.4.1. Competencia directa.

- Pequeños y medianos productores: Por ser una región representativa del cacao y sus derivados, existen gran número de pequeños y medianos productores de la pasta de chocolate, tanto amarga como dulce, que se realizan de manera ancestral y artesanal, dichos productos son comercializados a un mercado diverso a precios que oscilan de 5 a 15 bolivianos, accesibles a la economía del consumidor. Sin embargo, dichos productores limitan su producto a una presentación rustica y sin caracterización original que los diferencie de los demás, y en muchos casos se puede decir que no cumplen con las normas de salubridad, ni elaboran el producto de manera pura en relación a la materia prima.
- Grandes empresas: En la misma región existen grandes empresas representativas tanto a nivel nacional e internacional, que elaboran sus productos a un nivel sumamente industrializado y poseen una marca ya conocida en el medio, además de prestigio y renombre, sin embargo aun cuando estas condiciones son de gran índole, se encuentran fuera del rango al que planeo incorporar mi emprendimiento, ya que los productos que estos presentan son altamente modificados, elaborados con ingrediente ya procesados a un mayor nivel, además presentan precios altos en sus productos, los cuales se marcan más por el prestigioso nombre que por el producto elaborado.

6.4.2. Competencia indirecta.

Café (Coffea): Como es de saber el café forma parte de la misma rama en la que se encuentra el chocolate, como cultivos aromatizantes e intensos, Caranavi Capital Cafetalera de Bolivia produce uno de los mejores cafés que llegan a ser

comercializados a un alcance nacional como internacional, al pasar de los últimos años, las cafeterías se convirtieron en elementos representativos del sector, en los cuales se ofrece el café en distintas elaboraciones, que se caracterizan por un aroma intenso y un sabor agradable.

6.5. Análisis interno de mercado.

6.5.1. Actividades principales del negocio.

La principal elaboración y mayor enfoque de la empresa se centrará en la realización de bombones, poseerán distintas formas y presentación además de combinaciones variadas y agradables, a continuación, se presenta los tipos de bombones a elaborar según sabores: Bombones con almendra, manjar, mani, pasas, coco, ron, jalea de frutilla y cerveza. Su forma y presentación puede ser apreciada en la figura 18.



Figura 18. Presentación del producto- Bombones.

6.5.2. Actividades de soporte del negocio.

Como actividad constante de soporte se tendrá la elaboración de pasta dulce y pasta amarga, que se presenta como un producto de venta constante por su demanda en el mercado, con respecto a su forma y presentación revise la figura 19.



Figura 19. Presentación del producto- Pastas.

6.5.3. Derivados adquiridos.

Durante las distintas etapas de producción de nuestra pasta amarga, como ser la selección de granos, el pelado y el molido obtuvimos cantidades de cacao sobrante (mermado útil), resultado de la merma del mismo tras un respectivo tamizado, para mayor detalle revise el anexo 2 y 3. Es de esta manera decidimos dar utilidad a este mermado útil que no deja de tener las propiedades necesarias para su consumo. Creamos un nuevo producto, Cacao en Polvo que tendrá una función vital en la repostería. Se presenta en la figura 20.



Figura 20. Presentación del producto- cacao en polvo.

6.6. Análisis previo de viabilidad.

En la localidad de Caranavi como en el resto del mundo, el chocolate presenta una gran demanda por parte del consumidor, este producto es apreciado desde antes de la civilización americana, es por ello que hoy en día se presentan distintos tipos de producción. Centrándonos en la producción de pasta y bombones en la localidad, podemos decir que su demanda es constante, pero que la oferta no abastece, llevando al consumidor a adquirir productos importados, podemos encontrar empresas de mayor representatividad y además contamos con pequeños productores, estos no satisfacen por completo las necesidades del consumidor.

El proyecto de emprendimiento productivo de elaboración de chocolate, presentara la marca de chocolates “Con amor”, que plantea ofrecer un producto puro y de alta

calidad, cuya elaboración se realizará con un enfoque ancestral y artesanal, con el objetivo de no incluir ingredientes altamente industrializados, ni procesos altamente mecanizados, de esta manera dar como resultado un producto puro y natural, que a la vez pueda ser presentado dentro de las normas de salubridad y posea un distintivo novedoso y a lo largo del tiempo cree su propia representatividad. De esta manera cubrir las necesidades del cliente, sobre la demanda de un producto rico y de calidad, con buena presentación y precios accesibles.

7. Organice su negocio

7.1. Materia prima e insumos.

Cacao (*Theobroma cacao*)

Para la elaboración de la pasta y los bombones se utilizó grano de cacao de la variedad Criollo también llamado Nacional, fusionado con la variedad Híbrido también llamado Trinitario en un porcentaje de 50% y 50%, provenientes de la región de Alto Beni. Propiedades nutricionales del cacao se observa en el cuadro 2.

Cuadro 2. Descripción nutricional del cacao por 100 g.

Nutrientes	Cantidad
Energía (cal)	456
Proteína (%)	12
Grasa total (g)	46.30
Glúcidos (mg)	34.70
Fibra (g)	8.60
Calcio (mg)	106
Hierro (mg)	3.60
Vitamina C (mg)	3

El grano de cacao criollo es reconocido como la variedad de mayor calidad, pero menor fructífero y de menor rendimiento, tiene semillas redondas y ligeramente planas, es un cacao de aromas afrutados y sabor amargo (figura 21).



Figura 21. Cacao Criollo o Nacional.

El cacao Híbrido, su producción es superior al criollo y combina características gustativas del grano criollo y forastero, es mucho más resistente y tiene un sabor más sutil al paladar (figura 22).



Figura 22. Cacao Híbrido o Trinitario.

Se seleccionó ambas variedades por las características ya mencionadas anteriormente, fusionamos la calidad del cacao criollo con el rendimiento del cacao híbrido para obtener una pasta de sabores y aromas agradables y de calidad.

Para la determinación exacta de la cantidad de cacao se procedió al estudio de mermado en distintas pruebas realizadas en base a 1 kilo, el proceso del estudio destinado a la pasta amarga se muestra a continuación en la figura 23. Para mayores datos revise el anexo 2.

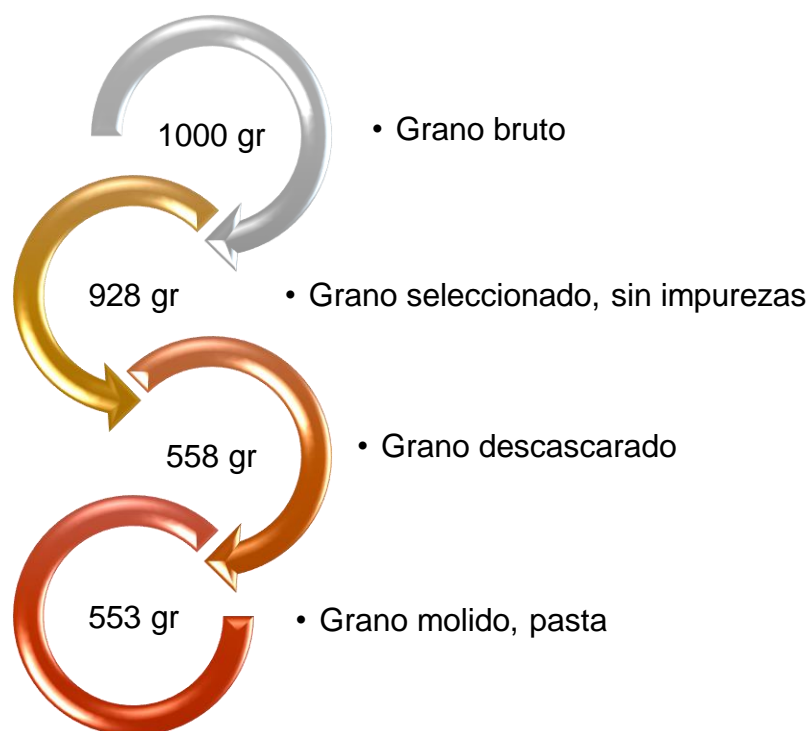


Figura 23. Proceso de estudio de mermado para la pasta amarga.

De igual manera, se procedió a hacer el estudio de mermado para la pasta dulce y bombones (figura 24) que posee un proceso de mayor refinado. Para mayor detalle revise el anexo 4.

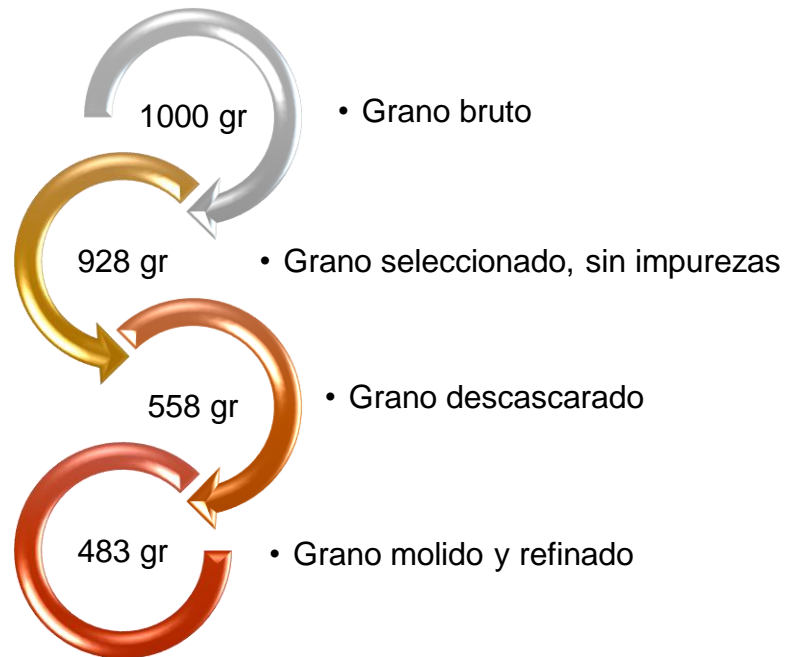


Figura 24. Proceso de estudio de mermado para la pasta dulce y bombones.

Para determinar con mayor precisión el cálculo de materia prima e insumos, se tomó nota durante distintas pruebas y se determinó la capacidad de producción en relación al mermado e incremento de masa. Revise para más detalle el anexo 5. Se muestra el cuadro resumen 3 con los resultados de rendimiento por kilo de cada producto.

Cuadro 3. Rendimiento de productos.

Producto	Cantidad de grano/kilo (gramos)	Cantidad de producto (unidades)
Pasta amarga	553	2.40
Pasta dulce	483	7.70
Cacao en polvo	160	2.67
Maní	483	10.49
Coco	483	10.49
Manjar	483	10.58
Almendra	483	10.31
Pasas	483	10.49
Jalea	483	10.84
Cerveza	483	9.97
Ron	483	9.76

En relación al rendimiento de cacao en polvo este es elaborado y se produce de la obtención de mermado útil, El cual se muestra y explica en el anexo 3. Para mayor conocimiento sobre la transformación del cacao se muestra la figura 25.



Figura 25. 1. Grano bruto, 2. Cascara 3. Mermado útil 4. Grano útil.

Se plantea la producción en base a 200 pastas de chocolate, 100 pastas amargas y 100 pastas dulces, con respecto a los bombones se planea producir 8 tipos de bombones a una cantidad de 100 bombones por tipo, cálculo de materia prima e insumos en base a dicha cantidad de producción se muestra en el cuadro 4.

Cuadro 4. Calculo de materia prima e insumos.

Detalle	Requerimiento	Unidad	Cantidad
Cacao (g)	58,083.33	Libra	117
Azúcar molida (g)	29,666.67	Paquete	119
Mantequilla (g)	21,541.67	Libra	44
Leche condensada (ml)	31,375.00	Lata	80
Leche líquida (ml)	18,208.33	Bolsa	20
Esencia de vainilla (ml)	9,166.67	Botella	74
Aceite (ml)	12,116.67	Botella	14
Maní (g)	2,000.00	Bolsa	7
Esencia de coco (ml)	1,250.00	Botella	14
Coco (g)	3,750.00	Libra	8
Manjar (g)	333.33	Paquete	2
Almendra (g)	6,000.00	Bolsa	47
Esencia de uva (ml)	6,000.00	Botella	67
Pasas (g)	1,250.00	Libra	3
Esencia de frutilla (ml)	6,000.00	Botella	67
Jalea (g)	1,250.00	Tarro	2
Cerveza (g)	166.67	Lata	1
Ron (ml)	333.33	Botella	1

Para mayor entendimiento en el rendimiento de cada producto y el costo de nuestro cálculo de insumos utilizar ya mencionado se muestra en el anexo 6.

7.2. Descripción de infraestructura, equipos y utensilios.

La planta de elaboración de chocolates se encuentra ubicada en la Provincia Caranavi, zona bajo Broncini, laboratorio de Tecnología de Alimentos, Carrera Agropecuaria del Instituto Tecnológico Caranavi (ITC). La ubicación se muestra a continuación en la figura 26.



Figura 26. Ubicación satelital de la planta (ITC).

El espacio físico requerido para la elaboración de los productos debe constar con las distintas áreas equipadas, el diseño de la planta de producción se grafica en anexo 7. El diseño de nuestra planta será complementado con el equipo y utensilios necesarios para la elaboración del producto en sus distintos pasos. Equipo y utensilios:

- Material de salubridad.
- Material de proceso de alimentos.
- Equipo de cocción.
- Equipo de proceso de alimentos.
- Equipo de refrigerado
- Material de embalado.
- Equipo de embalado.

Dichos materiales y equipos se muestran y explican a mayor detalle en el anexo 10 y 13.

7.3. Proceso de producción.

El proceso que se realizó para la elaboración de las pastas, bombones y derivados se muestran detalladamente a continuación para mayor entendimiento en orden cronológico se brinda el anexo 8 para utilidad comparativa.

7.3.1. Proceso inicial de la elaboración.

- Recepción de materia prima: Acopiar la materia prima, extendiéndolo para evitar que adquiera humedad (figura 27).



Figura 27. Acopio de materia prima.

- Selección de grano: Se debe seleccionar granos sanos, completos y de buen rendimiento (figura 28).



Figura 28. Seleccionado de grano.

- Tostado: Se deposita en una olla mediana, alrededor de medio kilo de grano seleccionado y se pone a fuego lento. Este proceso se llevó a cabo automáticamente a una temperatura de 60° a 70° C, y el punto exacto de tostado a esta temperatura dura de 4 a 5 minutos en el que el grano cambia de color y textura (figura 29).



Figura 29. Tostado de cacao.

- Enfriado: Se deposita el grano tostado en bandejas para que pueda enfriar, pero este proceso no debe pasar de 3 a 5 minutos para evitar el endurecimiento del mismo (figura 30).



Figura 30. Enfriado de grano tostado.

- Descascarado: Se procede a descascarar los granos manualmente, para separar la cascarilla del grano interno y obtener el chocolate (figura 31).



Figura 31. Descascarado del grano.

7.3.2. Elaboración de pasta amarga.

- Molienda: Los granos de cacao obtenidos, se muelen, con la presión y fricción de la maquina se produzca una mezcla líquida (figura 32).



Figura 32. Proceso de molienda.

- **Cristalización:** Con movimientos circulares de la fuente que posea el chocolate la pasta llega a tomar brillo y fluidez (figura 33).



Figura 33. Cristalización de la pasta.

- **Pesado:** Antes del moldeado debemos proceder a pesar la pasta de cacao correspondiente de cada producto (figura 34).



Figura 34. Pesado de cada pasta.

- Moldeado: Se debe moldear el producto ya distribuido en cada molde, hasta que adquiera forma (figura 35).



Figura 35. Moldeado de la pasta amarga.

- Templado frio: En esta fase se reduce la temperatura del chocolate para garantizar la cristalización, el chocolate se endurece adquiriendo la forma definitiva (figura 36).



Figura 36. Templado frio.

- **Desmoldado:** Las pastas deben ser desmoldadas para ser envueltas (figura 37).



Figura 37. Desmoldado de las pastas amargas.

- **Envoltura interna:** Se envuelve los productos, primero en papel aluminio personalizadas las pastas (figura 38).



Figura 38. Envoltura interna de las pastas y bombones,

- Envoltura externa: Las pastas son empaquetadas en papel diseñado con la marca, dejando los bordes descubiertos (figura 39).



Figura 39. Envoltura externa de las pastas.

- Embalaje: Los productos finales son embalados en cajas con la respectiva marca (figura 40).



Figura 40. Embalaje de pastas amargas.

7.3.3. Elaboración de pasta dulce.

- Molido refinado: Se realiza la molienda varias veces hasta que la pasta quede fina y fluida (figura 41).



Figura 41. Molido refinado.

- Mezcla: Mediante una batidora a la pasta de cacao fina ya obtenida se le añaden el azúcar y demás aditivos para darle el sabor deseado (figura 42).



Figura 42. Mezcla.

- Pesado: Antes del moldeado debemos proceder a pesar la pasta de cacao correspondiente de cada producto (figura 43).



Figura 43. Pesado.

- Moldeado: Se introduce la pasta dulce a los moldes hasta que adquiera la forma deseada (figura 44).



Figura 44. Moldeado.

- Templado frio: En esta fase se reduce la temperatura del chocolate para garantizar la cristalización, el chocolate se endurece adquiriendo la forma definitiva (figura 45).



Figura 45. Templado frio.

- Desmoldado: Cada producto, debe ser desmoldado una vez solidos (figura 46).



Figura 46. Desmoldado de las pastas.

- Envoltura interna: Se envuelve el producto, primero en papel aluminio personalmente las pastas (figura 47).





Figura 47. Envoltura interna de las pastas.

- Envoltura externa: Las pastas son empaquetadas en papel diseñado con la marca, dejando los extremos descubiertos en los extremos (figura 48).





Figura 48. Envoltura externa de pastas.

- Embalaje: Los productos finales son embalados en cajas con la respectiva marca (figura 49).



Figura 49. Embalaje de pastas dulces.

7.3.4. Elaboración de bombones.

- Molido refinado: Se realiza la molienda varias veces hasta que la pasta quede fina y fluida (figura 50).



Figura 50. Molido refinado.

- Templado caliente: Para darle mayor fluidez a la pasta se realiza el baño María del mismo mediante una fuente a temperatura alta (figura 51).



Figura 51. Baño María.

- Mezcla: Mediante una batidora a la pasta de cacao fina ya obtenida se le añaden el azúcar y demás aditivos para darle el sabor deseado (figura 52).



Figura 52. Mezcla.

- Moldeado: Se introduce la pasta dulce a los moldes con la forma deseada, además se añaden los últimos aditivos representativos de cada bombón (figura 53).



Figura 53. Moldeado.

- Templado frio: En esta fase se reduce la temperatura del chocolate para garantizar la cristalización, el chocolate se endurece adquiriendo la forma definitiva (figura 54).



Figura 54. Templado frio.

- Desmoldado: Los bombones deben ser desmoldados para ser correctamente envasados (figura 55).



Figura 55. Desmoldado de los bombones.

- Envoltura interna: Se envuelve los productos, primero en papel aluminio personalmente cada bombón (figura 56).





Figura 56. Envoltura interna de los bombones,

- Envoltura externa: Las pastas son empaquetadas en papel diseñado con la marca y los bombones son introducidos en bolsas herméticas que llevan el papel diseñado en la parte superior (figura 57).





Figura 57. Envoltura externa de bombones.

- Embalaje: Los productos finales son embalados en cajas con la respectiva marca (figura 58).



Figura 58. Embalaje de bombones.

7.3.5. Derivado cacao en polvo.

El siguiente procedimiento no se encontraba previsto, sin embargo, como derivado y dando utilidad a los pequeños pedazos y restos del cacao utilizado en nuestros principales productos, surge la producción de cacao en polvo. Para la producción del mismo se realiza el siguiente método:

- Tamizado: Se toma el mermado útil y con movimientos que circulen viento se separa los restos de cacao de la cascar. (figura 59).



Figura 59. Tamizado y acopio de restos de cacao

- Molido medio: Se procede a la molienda de los mismo, en este caso se realiza una molienda media, para obtener cacao en polvo (figura 60).



Figura 60. Molida media.

- Pesado y envasado: Se introduce las cantidades correspondientes de cacao en polvo en bolsas herméticas con la marca de la empresa en la parte superior (figura 61).





Figura 61. Pesado y envasado.

- Embalado: De la misma manera el producto ya terminado es enviado a embalaje (figura 62).



Figura 62. Embalado de cacao en polvo.

La finalidad de este producto es dar utilidad a cada parte de nuestros insumos, y extender nuestro producto. Ya que este último aun contiene sus elementos principales y propiedades se convierte en un derivado aliado de nuestra línea de productos.

8. Costo de productos o servicios

La determinación de costos se llevó a cabo, analizando los aspectos de gastos entre la cantidad de rendimiento de dichos productos (100 unidades por productos) para más detalle revise el anexo 9. A continuación se presenta el cuadro 5 con la determinación de costos dividido entre la cantidad de productos (100 u), obteniendo el precio por producto.

Cuadro 5. Determinación de costos por producto y precio por unidad.

Detalle	Costo (bs)
Pasta amarga	
Total	1297.64
Precio por producto	12.9764
Pasta dulce	
Total	1186.78
Precio por producto	11.8678
Maní	
Total	938.53
Precio por producto	9.3853
Coco	
Total	1115.47
Precio por producto	11.1547
Manjar	
Total	920.39
Precio por producto	9.2039
Almendra	
Total	1404.73
Precio por producto	14.0473

Pasas	
Total	1020.31
precio por producto	10.2031
Jalea	
Total	1086.96
Precio por producto	10.8696
Cerveza	
Total	801.8
Precio por producto	8.018
Ron	
Total	957.73
Precio por producto	9.5773
Cacao en polvo	
Total	876.9
Precio por producto	8.769

9. Estime su capital

9.1. Determinación de costos.

9.1.1. Costos de capital

La determinación general de costos que tendrán equipos y materiales de larga duración, será de 9,509 bs, se especifica dichos equipos y materiales en el anexo 10. Y se suma los costos por material y equipos necesarios en el cuadro 6.

Cuadro 6. Determinación de costos de capital.

Detalle	Total (bs)
Material de salubridad	80
Material de proceso de alimentos	744
Equipo de cocción	1330
Equipo de procesado de alimentos	1100
Equipo de refrigeración	2000
Material de embalaje	54

Equipo de embalado	1680
Material de limpieza	21
Equipo de transporte	2500
Total (bs)	9509

La depreciación de dichos materiales para una mejor observación de costos y ganancia se observa en el anexo 11.

9.1.2. Costos operativos

La determinación general de costos que tendrán equipos y materiales de constante cambio, será de 11,808 bs, se especifica dichos equipos y materiales en el anexo 13, además se puede observar a mayor detalle la determinación de costos en relación jornales necesarios en cada producto (anexo 12). Y se suma los costos por material y equipos necesarios en el cuadro 7.

Cuadro 7. Determinación de costos de operativos.

Detalles	Total (bs)
Material de salubridad	127.75
Material de proceso de alimentos	20
Equipo de cocción	42
Material de embalaje	694
Material de limpieza	717.5
Material de transporte	552
Insumos	4705
Mano de obra	4950
Total (bs)	11808

9.2. Requerimiento de Inversión inicial.

9.2.1. Activos.

Como primer análisis se tomó un conteo de los materiales y equipos ya obtenidos, los cuales se presentan a mayor detalle en el anexo 14. Y se presenta un cuadro resumen a continuación (cuadro 8). El cual detalla que el monto ya adquirido a través de los materiales y equipos es de 9,139 bs.

Cuadro 8. Determinación de activos.

Detalle	Total (bs)
Material de salubridad	80
Material de proceso de alimentos	374
Equipo de cocción	1330
Equipo de procesado de alimentos	1100
Equipo de refrigeración	2000
Material de embalaje	54
Equipo de embalado	1680
Material de aseo	21
Equipo de transporte	2500
Total (bs)	9139

9.2.2. Pasivos.

Como segundo análisis se tomó un conteo de los materiales y equipos que se requieren obtener, los cuales se presentan a mayor detalle en el anexo 15. Y se presenta un cuadro resumen a continuación (cuadro 9). El cual detalla que el monto ya adquirido a través de los materiales y equipos es de 7,228.25 bs.

Cuadro 9. Determinación de pasivos.

Detalle	Total (bs)
Material de salubridad	127.75

material de proceso de alimentos	390
Equipo de cocción	42
Material de embalaje	694
Material de limpieza	717.5
Material de transporte	552
Insumos	4705
Mano de obra	4950
Total (bs)	7228.25

10. Elabore planes financieros

Se planea la venta de los productos en los meses de septiembre, octubre, noviembre, de la cantidad de 100 unidades de cada producto (11 productos). De esta manera calculamos la rentabilidad de los productos, determinando las ganancias tras el retiro de la inversión se obtuvo rentabilidades aceptables mayor al 30 %, para más detalle revise el cuadro 10.

$$\text{Ganancia} = \text{Total de ingreso} - \text{Costo de producto}$$

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Ganancias} * 100}{\text{Costo por producto}}$$

Cuadro 10. Plan financiero.

Producto	Total de ingreso (bs)	Costo por producto (bs)	Ganancia por producto (bs)	Rentabilidad (%)
Pasta Amarga	2,000.00	1297.64	702.36	54.13

Cacao en polvo	2,720.00	876.90	1843.1	210.18
Pasta Dulce	2,000.00	1186.78	813.22	68.52
Maní	1,500.00	938.53	561.47	59.82
Pasas	1,500.00	1020.31	479.69	47.01
Manjar	1,500.00	920.39	579.61	62.97
Coco	1,500.00	1115.47	384.53	34.47
Cerveza	1,500.00	801.80	698.20	87.08
Almendra	2,000.00	1404.73	595.27	42.37
Ron	1,500.00	801.80	698.20	87.08
Jalea (frutilla)	1,500.00	1086.96	413.04	38.00

11. Conozca sus responsabilidades y elija una forma legal para su negocio

11.1. Forma jurídica.

Empresa Unipersonal

11.2. Razón social.

Chocolates con amor...

11.3. Responsabilidades y administración

Como comerciante individual o empresa unipersonal, se considera como único propietario o dueño de la empresa y el código de comercio (art. 5, núm. 1) indica que comerciante es toda persona natural con capacidad para contratar y obligarse.

12. Evalúe su información y elabore un plan de acción

12.1. Características del producto

Para determinar las características de nuestro producto, se llevó a cabo una evaluación tanto personalizada, es decir en base a datos tomados en laboratorio y

general dada tras una evaluación al consumidor del producto ya elaborado en cuestión a aceptabilidad. Dicha evaluación se muestra en el anexo 16.

12.1.1. Variables cuantitativas.

- Cantidad de grano de cacao por tipo de producto a elaborar; Como ya se había mencionado en el anexo 2, 3, 4, 5 en función a dichos datos se presenta el siguiente cuadro 11. Que señala la cantidad de grano de cacao requerida para la elaboración de cada producto estos cálculos se determinan en relación al aspecto de kilos de cacao considerando la merma y la cantidad de productos que se plantean elaborar.

Cuadro 11. Cantidad de grano por producto.

Producto	Cantidad/kilo (gramos)	Cantidad (unidad)	Kilos requeridos
Pasta amarga	2.4	100	41.67
Pasta dulce	7.7	100	12.99
Maní	10.49	100	9.53
Coco	10.49	100	9.53
Manjar	10.58	100	9.45
Almendra	10.31	100	9.70
Pasas	10.49	100	9.53
Jalea	10.84	100	9.23
Cerveza	9.97	100	10.03
Ron	9.76	100	10.25
Cacao en polvo	2.67	100	37.45

Cabe mencionar que el requerimiento del cacao en polvo se basa en la merma útil de la pasta amarga ya señala en el anexo 2 y 3.

- Porcentaje de azúcar; Se realizó distintas pruebas para determinar la receta adecuada de pasta dulce, de tal manera se llegó a determinar que el porcentaje de azúcar a utilizar es de 120 % en relación a la cantidad de cacao utilizado.

- Temperatura de conservación; Para una conservación óptima de la pasta amarga se recomienda llevar una temperatura de 15 a 18° C y en el caso de los bombones se recomienda una temperatura de 13 a 16° C.
- Tiempo de conservación; Se recomienda que el tiempo de conservación de la pasta amarga debe ser no más de 6 meses, la pasta dulce puede durar de 2 a 3 meses, en caso de los bombones sin relleno se recomienda no más de 2 a 3 semanas en otros casos no más de 2 meses, por último, el cacao en polvo puede durar el mismo tiempo que la pasta amarga. Todo esto siempre y cuando se conserve en la temperatura correcta.

12.1.2. Variables cualitativas.

La evaluación del producto se realizó en el Instituto Tecnológico Caranavi, se dio invitación abierta al público en general (Figura 63). Los cuales probaron y evaluaron los productos con los siguientes parámetros:

- Presentación
- Textura y tamaño
- Color
- Olor
- Sabor



Figura 63. Evaluación de los productos.

En casos como ser la pasta amarga y el cacao en polvo, se evaluó tanto el olor y color al preparado como en la pasta y el polvo, a continuación, mostramos el cuadro 12 resumen de resultados de los distintos productos.

Se pudo observar que nuestros productos se encuentran en los parámetros de bueno y muy bueno, siendo el bombón de pasas el que posee mayor aceptación con un porcentaje de 50,97% en el parámetro de muy bueno, seguido muy de cerca por el bombón de maní con un 50,32% en el parámetro de muy bueno.

Cuadro 12. Resumen de resultados de evaluación (100%).

Productos	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
Pasta Amarga	0.00	1.38	11.98	47.93	38.71
Cacao en Polvo	0.00	1.84	15.67	41.01	41.47
Pasta Dulce	0.00	0.65	9.68	45.81	43.87
Bombón de Maní	0.00	2.58	14.84	32.26	50.32
Bombón de Pajas	0.00	2.58	16.13	30.32	50.97
Bombón de Manjar	0.00	2.58	18.06	33.55	45.81
Bombón de Coco	0.65	3.23	18.71	28.39	49.03
Bombón de Cerveza	0.00	2.58	16.13	34.84	46.45
Bombón de Almendra	0.00	2.58	14.84	34.84	47.74
Bombón de Ron	0.00	2.58	14.19	45.16	38.06
Bombón de Jalea(frutilla)	1.94	2.58	21.94	42.58	30.97

Se muestra detalladamente y gráficamente en el anexo 17, 18, 19 y 20. Especificando parámetros (presentación, tamaño y textura, color y olor del producto, color y olor del preparado, sabor).

12.2. Estrategias del producto.

12.2.1. Presentación.

La presentación de los productos se realizó de la siguiente manera:

- Las pastas tanto dulces como amargas llevan una envoltura interna de papel aluminio conservante y una envoltura externa de papel diseñado con los símbolos representantes del producto (figura 64), contenido neto de pasta amarga 230 g y contenido neto de pasta dulce 220 g.



Figura 64. Presentación final de pasta amarga y pasta dulce.

- Los bombones llevan envolturas de aluminio personales y se encontrarán dentro de bolsas herméticas que llevarán en la parte superior la etiqueta respectiva con los símbolos representantes del producto (figura 65), contenido neto por paquete de bombones 180 g.



Figura 65. Presentación final de bombones.

- El cacao en polvo es introducido en bolsas herméticamente selladas que lleva la etiqueta correspondiente en la parte superior (figura 66), contenido neto 60 g.



Figura 66. Presentación final de cacao en polvo.

- Todos estos serán embalados en cajas de distribución con la marca representativa (figura 67).



Figura 67. Cajas de embalaje.

12.2.2. Slogan.

Para identificar nuestros productos se presenta a cada producto con su eslogan correspondiente para los bombones y cacao en polvo, las pastas y las cajas de distribución, se muestran a continuación en el orden correspondiente.

- El amor también viene en paquetitos.
- El amor se mide en pedacitos de chocolate.
- ¡Salven la tierra! (es el único planeta con chocolate).

12.2.3. Logotipo y etiquetas.

A continuación, presentamos el diseño personalizado que llevara cada producto, empezando por las pastas (amarga y dulce), seguidos por los bombones y el cacao en polvo. Revise la figura 68, 69 y 70.



Figura 68. Logotipos y etiquetas para la pasta amarga.



Figura 69. Logotipos y etiquetas para la pasta dulce.



Figura 70. Logotipos y etiquetas para los bombones y cacao en polvo.

12.3. Lista de precios fijos.

En relación a los costos necesarios para cada producto se da la lista de precios fijos, que se muestra a continuación en el cuadro 13.

Cuadro 13. Lista de precios fijos.

Precios Fijos		
Productos de Preparado		
Tipo	Contenido Neto (g)	Precio de venta(bs)
Pasta Amarga	230	15
Cacao en polvo	60	10
Productos comestibles		
Tipo	Contenido Neto (g)	Precio de venta (bs)
Pasta Dulce	220	15

Bombones		
Tipo	Contenido Neto (g)	Precio de venta(bs)
Maní	180	15
Pasas	180	15
Manjar	180	15
Coco	180	15
Cerveza	180	15
Almendra	180	20
Ron	180	15
Jalea (frutilla)	180	15

12.4. Canales de distribución.

- Web site.

Se creó una página de Facebook, para promocionar los productos a elaborar, además de facilitar como vía de demanda y oferta. Página titulada “Chocolates con Amor”, la cual se muestra a continuación en la figura 71.



Figura71. Página de Facebook – “Chocolates con amor”.

Se creó un grupo de WhatsApp para ofrecer los productos de manera sincronizada con la elaboración y oferta de los mismos. A mostrarse en la figura72.



Figura72. Grupo de WhatsApp – “Chocolates Con amor”.

- Puntos de venta

Para dar inicio a la comercialización se presenta un croquis de distribución en el anexo 21, incluidos Colegios, Institutos de Formación Superior y tiendas privadas.

Fotografías de respaldo en la comercialización de los productos, previo al inicio de la primera etapa, se muestra a continuación en la figura 73.



Figura 73. Comercialización de los productos.

13. Conclusiones

Los resultados obtenidos referidos a la aceptación en consumo de más de un 90% y la repercusión que una nueva línea chocolatera provocaría, fueron favorables, iniciando por la gran aceptación de nuestros productos en el mercado, ya que se demostró la gran frecuencia de consumo en la población de 3 veces por semana o incluso a diario en distintos fragmentos de la población, teniendo de preferencia productos de tamaño mediano a grande, además de verificar que aun que existe gran competencia, esto no es significado de peligro para nuestro emprendimiento ya que aun con a gran influencia de industrialización la preferencia de los consumidor sigue siendo en mayor parte los productos artesanales, en relación a la preferencia de precios determinados en encuestas nos permiten tener ganancias favorables que llevan a dar una buena rentabilidad en cada producto e incluso en los derivados y por ultimo consultando a nuestros consumidores se logró asegurar que para dar inicio podemos contar con un apoyo al 100% de un emprendimiento caranaveño.

Refiriendo a un análisis de inversión, descubrimos que gran parte del monto a necesitar ya se encontraba disponible distribuido en diferentes materiales y equipos ya adquiridos, y que el monto faltante solo representaba una mínima parte (insumos y materiales) menor al 50%. Además, cabe mencionar que tras un estudio de ingresos y ganancias se pudo determinar que la rentabilidad de nuestro plan financiero circula de un 30% a 70% en productos fijos y principales y en la producción de derivados alcanza hasta un 200%, dando como conclusión una gran rentabilidad en la comercialización de los productos, teniendo ganancias favorables tras retirar lo invertido que consta tanto de costos de capital y costos operativos.

Otros datos de gran relevancia que cabe mencionar fueron: Determinar que en la cantidad de grano crudo solo se puede obtener no más de un 65% de grano útil necesario para la elaboración de los productos, además de determinar el porcentaje necesario de edulcorante que circula en 120 % en relación al cacao utilizado.

Además de garantizar que nuestros productos pueden tener una duración de 2 a 6 meses, dependiendo de las condiciones de almacenamiento (temperatura).

Uno de los datos que se presentan con mayor peso, se refiere a los resultados obtenidos tras la evaluación de cada producto, ya que como se pudo ver, estos se encuentran entre las calificaciones de bueno con un porcentaje de 30% a 50% y muy bueno con un porcentaje de 30% a 50% de igual manera, dejando de un 10% a 20% en regular y tan solo un 1% a 2% en aspectos negativos, dando una preferencia notable en los bombones con sus distintas combinaciones alrededor de un 50%, seguidos por las pastas e incluso nuestro derivado no planificado tuvo una gran aceptación con un 40%.

14. Recomendaciones

Para el inicio de un emprendimiento se debe tomar en cuenta varios aspectos esenciales para obtener un buen resultado.

1. No subestimar el estudio de mercado, ya que este forma parte esencial para saber qué es lo que al consumidor le gusta y necesita, y poder cumplir con sus demandas de manera favorable.
2. Se debe realizar un análisis económico certero y detallado, que te permita evitar gastos innecesarios y pérdidas que puedan afectar la economía de tu emprendimiento.
3. Crear o desarrollar estrategias efectivas en la promoción del producto para darlo a conocer.
4. Crear alianzas estratégicas esenciales para tener una producción más expandida en el mercado.
5. Es importante tener el punto de vista de otras personas, que sepan evaluar tu trabajo, que puedan mostrar tus fallas, aconsejarte en tus dudas y reconocer tus éxitos.

15. Fuentes de información y bibliografía

VALLEJOS, D. C. (2011). Elaboración artesanal de nuevos bombones y trufas con chocolate. Universidad de Cuenca. Cuenca.

LUEBERT, F. (2011). Hoja botánica: Cacao. Editorial Giacomotti Comunicación Gráfica S.A.C. LimaPeru.

BATISTA, L. (2009). El Cultivo de Cacao. Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal, Inc. (CEDAF). SantoDomingo, RepúblicaDominicana.

FLORES, L. A. (2009). Plan de Negocios Chocolatería Rincón del Chocolate. Universidad católica de Santiago de Guayaquil. Guayaquil.

FONSECA, F. A. (2012). Plan de negocios para crear una empresa de chocolatería fina artesanal. Universidad ean facultad de postgrados gerencia informática, Bogotá.

OLIVERAS, J. M. (2007). La elaboración del chocolate, una técnica dulce y ecológica. Cartagena.

LEDEZMA, J. C. (2014). Producción del cacao y del chocolate en Bolivia, La Paz, Bolivia.

16. Anexos

Anexo 1. Formulario de estudio de mercado.

CHOCOLATES "CON AMOR" ESTUDIO DE MERCADO CARANAUI-2019



La siguiente encuesta tiene por objetivo determinar el nivel de aceptación, para la creación de una nueva línea chocolatera en base a los datos obtenidos determinara la marcha de nuestro emprendimiento.

DATOS PERSONALES

Genero Femenino Masculino
 Ocupacion Estudiante Ama de casa otros

ANALISIS DE CONSUMO

¿Consumo usted chocolate? Si No
 ¿Con que frecuencia?

Chocolate de olla	Chocolate dulce	Bombones
1 vez/sem <input type="checkbox"/>	1 vez/sem <input type="checkbox"/>	1 vez/sem <input type="checkbox"/>
2 veces/ sem <input type="checkbox"/>	2 veces/ sem <input type="checkbox"/>	2 veces/ sem <input type="checkbox"/>
3 veces/ sem <input type="checkbox"/>	3 veces/ sem <input type="checkbox"/>	3 veces/ sem <input type="checkbox"/>
A diario <input type="checkbox"/>	A diario <input type="checkbox"/>	A diario <input type="checkbox"/>

ANALISIS DE DEMANDA

¿Qué tamaño de pasta seria de su preferencia?
 Grande (500 g) Mediana (300 g) Pequeña (100 g)
 ¿Qué cantidad de bombones por envase (pack) seria de su preferencia?
 Grande (24U) Mediana (12U) Pequeña (6U)

ANALISIS DE OFERTA

¿Qué tipo de chocolate en pasta consume del mercado?
 Artesanal en pasta Ceibo Otros
 ¿Qué tipo de chocolate comestible prefiere del mercado?
 Ceibo Arcor Para ti Costa
 Productos chinos Artesanales Nestle Otros

ANALISIS DE PRECIOS

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar ? (Bs)

1. Pasta media/ chocolate amargo	15- 20 <input type="checkbox"/>	21- 25 <input type="checkbox"/>	>25 <input type="checkbox"/>
2. Pasta media/chocolate dulce	15- 20 <input type="checkbox"/>	21- 25 <input type="checkbox"/>	>25 <input type="checkbox"/>
3. Pack medio/ bombones puros	15- 20 <input type="checkbox"/>	21- 25 <input type="checkbox"/>	>25 <input type="checkbox"/>

NECESIDADES INSATISFECHAS

¿Por qué usted no compraría chocolates en el mercado?
 No hay precios accesibles Mala calidad Ambos Ninguno

¿QUE BUSCA EL CLIENTE EN RELACION AL PRODUCTO?

¿Que productos son de su preferencia para su consumo?
 Artesanales Industriales Ambos Ninguno

¿APOYARIA USTED UN EMPRENDIMIENTO CARANAUEÑO DE CHOCOLATES ARTESANAL?

Si No

Anexo 2. Mermado de pasta amarga.

Detalle	Cantidad	Merma	Mermado útil	Unidad
Grano bruto	1000	72		g
Grano seleccionado	928	370	157	g
Grano pelado	558	5	5	g
Molido	553			g
Total mermado		285	162	g
Porcentaje	55.3	28.5	16.2	%

Anexo 3. Mermado útil – cacao en polvo

Detalle	Cantidad	Merma	Unidad
Mermado útil (P.A.)	162	2	g
Molida	160		
Total perdido		0	g
Porcentaje	98.77	0	%

Anexo 4. Mermado de pasta dulce y bombones.

Detalle	Cantidad	Merma	Mermado útil	Unidad
Grano bruto	1000	72		g
Grano seleccionado	928	370	157	g
Grano pelado	558	75	30	g
Molido y refinado	483			g
Total perdido		330	187	g
Porcentaje	48.3	33	18.7	%

Anexo 5. Calculo de rendimiento de productos por kilo.

Producto	Cantidad de grano/kilo (g)	Incremento de masa (g)	Peso/ Prod (g)	Cantidad de producto (unidad)
Pasta amarga	553	553	230	2.40
Pasta dulce	483	1695	220	7.70
Cacao en polvo	160	160	60	2.67
Maní	483	1888	180	10.49
Coco	483	1888	180	10.49
Manjar	483	1905	180	10.58
Almendra	483	1856	180	10.31
Pasas	483	1889	180	10.49
Jalea	483	1952	180	10.84
Cerveza	483	1794	180	9.97
Ron	483	1756	180	9.76

Anexo 6. Costo de materia prima e insumos.

Detalle	Cantidad (g y ml)	Cantidad	Carácter	Precio (bs)
Cacao	500	1	libra	9
Azucar molida	250	1	paquete	5
Mantequilla	500	1	libra	8
Leche condensada	397	1	lata	10
Leche liquida	946	1	bolsa	6
Esencia de vainilla	125	1	botella	2
Aceite	900	1	botella	8
Mani	300	1	bolsa	5
Esencia de coco	90	1	botella	4
Coco	500	1	libra	14
Manjar	200	1	bolsa	7
Almendra	130	1	bolsa	10

Esencia de uva	90	1	botella	4
Pasas	500	1	libra	14
Esencia de frutilla	90	1	botella	4
Jalea	1000	1	tarro	70
Cerveza	354	1	lata	10
Ron	1000	1	botella	110

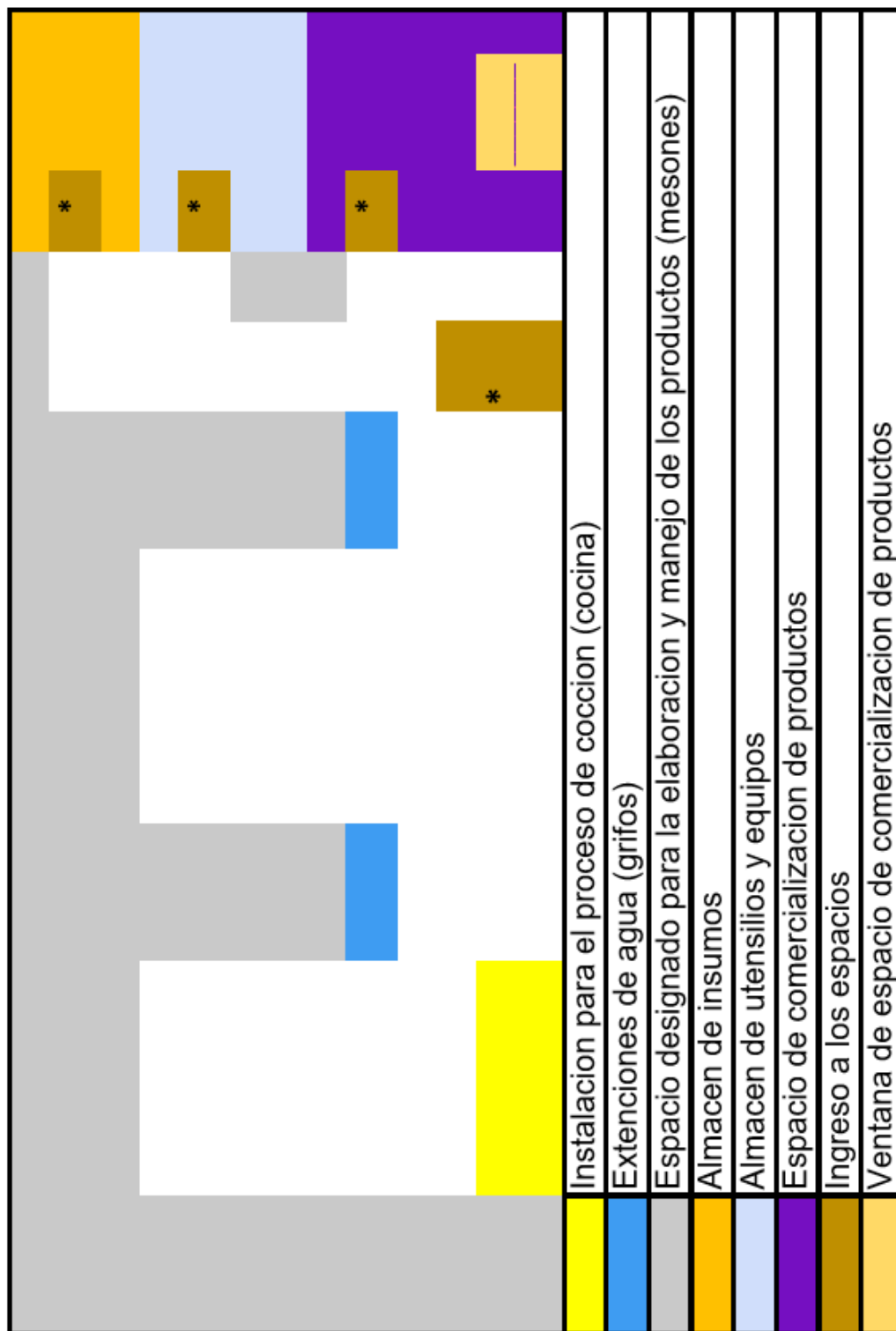
Detalle	Cantidad (ml y g)	Insumos (ml y g)	Precio por producto (bs)	Precio total (bs)
Pasta amarga				
Cacao molido	23333.33	500.00	9.00	420.00
Pasta dulce				
Grano de cacao	7500.00	500.00	9.00	135.00
Azucar molida	9000.00	250.00	5.00	180.00
Mantequilla	1875.00	500.00	8.00	30.00
Leche condensada	5625.00	397.00	10.00	141.69
Leche liquida	375.00	946.00	6.00	2.38
Esencia de vainilla	250.00	125.00	2.00	4.00
Aceite	500.00	900.00	8.00	4.44
Mani				
Grano de cacao	5000.00	500.00	9.00	90.00
Azucar molida	6000.00	250.00	5.00	120.00
Mantequilla	1250.00	500.00	8.00	20.00
Leche condensada	3750.00	397.00	10.00	94.46
Leche liquida	333.33	946.00	6.00	2.11
Esencia de vainilla	166.67	125.00	2.00	2.67
Mani	2000.00	300.00	5.00	33.33
Aceite	666.67	900.00	8.00	5.93

Coco				
Grano de cacao	5000.00	500.00	9.00	90.00
Azucar molida	6000.00	250.00	5.00	120.00
Mantequilla	1250.00	500.00	8.00	20.00
Leche condensada	5000.00	397.00	10.00	125.94
Leche liquida	6000.00	946.00	6.00	38.05
Esencia de coco	1250.00	90.00	4.00	55.56
Coco	3750.00	500.00	14.00	105.00
Aceite	250.00	900.00	8.00	2.22
Manjar				
Grano de cacao	166.67	500.00	9.00	3.00
Azucar molida	333.33	250.00	5.00	6.67
Mantequilla	5000.00	500.00	8.00	80.00
Leche condensada	6000.00	397.00	10.00	151.13
Leche liquida	1250.00	946.00	6.00	7.93
Esencia de vainilla	3750.00	125.00	2.00	60.00
Manjar	333.33	200.00	7.00	11.67
Aceite	166.67	900.00	8.00	1.48
Almendra				
Grano de cacao	2000.00	500.00	9.00	36.00
Azucar molida	666.67	250.00	5.00	13.33
Mantequilla	5000.00	500.00	8.00	80.00
Leche condensada	6000.00	397.00	10.00	151.13
Leche liquida	250.00	946.00	6.00	1.59
Esencia de vainilla	5000.00	125.00	2.00	80.00
Almendra	6000.00	130.00	10.00	461.54
Aceite	1250.00	900.00	8.00	11.11
Pasas				
Grano de cacao	3750.00	500.00	9.00	67.50
Azucar molida	250.00	250.00	5.00	5.00

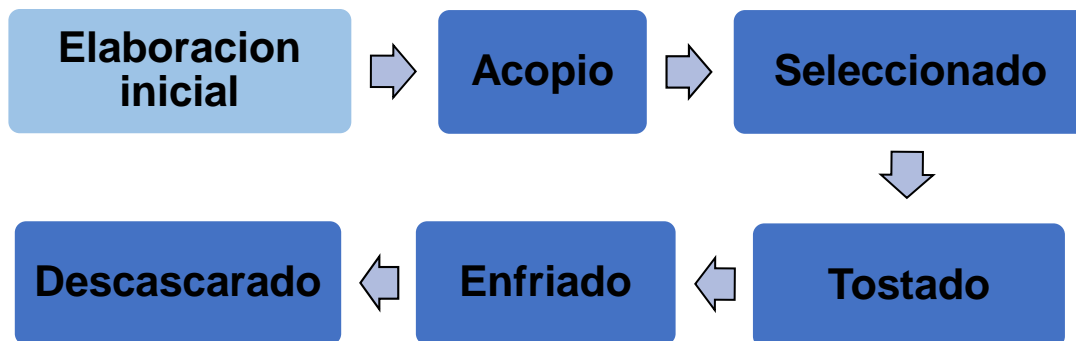
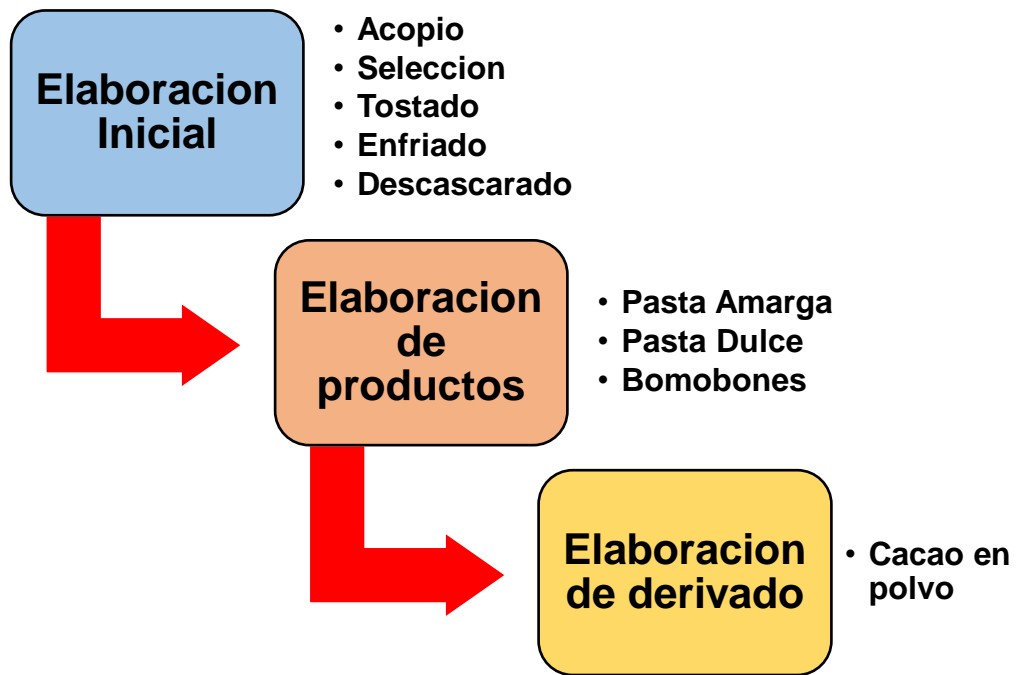
Mantequilla	166.67	500.00	8.00	2.67
Leche condensada	333.33	397.00	10.00	8.40
Leche liquida	5000.00	946.00	6.00	31.71
Esencia de uva	6000.00	90.00	4.00	266.67
Pasas	1250.00	500.00	14.00	35.00
Aceite	3750.00	900.00	8.00	33.33
Jalea				
Grano de cacao	333.33	500.00	9.00	6.00
Azucar molida	166.67	250.00	5.00	3.33
Mantequilla	2000.00	500.00	8.00	32.00
Leche condensada	666.67	397.00	10.00	16.79
Leche liquida	5000.00	946.00	6.00	31.71
Esencia de frutilla	6000.00	90.00	4.00	266.67
Jalea	1250.00	1000.00	70.00	87.50
Aceite	5000.00	900.00	8.00	44.44
Cerveza				
Grano de cacao	6000.00	500.00	9.00	108.00
Azucar molida	1250.00	250.00	5.00	25.00
Mantequilla	3750.00	500.00	8.00	60.00
Leche condensada	250.00	397.00	10.00	6.30
Cerveza	166.67	354.00	10.00	4.71
Aceite	333.33	900.00	8.00	2.96
Ron				
Grano de cacao	5000.00	500.00	9.00	90.00
Azucar molida	6000.00	250.00	5.00	120.00
Mantequilla	1250.00	500.00	8.00	20.00
Leche condensada	3750.00	397.00	10.00	94.46
Ron	333.33	1000.00	110.00	36.67
Aceite	200.00	900.00	8.00	1.78

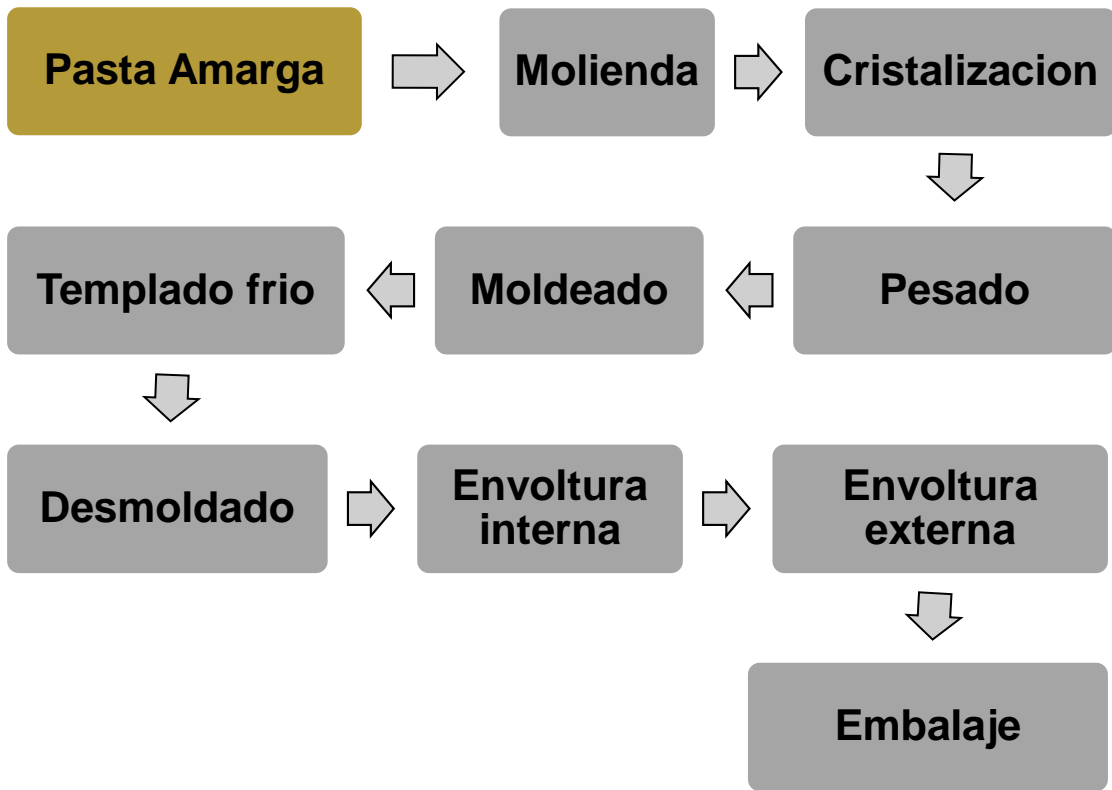
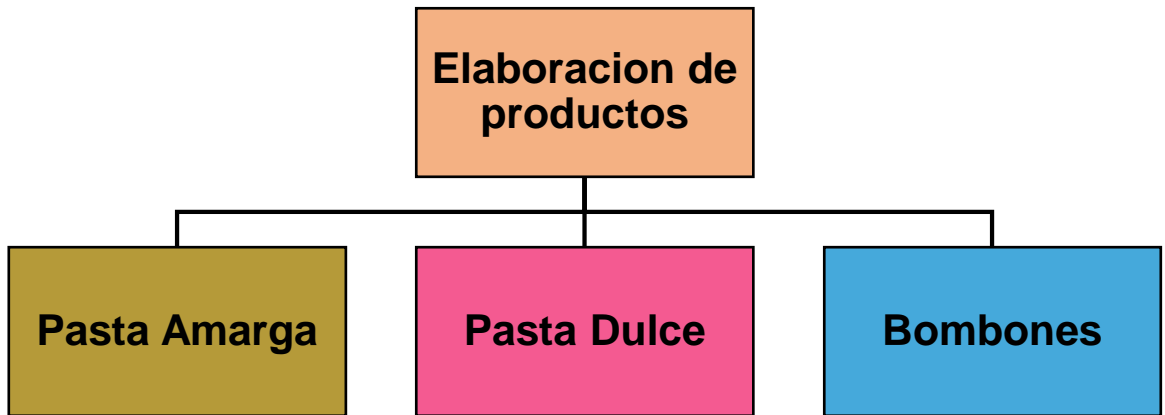
Producto	Costo (bs)
Pasta amarga	420.00
Pasta dulce	497.51
Maní	368.50
Coco	556.78
Manjar	321.88
Almendra	834.70
Pasas	450.28
Jalea	488.45
Cerveza	206.97
Ron	362.90

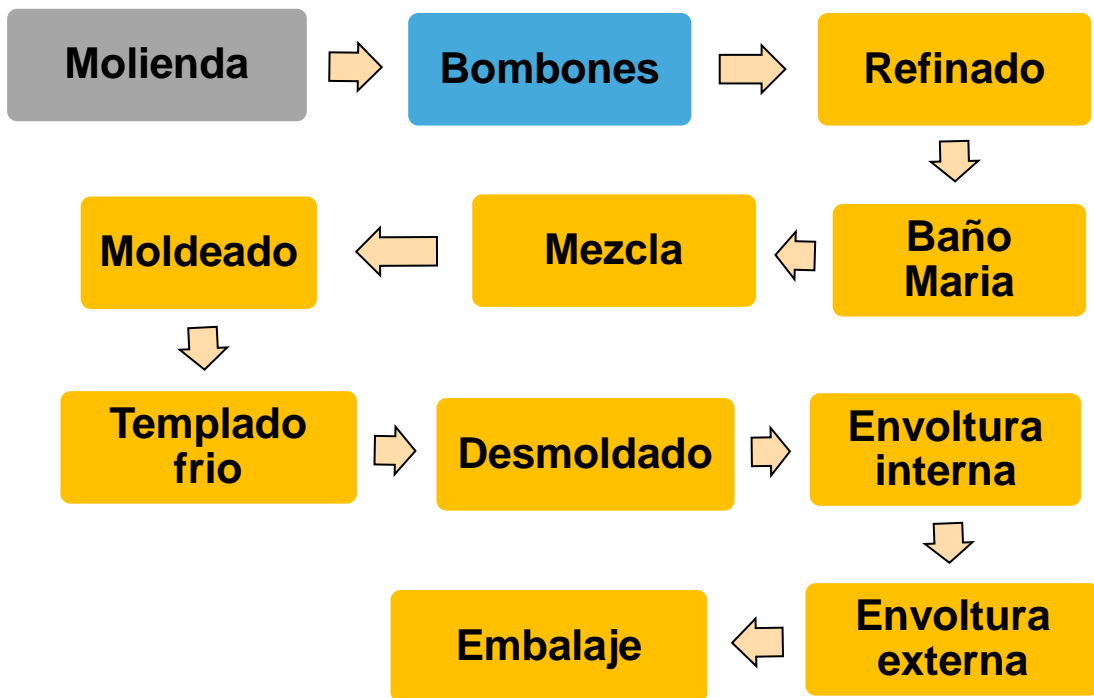
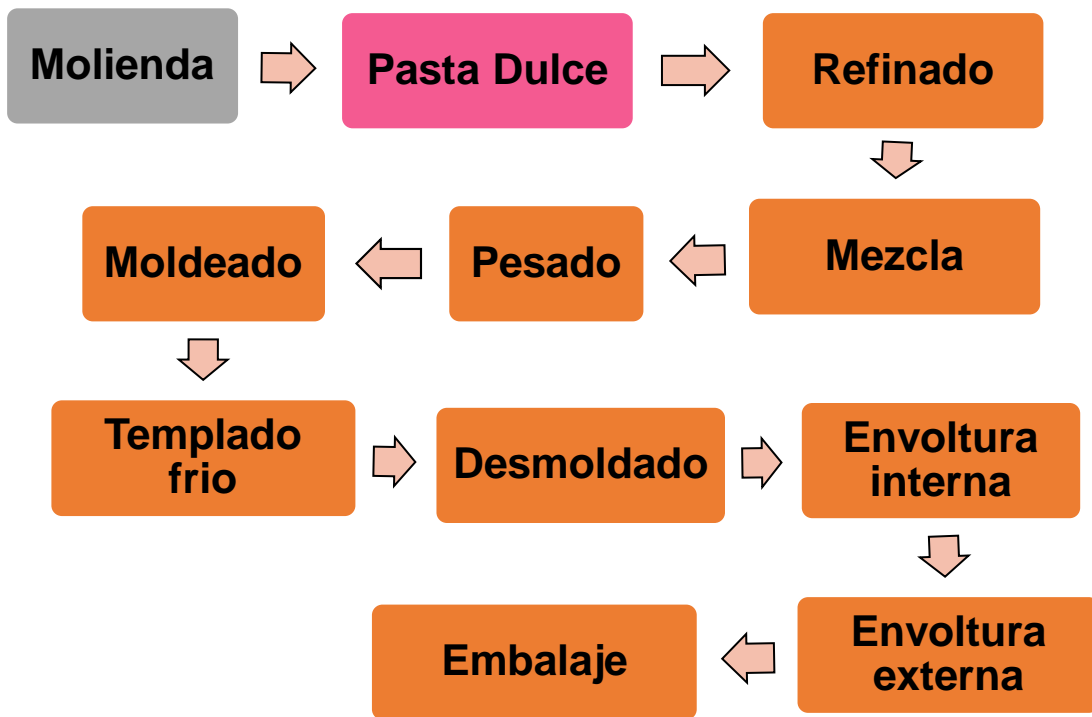
Anexo 7. Espacio físico - Diseño de la planta.

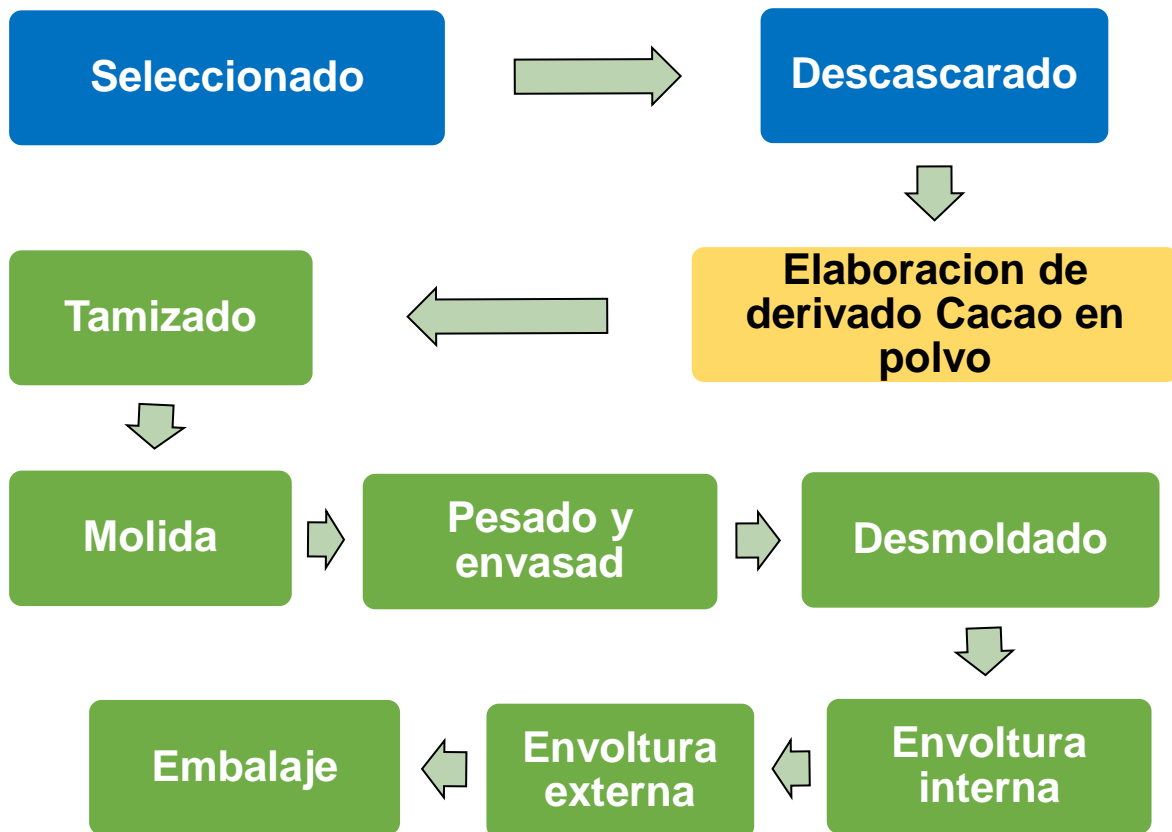


Anexo 8. Flujograma de elaboración.









Anexo 9. Determinación de costos.

Detalle	Costo (bs)
Pasta amarga	
Insumos (anexo 6)	420
Horas laborales (anexo 12)	680.74
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	1297.64
Precio por producto	12.9764
Pasta dulce	
Insumos (anexo 6)	497.51
Horas laborales (anexo 12)	492.37

Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	1186.78
Precio por producto	11.8678
Maní	
Insumos (anexo 6)	368.5
Horas laborales (anexo 12)	373.13
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	938.53
Precio por producto	9.3853
Coco	
Insumos (anexo 6)	556.78
Horas laborales (anexo 12)	361.79
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	1115.47
Precio por producto	11.1547
Manjar	
Insumos (anexo 6)	321.88
Horas laborales (anexo 12)	401.61
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	920.39
Precio por producto	9.2039
Almendra	
Insumos (anexo 6)	834.7
Horas laborales (anexo 12)	373.13
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75

Total	1404.73
Precio por producto	14.0473
Pasas	
Insumos (anexo 6)	450.28
Horas laborales (anexo 12)	373.13
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	1020.31
precio por producto	10.2031
Jalea	
Insumos (anexo 6)	488.45
Horas laborales (anexo 12)	401.61
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	1086.96
Precio por producto	10.8696
Cerveza	
Insumos (anexo 6)	206.97
Horas laborales (anexo 12)	397.93
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	801.8
Precio por producto	8.018
Ron	
Insumos (anexo 6)	362.9
Horas laborales (anexo 12)	397.93
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	957.73
Precio por producto	9.5773

Cacao en polvo	
Horas laborales (anexo 12)	680
Depreciación (anexo 11)	1.15
Costos operativos (anexo 13)	195.75
Total	876.9
Precio por producto	8.769

Anexo 10. Determinación de costos de capital.

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Material de salubridad				
Guardapolvo	Unidad	1	80	80
Material de proceso de alimentos				
Charola grande	Unidad	1	50	50
Bañador semi grande	Unidad	3	30	90
Olla mediana	Unidad	1	75	75
Paleta de madera	Unidad	1	20	20
Guante o trapo de cocina	Unidad	2	5	10
Fuente plástica mediana	Unidad	3	8	24
Fuente metálica mediana	Unidad	4	15	60
Cuchara	Unidad	5	2	10
Cuchillo	Unidad	2	10	20
Jarra medidora	Unidad	2	5	10
Vaso medidor	Unidad	1	5	5
Moldes de pasta	Unidad	20	5	100
Moldes de bombones	Unidad	10	25	250
Aplicador	Unidad	1	20	20
Equipo de cocción				
Cocina	Unidad	1	500	500
Garrafa	Unidad	1	250	250
Plancha templadora	Unidad	1	580	580

Equipo de procesado de alimentos				
Balanza	Unidad	1	230	230
Moledora	Unidad	1	270	270
Batidora	Unidad	1	600	600
Equipo de refrigeración				
Refrigerador	Unidad	1	2000	2000
Material de embalaje				
Tijera	Unidad	2	7	14
Engrampadora	Unidad	2	20	40
Equipo de embalado				
Balanza de precisión	Unidad	1	480	480
Selladora	Unidad	1	1200	1200
Material de limpieza				
Escoba	Unidad	1	13	13
Recogedor de basura	Unidad	1	8	8
Equipo de transporte				
Transporte	Moto	1	2500	2500

Anexo 11. Depreciación de materiales y equipos (costos de capital).

Detalle	Precio Total	Días de duración	Depreciación por día (Bs)	Cantidad (mat/eq)	D. T. (Bs)
Material de salubridad					
Guardapolvo	80	180	0.44	1	0.44
Material de proceso de alimentos					
Charola grande	50	1080	0.05	1	0.05
Bañador semi grande	90	1080	0.08	3	0.25
Olla mediana	75	1080	0.07	1	0.07
Paleta de madera	20	1080	0.02	1	0.02

Guante o trapo de cocina	10	180	0.06	2	0.11
Fuente plástica mediana	24	360	0.07	3	0.20
Fuente metálica mediana	60	1080	0.06	4	0.22
Cuchara	10	360	0.03	5	0.14
Cuchillo	20	360	0.06	2	0.11
Jarra medidora	10	360	0.03	2	0.06
Vaso medidor	5	360	0.01	1	0.01
Moldes de pasta	100	720	0.14	20	2.78
Moldes de bombones	250	720	0.35	10	3.47
Aplicador	20	720	0.03	1	0.03
Equipo de cocción					
Cocina	500	1800	0.28	1	0.28
Garrafa	250	3600	0.07	1	0.07
Plancha templadora	580	1800	0.32	1	0.32
Equipo de procesado de alimentos					
Balanza	230	1080	0.21	1	0.21
Moledora	270	1080	0.25	1	0.25
Batidora	600	1080	0.56	1	0.56
Equipo de refrigeración					
Refrigerador	2000	1800	1.11	1	1.11
Material de embalaje					
Tijera	14	1800	0.01	2	0.02
Engrampadora	40	1800	0.02	2	0.04
Equipo de embalado					
Balanza de precisión	480	1800	0.27	1	0.27
Selladora	1200	1800	0.67	1	0.67
Material de limpieza					
Escoba	13	360	0.04	1	0.04
Recogedor de basura	8	360	0.02	1	0.02

Equipo de transporte					
Transporte	2500	2880	0.87	1	0.87

Detalle	Depreciación Total (bs)
Material de salubridad	0.44
Material de proceso de alimentos	7.51
Equipo de cocción	0.67
Equipo de procesado de alimentos	1.02
Equipo de refrigeración	1.11
Material de embalaje	0.06
Equipo de embalado	0.93
Material de limpieza	0.06
Equipo de transporte	0.87
Depreciación total por día	12.68
Depreciación día/ producto	1.15

Anexo 12. Mano de obra

Pasta Amarga		
Recepción Y Peso	1	Mints
Seleccionado	5	Mints
Tostado	15	Mints
Enfriado	3	Mints
Descascarado	40	Mints
Molida	10	Mints
Moldeado	6	Mints
Refrigerado	30	Mints
Desmoldeado	3	Mints
Cortado De Envoltura	3	Mints

Doblado De Envoltura	3	Mints
Cortado De Papel Alum	4	Mints
Envoltura Interna	3	Mints
Envoltura Externa	4	Mints
Embalado	1	Mints
Total De Mints	98	Mints
Total De Horas	1.63	Horas
Cantidad De Pasta	3	Unidad
Jornal (Pastas)	14.6938776	Unidad

Pasta Dulce		
Recepcion Y Peso	1	Mints
Selecccionado	5	Mints
Tostado	15	Mints
Enfriado	3	Mints
Descascarado	40	Mints
Molida Y Refinado	30	Mints
Limpiado De Molida	10	Mints
Pesado Insumos	5	Mints
Mezcla	10	Mints
Moldeado	15	Mints
Refrigerado	240	Mints
Desmoldeado	8	Mints
Cortado De Envoltura	8	Mints
Doblado De Envoltura	8	Mints
Cortado De Papel Alum	12	Mints
Envoltura Interna	8	Mints
Envoltura Externa	12	Mints
Embalado	2	Mints
Total De Mints	189	Mints

Total De Horas	3.15	Horas
Cantidad De Pasta	8	Unidad
Jornal (Pastas)	20.3174603	Unidad

Coco		
Recepcion Y Peso	1	Mints
Selecccionado	5	Mints
Tostado	15	Mints
Enfriado	3	Mints
Descascarado	40	Mints
Molida Y Refinado	30	Mints
Limpiado De Molida	10	Mints
Pesado Insumos	5	Mints
Mezcla	10	Mints
Moldeado	14	Mints
Refrigerado	360	Mints
Desmoldeado	7	Mints
Cortado De Etiqueta	3	Mints
Doblado De Etiqueta	3	Mints
Cortado De Papel Alum	3	Mints
Cortado De Bolsas	3	Mints
Sellado Prim	10	Mints
Envoltura De Bomb	15	Mints
Depósito De Bomb	10	Mints
Sellado Seg Y Etiqueta	5	Mints
Embalado	2	Mints
Total De Mints	191	Mints
Total De Horas	3.18	Horas
Cantidad De Paks	11	Unidad
Jornal (Paks)	27.6439791	Unidad

Cerveza Y Ron		
Recepcion Y Peso	1	Mints
Seleccionado	5	Mints
Tostado	15	Mints
Enfriado	3	Mints
Descascarado	40	Mints
Molida Y Refinado	30	Mints
Limpiado De Molida	10	Mints
Pesado Insumos	5	Mints
Mezcla	10	Mints
Moldeado	14	Mints
Refrigerado	360	Mints
Desmoldeado	7	Mints
Cortado De Etiqueta	3	Mints
Doblado De Etiqueta	3	Mints
Cortado De Papel Alum	3	Mints
Cortado De Bolsas	3	Mints
Sellado Prim	10	Mints
Envoltura De Bomb	15	Mints
Depósito De Bomb	10	Mints
Sellado Seg Y Etiqueta	5	Mints
Embalado	2	Mints
Total De Mints	191	Mints
Total De Horas	3.18	Horas
Cantidad De Paks	10	Unidad
Jornal (Paks)	25.1308901	Unidad

Maní, Almendra, Pasas		
Recepcion Y Peso	1	Mints

Seleccionado	5	Mints
Tostado	15	Mints
Enfriado	3	Mints
Descascarado	40	Mints
Molida Y Refinado	30	Mints
Limpiado De Molida	10	Mints
Pesado Insumos	5	Mints
Mezcla	10	Mints
Moldeado	20	Mints
Refrigerado	360	Mints
Desmoldeado	7	Mints
Cortado De Etiqueta	3	Mints
Doblado De Etiqueta	3	Mints
Cortado De Papel Alum	3	Mints
Cortado De Bolsas	3	Mints
Sellado Prim	10	Mints
Envoltura De Bomb	15	Mints
Deposito De Bomb	10	Mints
Sellado Seg Y Etiqueta	5	Mints
Embalado	2	Mints
Total De Mints	197	Mints
Total De Horas	3.28	Horas
Cantidad De Paks	11	Unidad
Jornal (Paks)	26.8020305	Unidad

Manjar Y Jalea		
Recepcion Y Peso	1	Mints
Seleccionado	5	Mints
Tostado	15	Mints
Enfriado	3	Mints

Descascarado	40	Mints
Molida Y Refinado	30	Mints
Limpiado De Molida	10	Mints
Pesado Insumos	5	Mints
Mezcla	10	Mints
Moldeado	35	Mints
Refrigerado	360	Mints
Desmoldeado	7	Mints
Cortado De Etiqueta	3	Mints
Doblado De Etiqueta	3	Mints
Cortado De Papel Alum	3	Mints
Cortado De Bolsas	3	Mints
Sellado Prim	10	Mints
Envoltura De Bomb	15	Mints
Deposito De Bomb	10	Mints
Sellado Seg Y Etiqueta	5	Mints
Embalado	2	Mints
Total De Mints	212	Mints
Total De Horas	3.53	Horas
Cantidad De Paks	11	Unidad
Jornal (Paks)	24.9056604	Unidad

Cacao En Polvo		
Recepcion Y Peso	1	Mints
Tamizado	15	Mints
Molido	5	Mints
Cortado De Etiqueta	1	Mints
Doblado De Etiqueta	1	Mints
Cortado De Bolsas	1	Mints
Sellado Prim	3	Mints

Depósito De Cacao En Polvo	3	Mints
Sellado Seg Y Etiqueta	5	Mints
Embalado	1	Mints
Total De Mints	36	Mints
Total De Horas	0.60	Horas
Cantidad De Paks	3	Unidad
Jornal (Paks)	40	Unidad

Costo de jornales (100bs/día) por producto					
Producto	Cantidad por Jornal	Cantidad Necesaria	Horas Necesarias	Jornales	Precio por jornal (bs)
Pasta Amarga	14.69	100	54.46	6.81	680.74
Pasta Dulce	20.31	100	39.39	4.92	492.37
Coco	27.64	100	28.94	3.62	361.79
Cerveza	25.13	100	31.83	3.98	397.93
Ron	25.13	100	31.83	3.98	397.93
Mani	26.8	100	29.85	3.73	373.13
Almendra	26.8	100	29.85	3.73	373.13
Pasas	26.8	100	29.85	3.73	373.13
Manjar	24.9	100	32.13	4.02	401.61
Jalea	24.9	100	32.13	4.02	401.61
Cacao En Polvo	40	272	54.40	6.80	680.00

Anexo 13. Determinación de costos operativos.

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Material de salubridad				
Barbijo	Unidad	73	0.45	32.85
Guantes	Unidad	73	0.85	62.05
Gorro	Unidad	73	0.45	32.85

Material de proceso de alimentos				
Bandejas de plastofor	Unidad	10	2	20
Equipo de cocci3n				
Gas	Unidad	1	27	27
Fosforo	Unidad	3	5	15
Material de embalaje				
Binifan	Metro	13	2	26
Etiquetas	Hoja	425	1	425
Papel Aluminio 337 M2	Rollo	1	27	27
Caja de empaque	Unidad	20	10	200
Scoch	Rollo	2	8	16
Material de limpieza				
Bolsas de basura	Paquete	36	10	360
Esponja	Paquete	5	10	50
Ace	Bolsas	123	2.5	307.5
Material de transporte				
Combustible	Litro	184	3	552
Insumos				
Cacao	Libra	117	9	1053
Azúcar Molida	Paquete	119	5	595
Mantequilla	Libra	44	8	352
Leche condensada	Lata	80	10	800
Leche liquida	Bolsas	20	6	120
Esencia de vainilla	Botella	74	2	148
Aceite	Botella	14	8	112
Maní	Bolsas	7	5	35
Esencia de coco	Botella	14	4	56
Coco	Libra	8	14	112
Manjar	Bolsas	2	7	14
Almendra	Bolsas	47	10	470

Esencia de uva	Botella	67	4	268
Pasas	Libra	3	14	42
Esencia de frutilla	Botella	67	4	268
Jalea	Tarro	2	70	140
Cerveza	Lata	1	10	10
Ron	Botella	1	110	110
Mano de obra				
Mano de obra	Jornal	49.5	100	4950

Detalles costos operativos materiales	Monto (bs)
Material de salubridad	127.75
Material de proceso de alimentos	20
Equipo de cocción	42
Material de embalaje	694
Material de limpieza	717.5
Material de transporte	552
Total	2153.25
Distribución en productos	195.75

Anexo 14. Activos del emprendimiento.

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Material de salubridad				
Guardapolvo	Unidad	1	80	80
Material de proceso de alimentos				
Charola grande	Unidad	1	50	50
Bañador semi grande	Unidad	3	30	90
Olla mediana	Unidad	1	75	75
Paleta de madera	Unidad	1	20	20

Guante o trapo de cocina	Unidad	2	5	10
Fuente plastica mediana	Unidad	3	8	24
Fuente metalica mediana	Unidad	4	15	60
Cucharra	Unidad	5	2	10
Cuchillo	Unidad	2	10	20
Jarra medidora	Unidad	2	5	10
Vaso medidor	Unidad	1	5	5
Equipo de cocción				
Cocina	Unidad	1	500	500
Garrafa	Unidad	1	250	250
Plancha templadora	Unidad	1	580	580
Equipo de procesado de alimentos				
Balanza	Unidad	1	230	230
Moledora	Unidad	1	270	270
Batidora	Unidad	1	600	600
Equipo de refrigeración				
refrigerador	Unidad	1	2000	2000
Material de embalaje				
Tijera	Unidad	2	7	14
Engrampadora	Unidad	2	20	40
Equipo de embalado				
Balanza de precisión	Unidad	1	480	480
Selladora	Unidad	1	1200	1200
Material de aseo				
Escoba	Unidad	1	13	13
Recogedor de basura	Unidad	1	8	8
Equipo de transporte				
Transporte	Moto	1	2500	2500

Anexo 15. Necesidades del emprendimiento.

Detalle	Unidad	Cantidad	Precio	total
Material de salubridad				
Barbijo	Unidad	73	0.45	32.85
Guantes	Unidad	73	0.85	62.05
Gorro	Unidad	73	0.45	32.85
material de proceso de alimentos				
Bandejas de plastofor	Unidad	10	2	20
Moldes de pasta	Unidad	20	5	100
Moldes de bombones	Unidad	10	25	250
Aplicador	Unidad	1	20	20
Equipo de cocción				
Gas	Unidad	1	27	27
Fosforo	Unidad	3	5	15
Material de embalaje				
Binifan	Metro	13	2	26
Etiquetas	Hoja	425	1	425
Papel Aluminio 337 M2	Rollo	1	27	27
Caja de empaque	Unidad	20	10	200
Soch	Rollo	2	8	16
Material de limpieza				
Bolsas de basura	Paquete	36	10	360
Esponja	Paquete	5	10	50
Ace	Bolsas	123	2.5	307.5
Material de transporte				
Combustible	Litro	184	3	552
Insumos				
Cacao	Libra	117	9	1053
Azúcar Molida	Paquete	119	5	595

Mantequilla	Libra	44	8	352
Leche condensada	Lata	80	10	800
Leche liquida	Bolsas	20	6	120
Esencia de vainilla	Botella	74	2	148
Aceite	Botella	14	8	112
Maní	Bolsas	7	5	35
Esencia de coco	Botella	14	4	56
Coco	Libra	8	14	112
Manjar	Bolsas	2	7	14
Almendra	Bolsas	47	10	470
Esencia de uva	Botella	67	4	268
Pasas	Libra	3	14	42
Esencia de frutilla	Botella	67	4	268
Jalea	Tarro	2	70	140
Cerveza	Lata	1	10	10
Ron	Botella	1	110	110
Mano de obra				
Mano de obra	Jornal	49.5	100	4950

Anexo 16. Evaluación al consumidor de nuestros productos.

CHOCOLATES "CON AMOR" HOJA DE ESTUDIO CARANAVI-2019



GENERO FEMENINO MASCULINO
 OCUPACION ESTUDIANTE AMA DE CASA

OTROS

MARQUE LA CASILLA CORRESPONDIENTE DE SU CALIFICACION.

PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS (envoltura interna y externa)

CALIFICACION: (MM= muy malo; M= malo; R= regular; B= bueno; MB= muy bueno)

PASTA AMARGA	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
PASTA DULCE	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
BOMBONES	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
CACAO EN POLVO	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>

TEXTURA Y TAMAÑO DE LOS PRODUCTOS

CALIFICACION: (MM= muy malo; M= malo; R= regular; B= bueno; MB= muy bueno)

PASTA AMARGA	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
PASTA DULCE	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
BOMBONES	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
CACAO EN POLVO	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>

EVALUACION DE PASTA AMARGA

CALIFICACION: (MM= muy malo; M= malo; R= regular; B= bueno; MB= muy bueno)

Color de la pasta amarga	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Olor de la pasta amarga	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Color del chocolate preparado	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Olor del chocolate preparado	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Sabor del chocolate preparado	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>

EVALUACION DE CACAO EN POLVO

CALIFICACION: (MM= muy malo; M= malo; R= regular; B= bueno; MB= muy bueno)

Color del cacao en polvo	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Olor del cacao en polvo	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Color del chocolate preparado	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Olor del chocolate preparado	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Sabor del chocolate preparado	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>

EVALUACION DE PASTA DULCE

CALIFICACION: (MM= muy malo; M= malo; R= regular; B= bueno; MB= muy bueno)

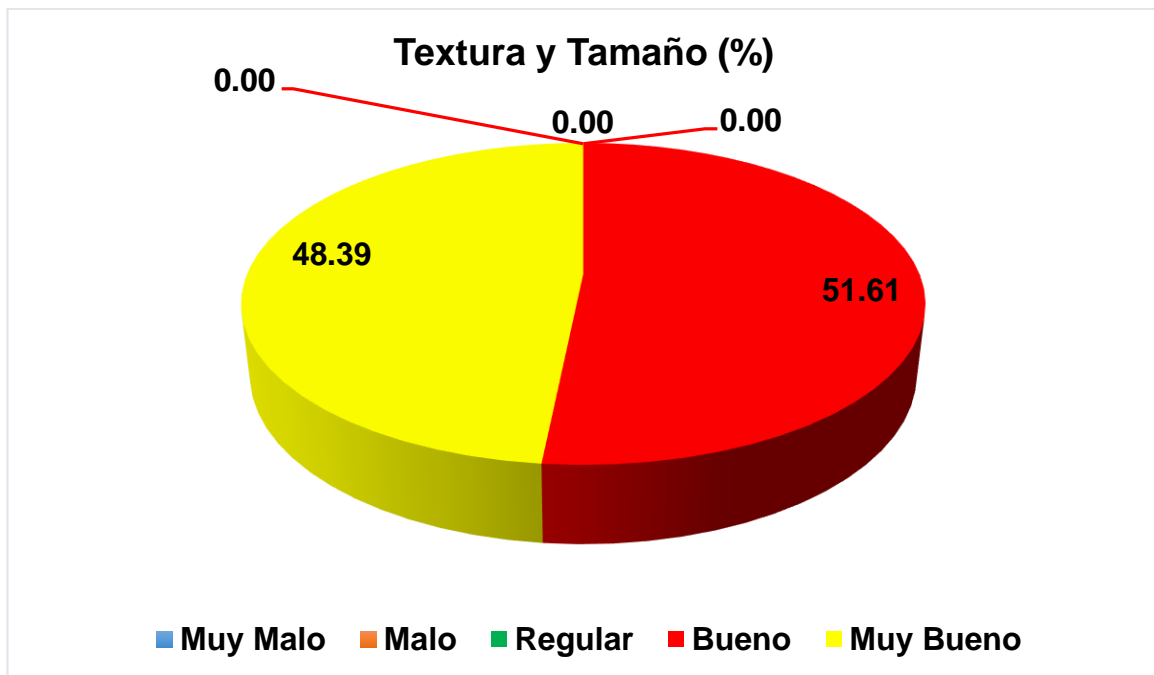
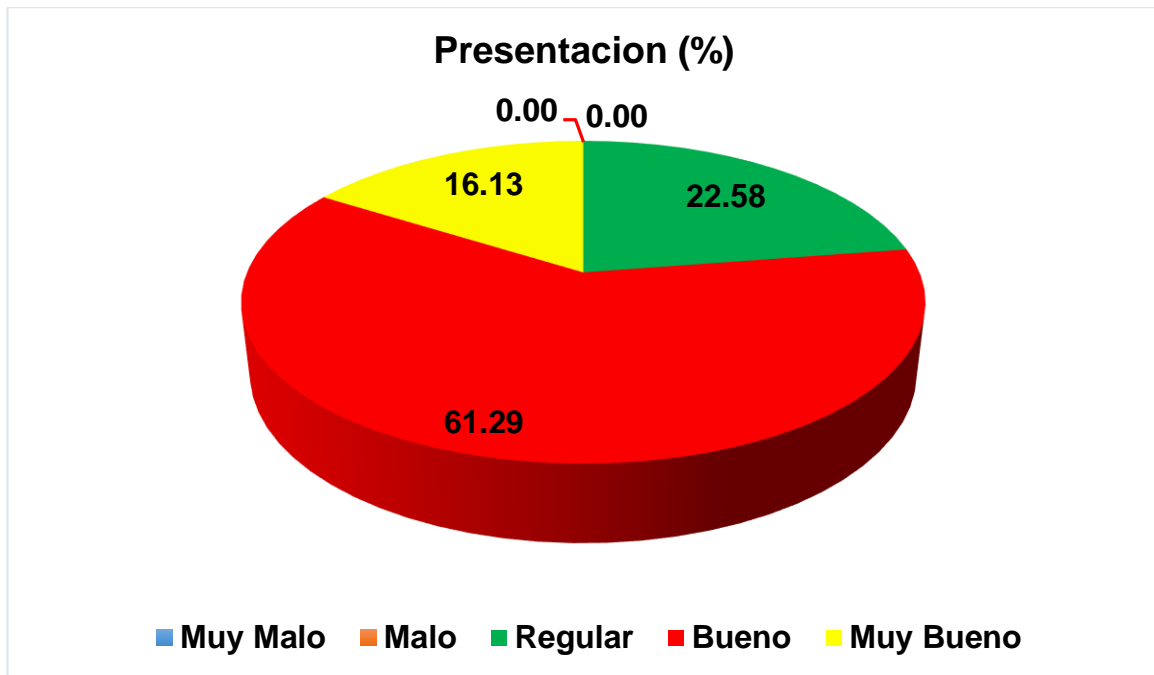
Color de la pasta dulce	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Olor de la pasta dulce	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
Sabor de la pasta dulce	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>

EVALUACION DE BOMBONES

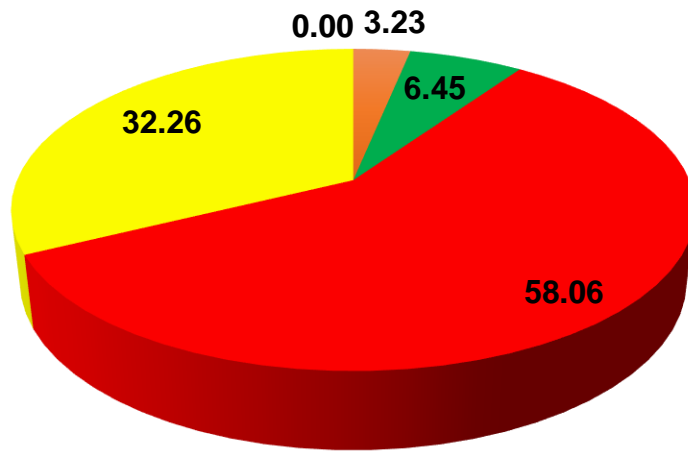
CALIFICACION: (MM= muy malo; M= malo; R= regular; B= bueno; MB= muy bueno)

T.	Color del bombon	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
	Olor del bombon	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
	Sabor del bombon	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
T.	Color del bombon	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
	Olor del bombon	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
	Sabor del bombon	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
T.	Color del bombon	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
	Olor del bombon	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>
	Sabor del bombon	MM	<input type="checkbox"/>	M	<input type="checkbox"/>	R	<input type="checkbox"/>	B	<input type="checkbox"/>	MB	<input type="checkbox"/>

Anexo 17. Evaluación de Pasta Amarga.

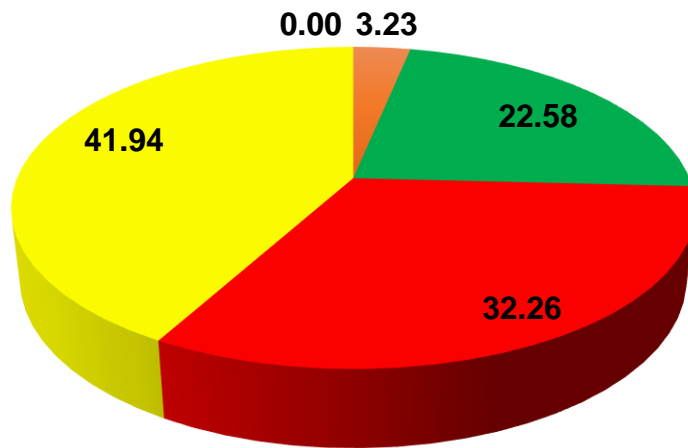


Color de Pasta (%)

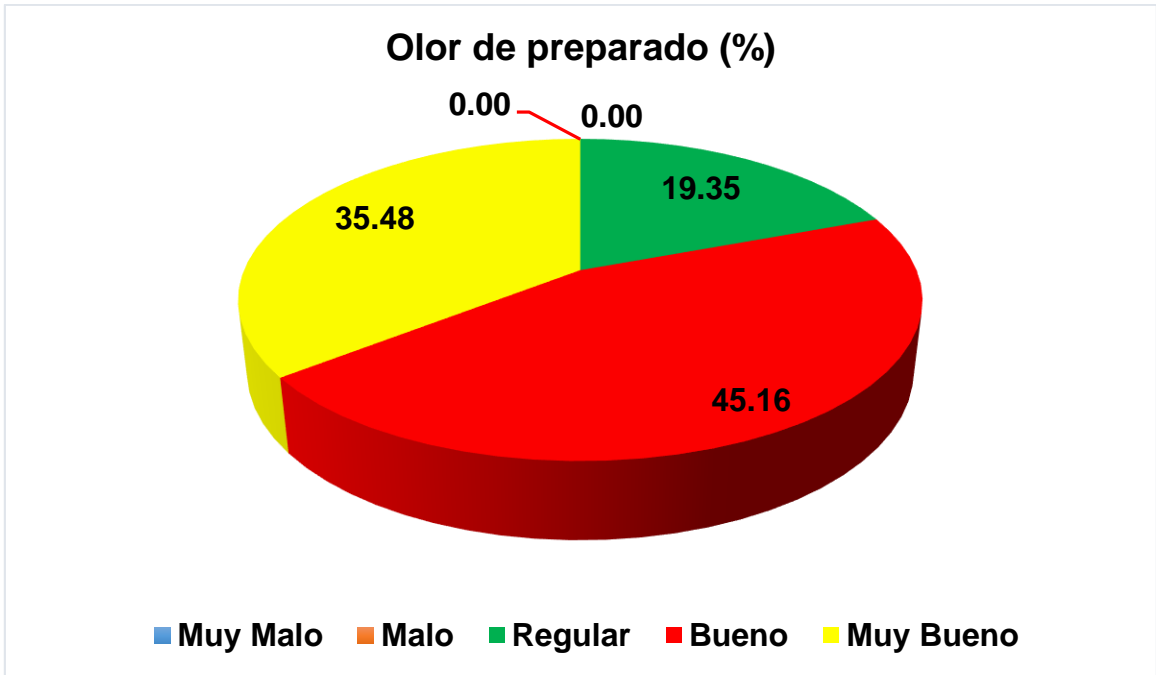
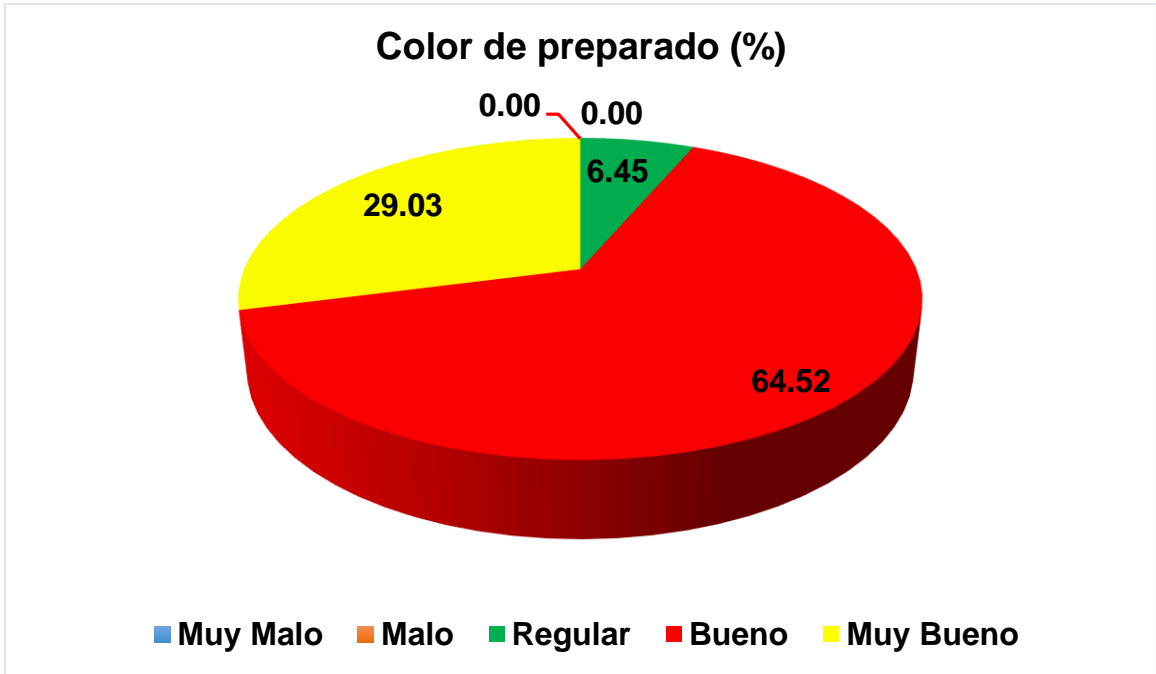


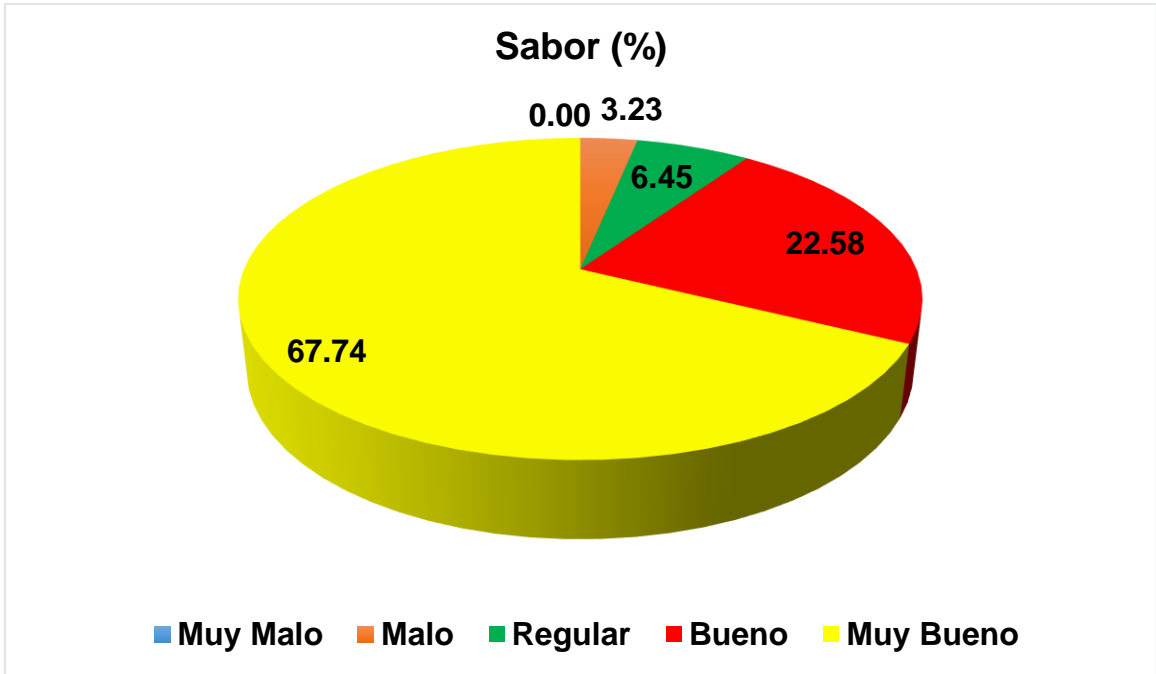
■ Muy Malo ■ Malo ■ Regular ■ Bueno ■ Muy Bueno

Olor de Pasta (%)

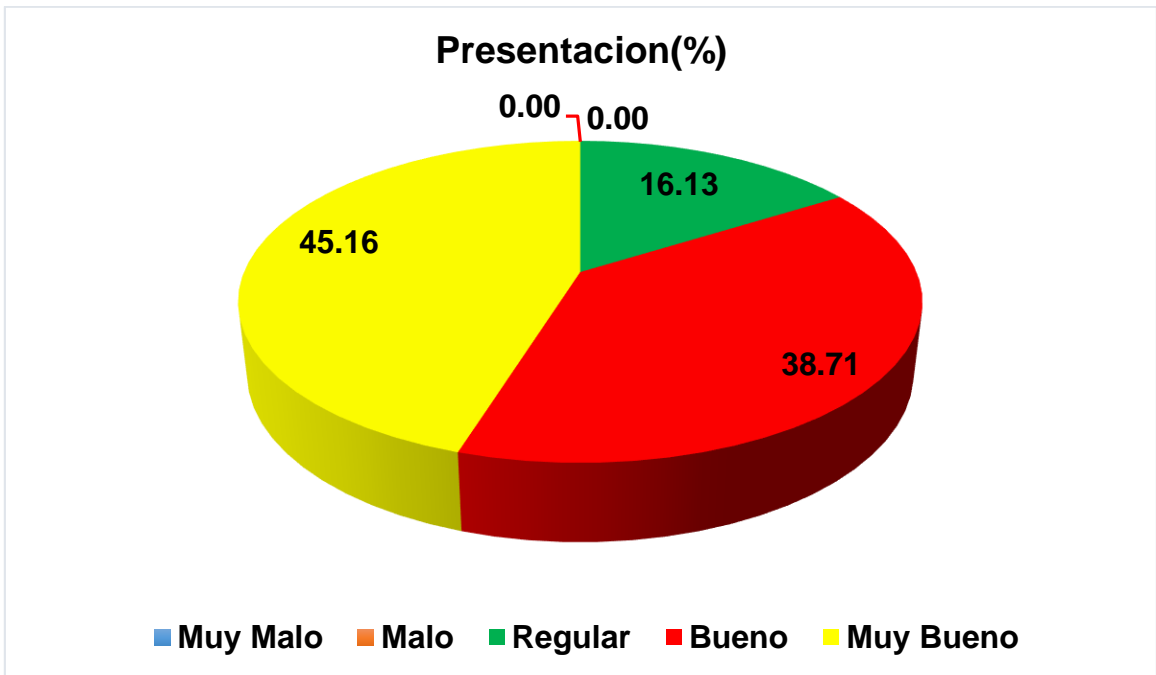


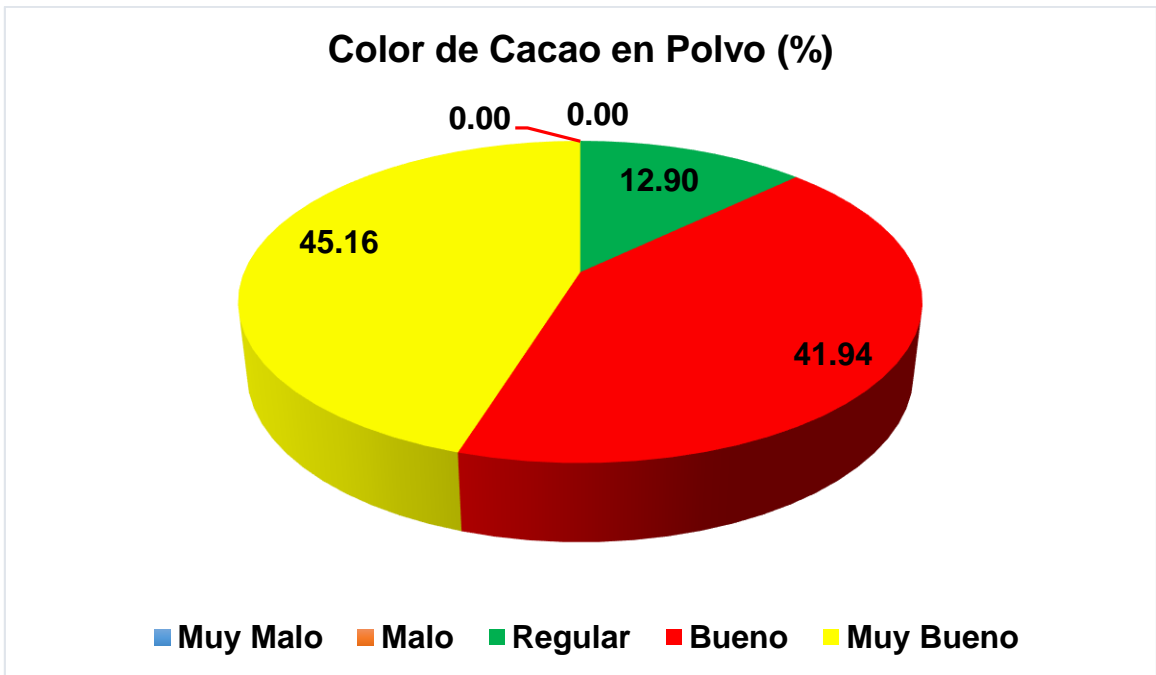
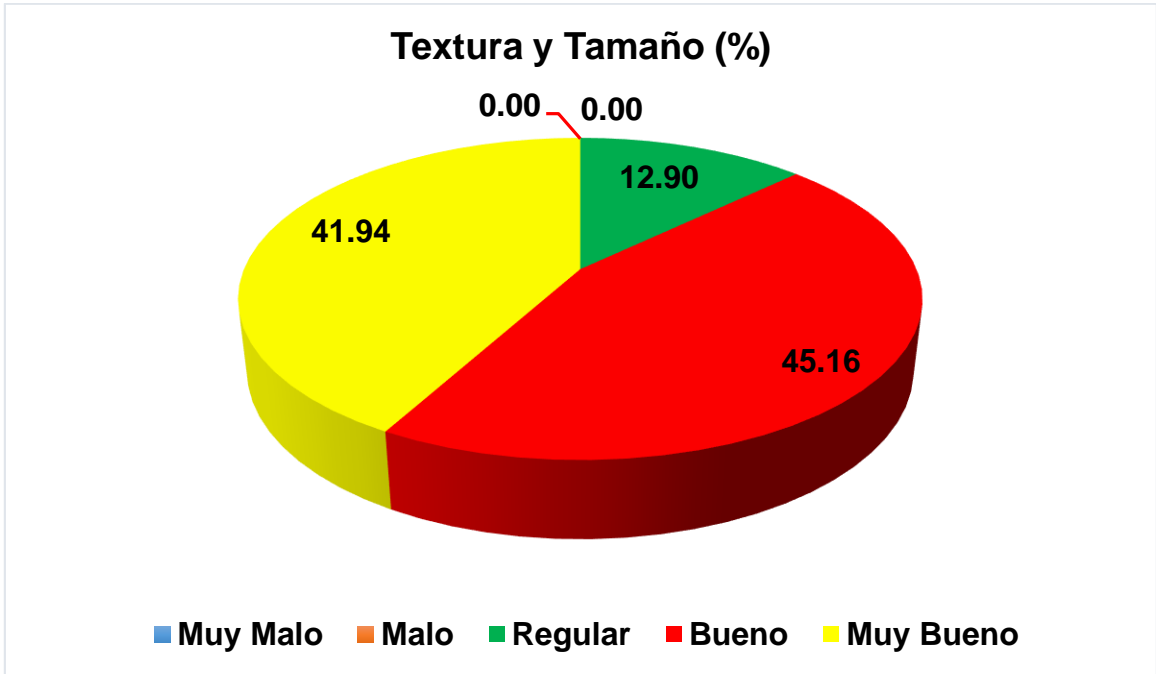
■ Muy Malo ■ Malo ■ Regular ■ Bueno ■ Muy Bueno





Anexo 18. Evaluación de Cacao en Polvo.





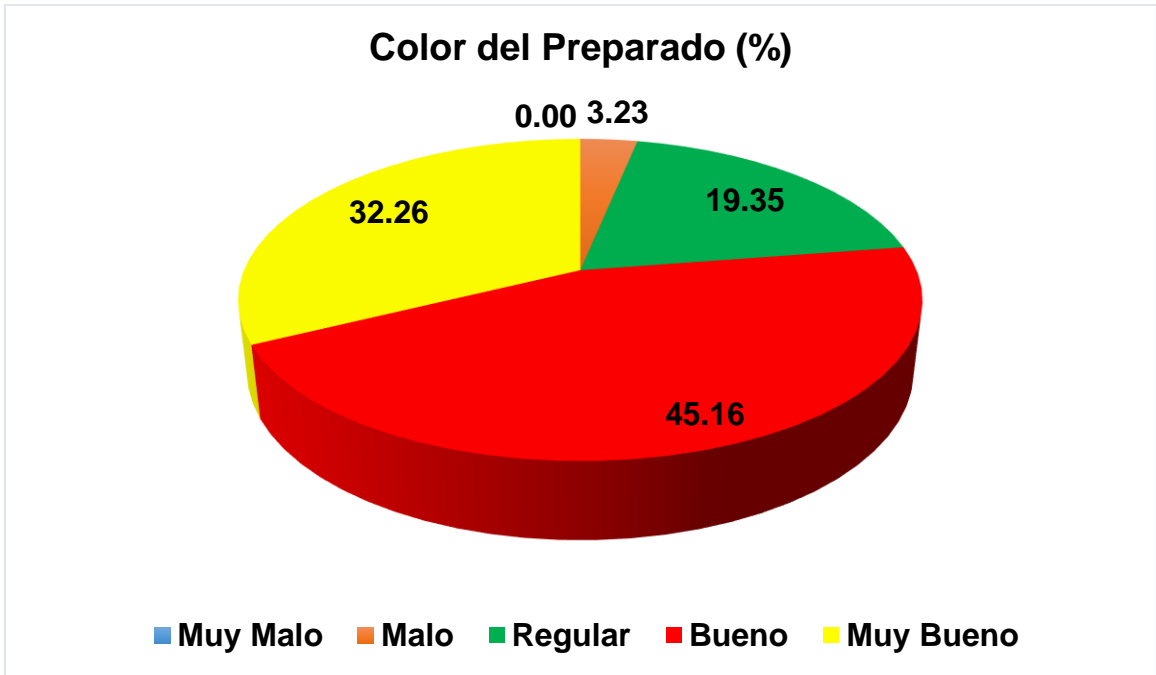
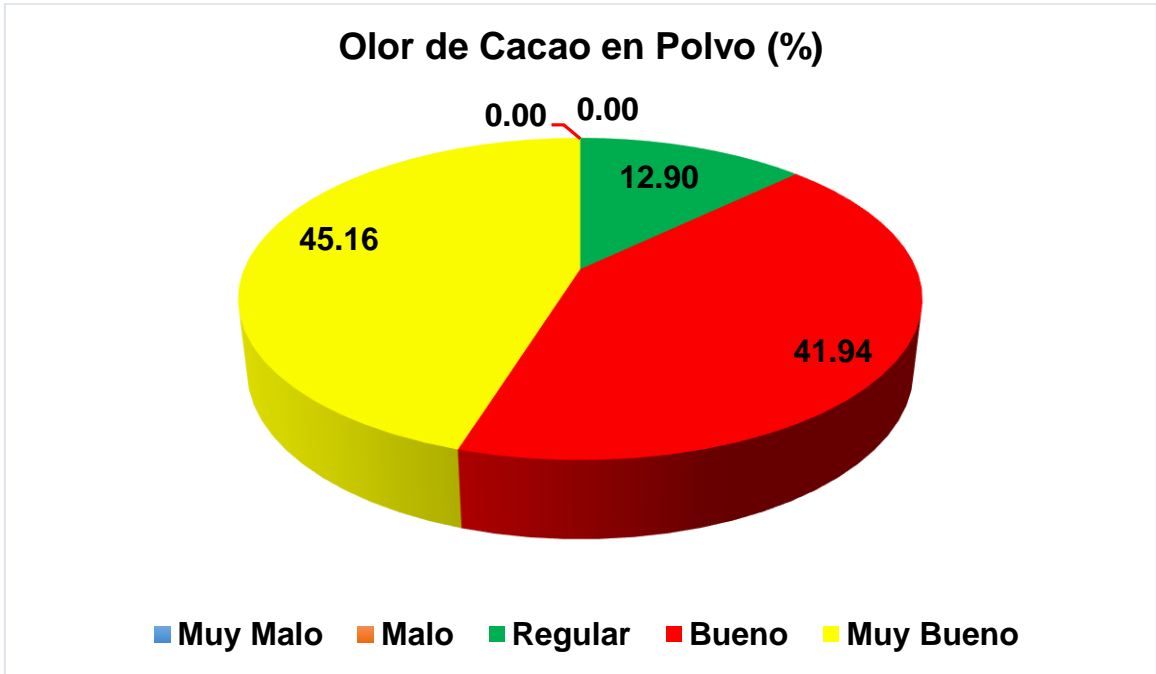
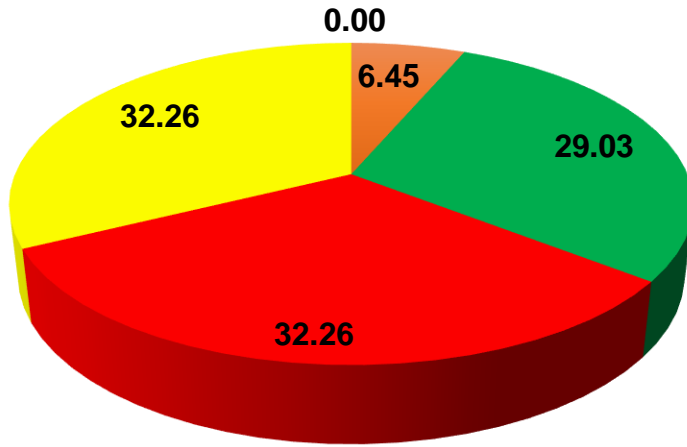


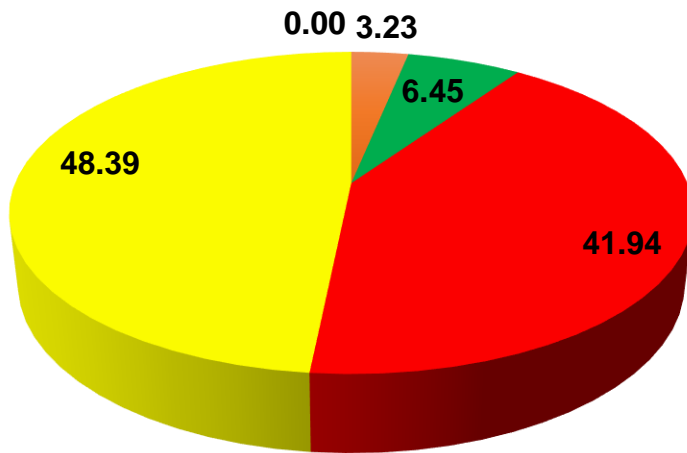
Figura. Resultados de evaluación de color del preparado.

Olor del Preparado (%)



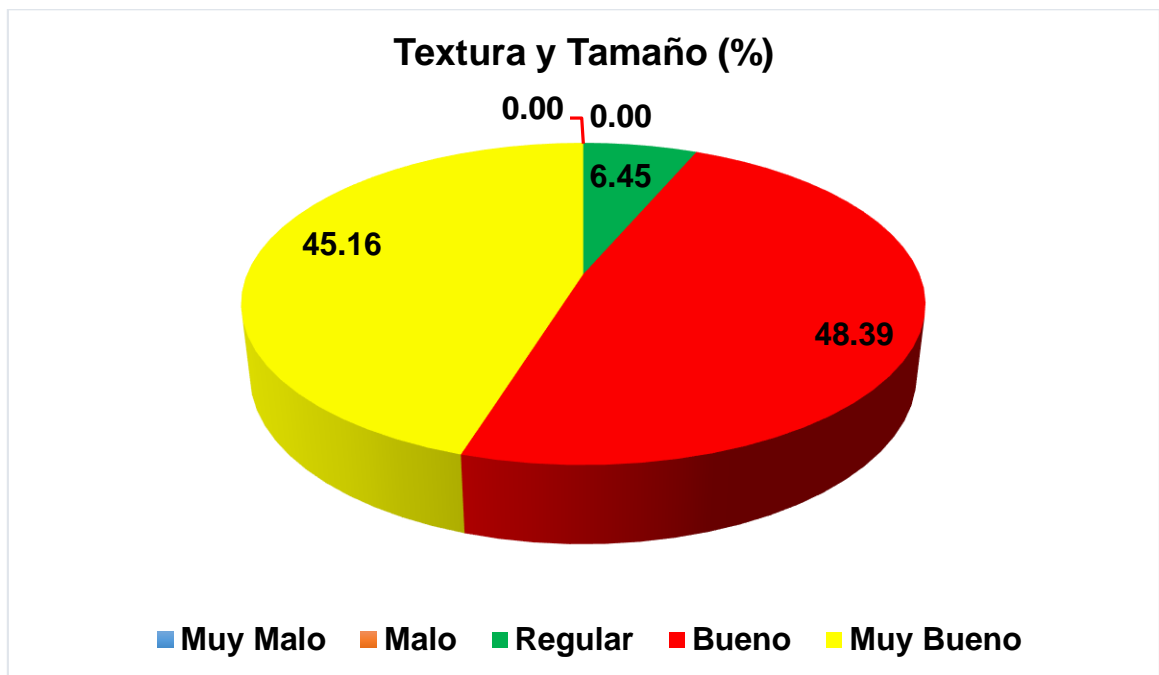
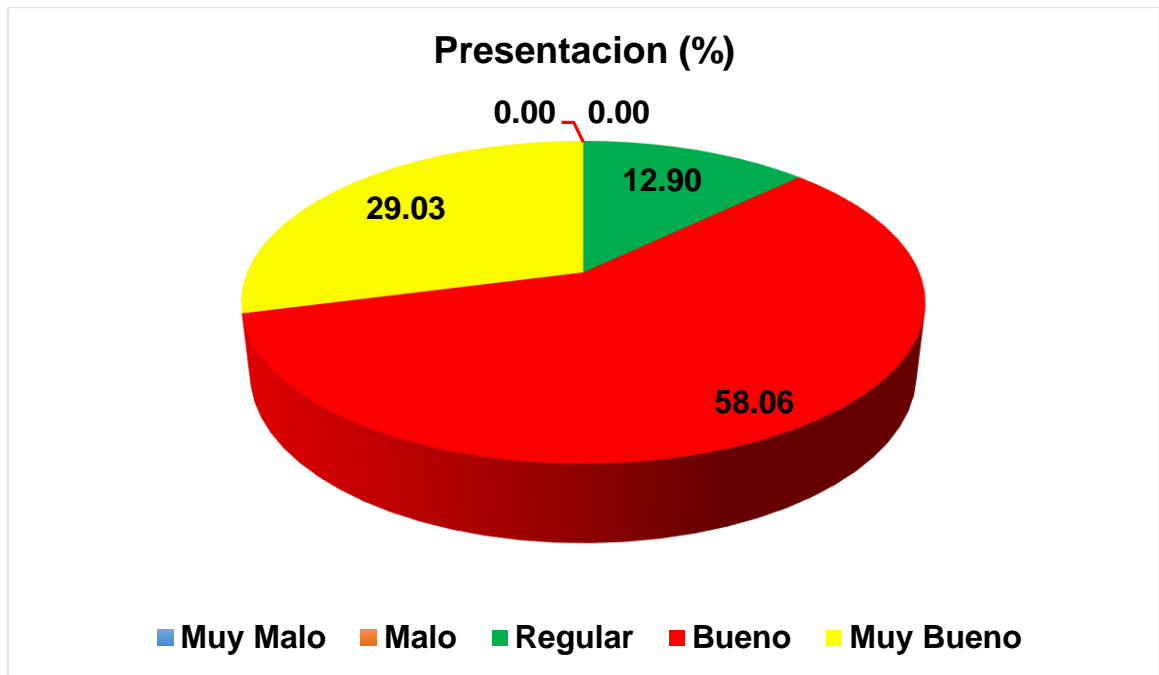
■ Muy Malo ■ Malo ■ Regular ■ Bueno ■ Muy Bueno

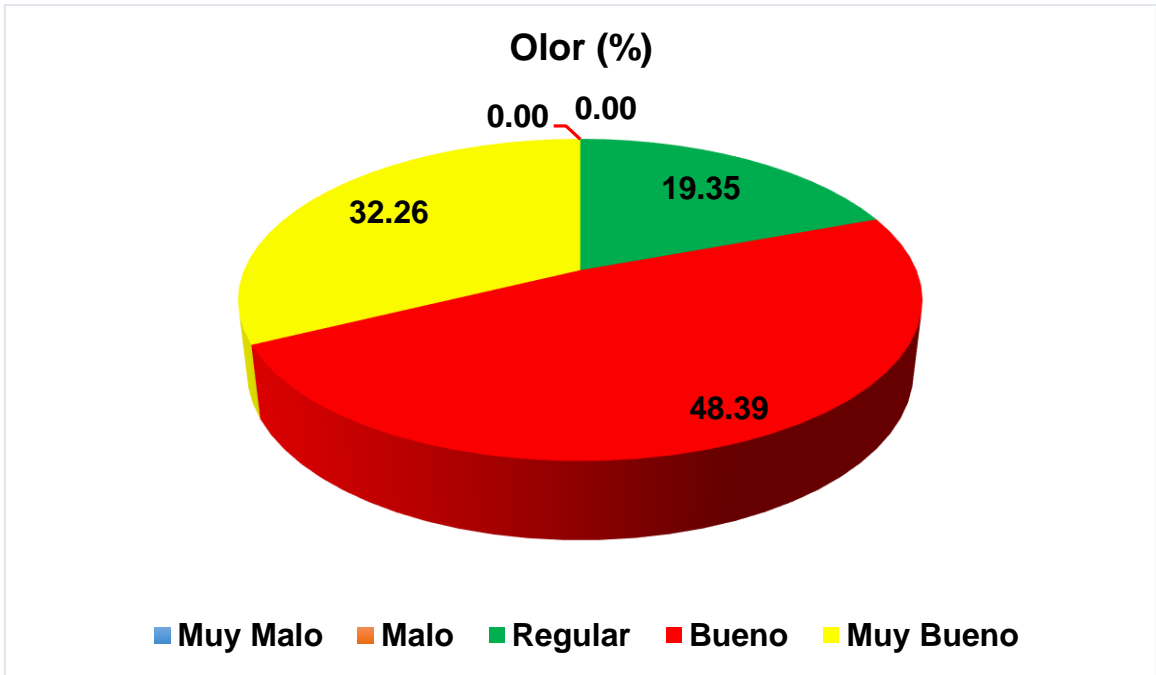
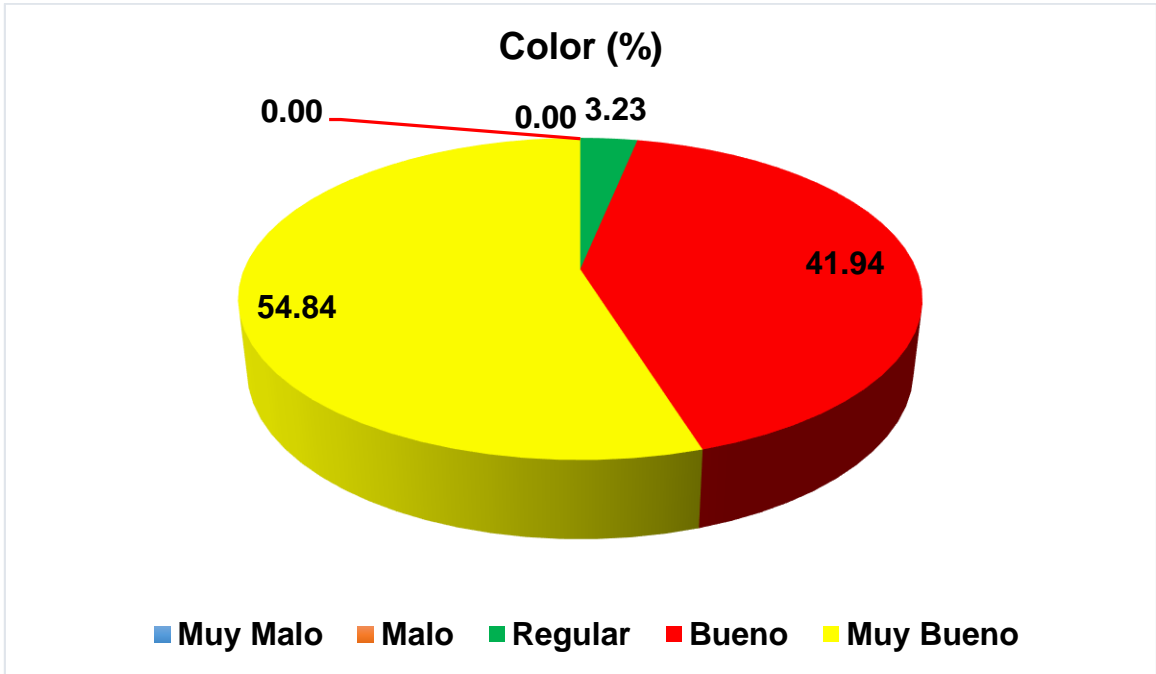
Sabor (%)

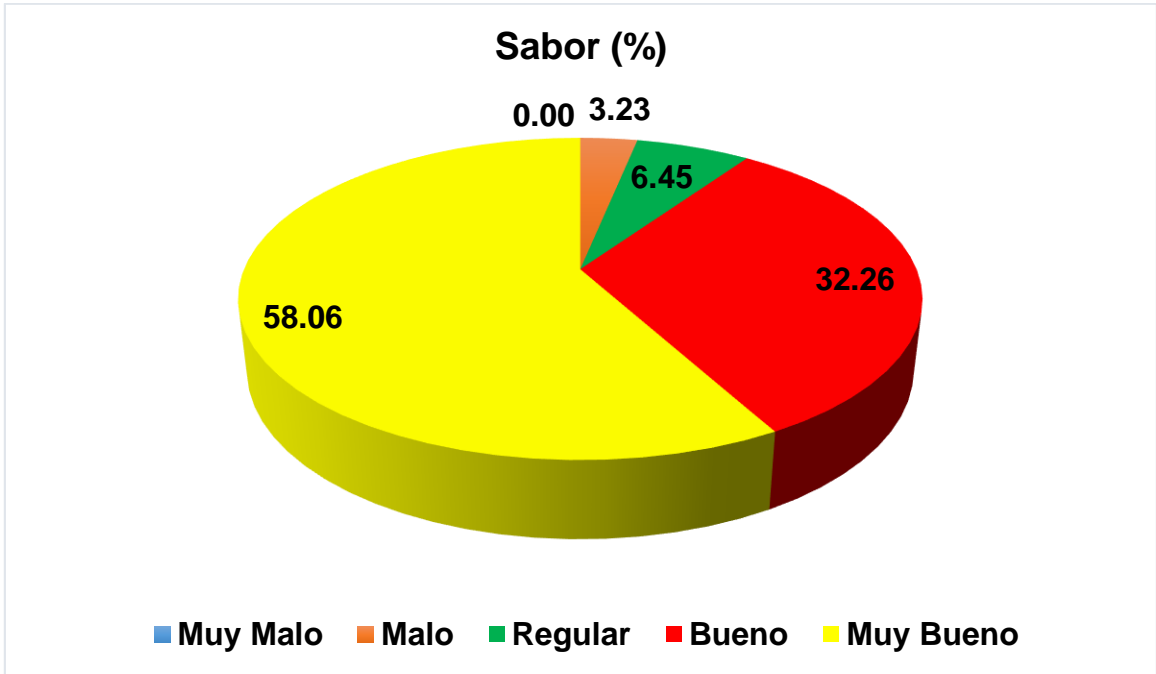


■ Muy Malo ■ Malo ■ Regular ■ Bueno ■ Muy Bueno

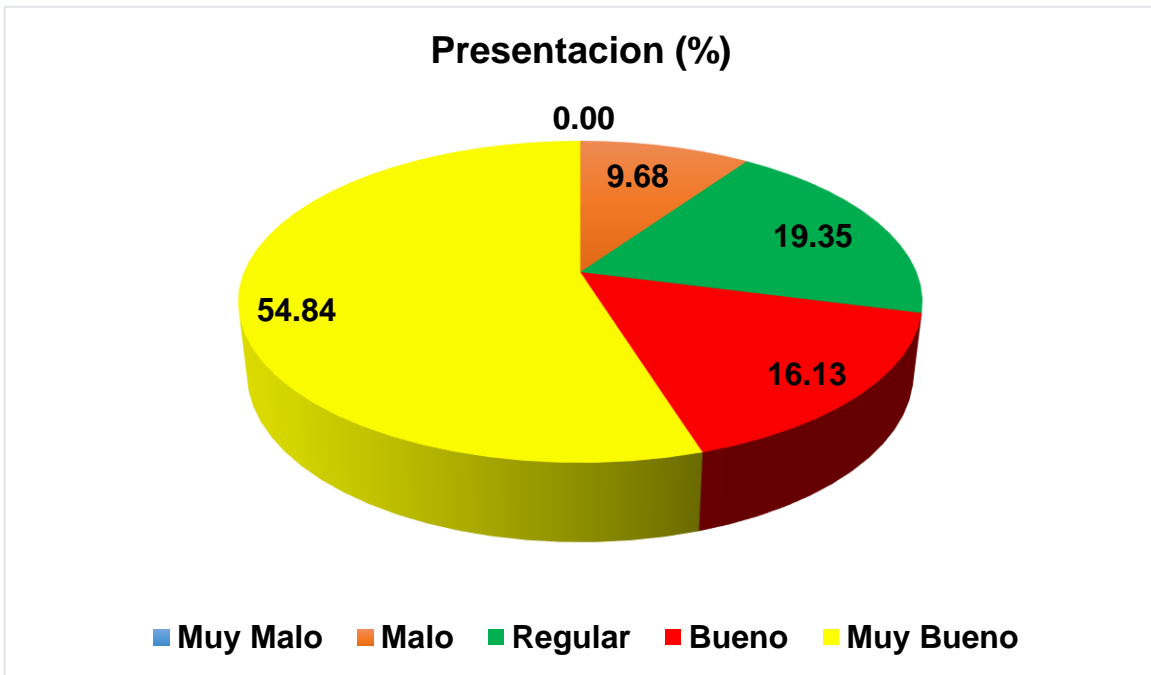
Anexo 19. Evaluación de Pasta Dulce.



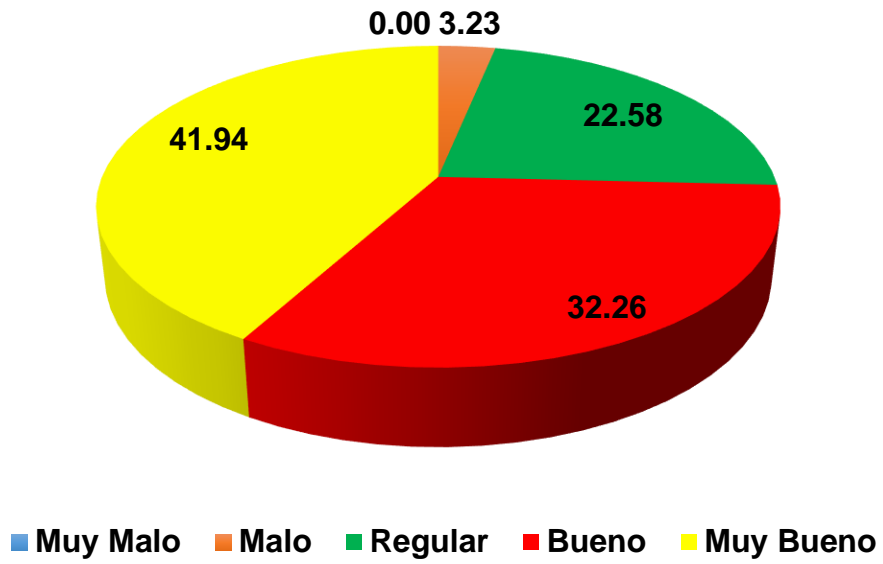




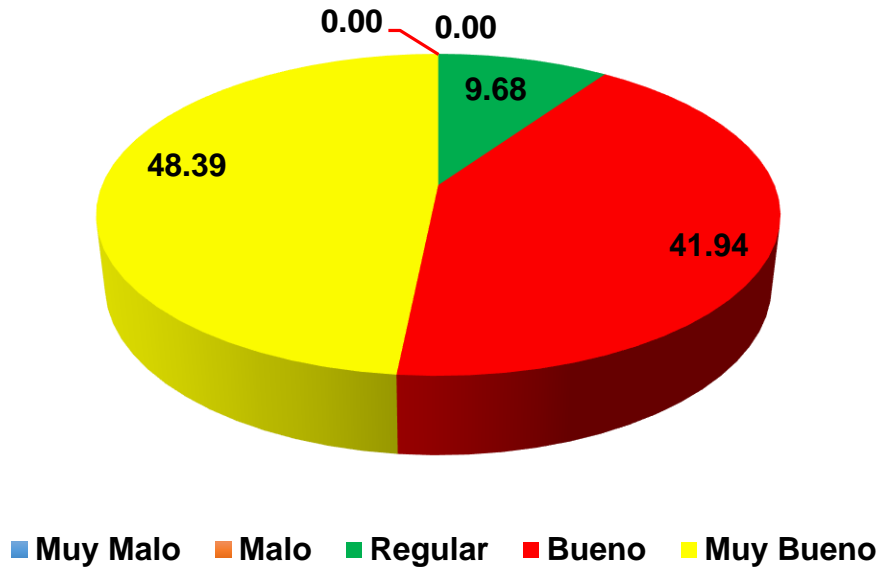
Anexo 20. Evaluación de Bombones

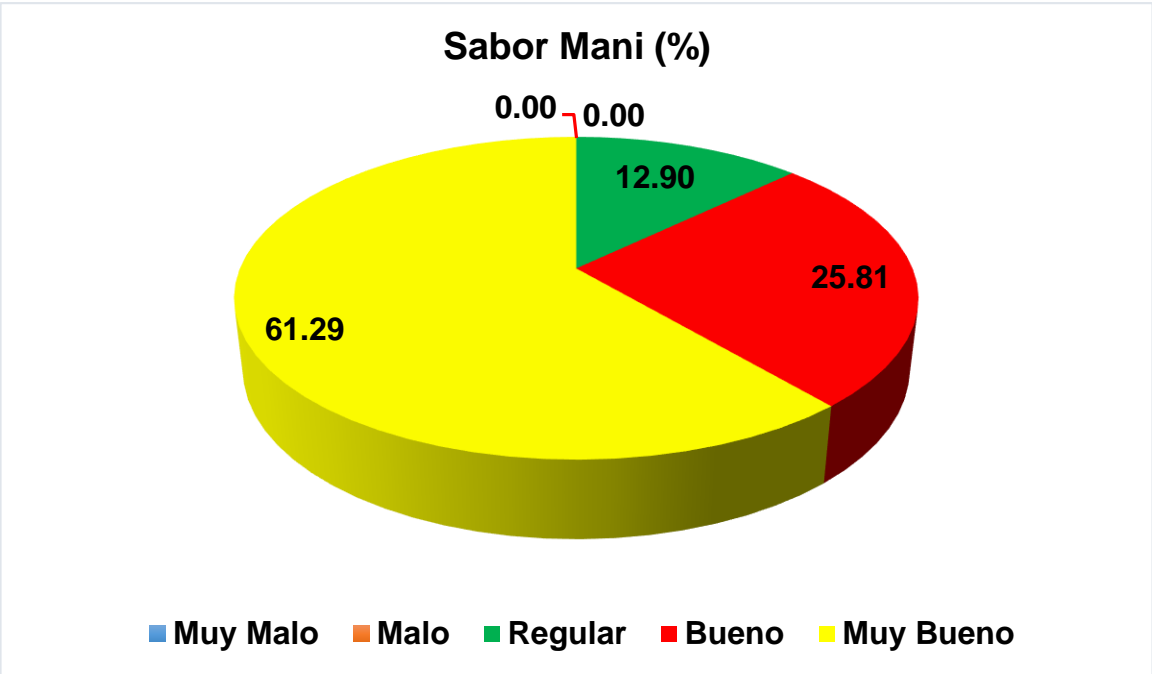
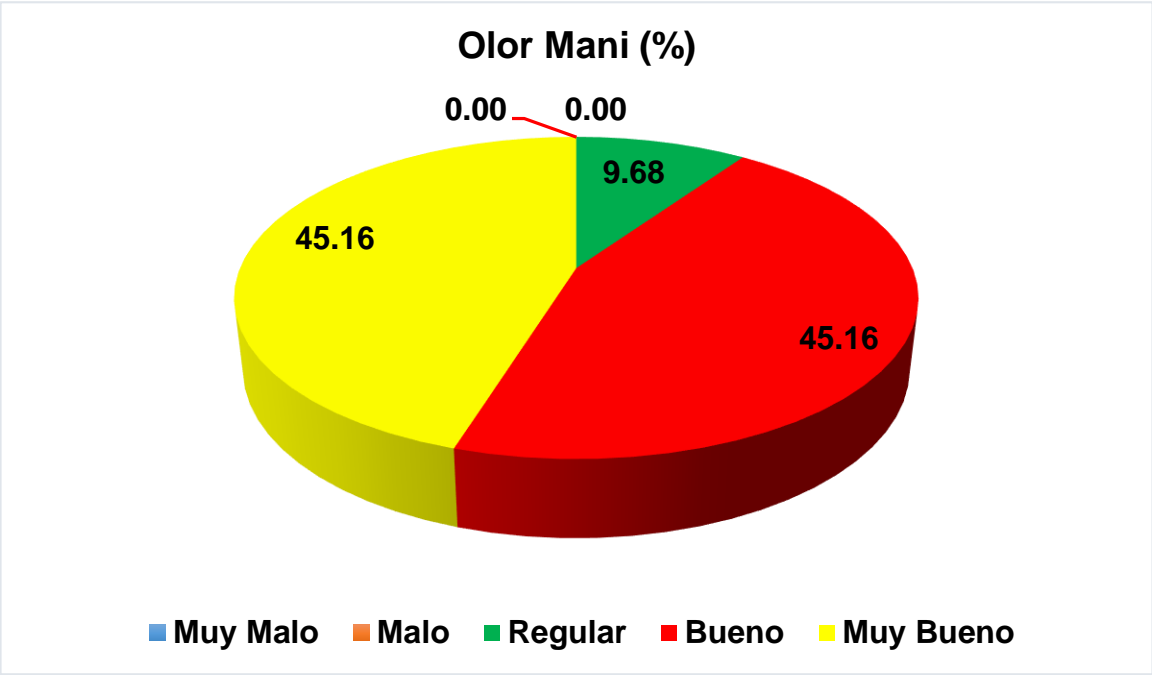


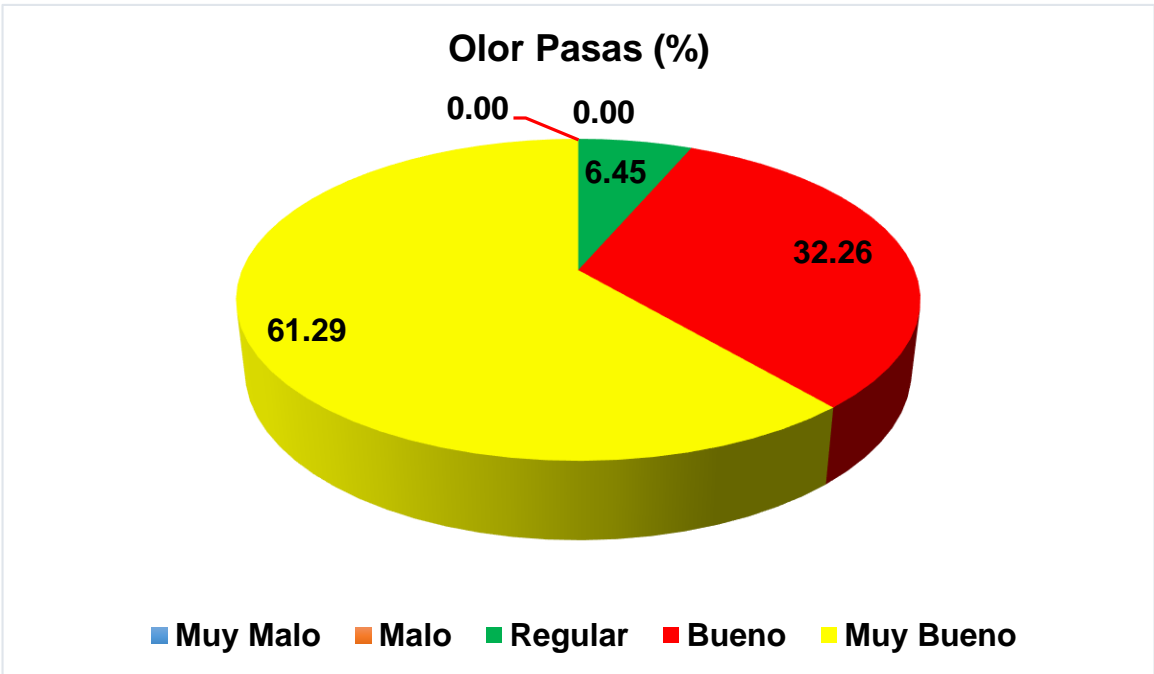
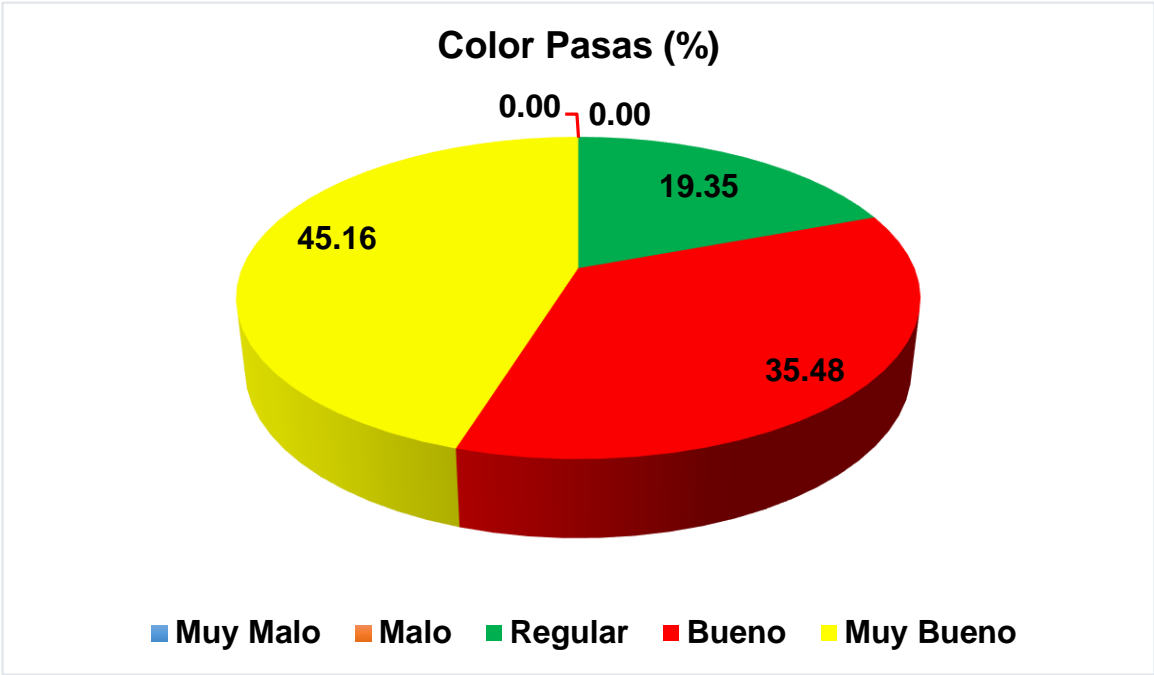
Textura y Tamaño (%)

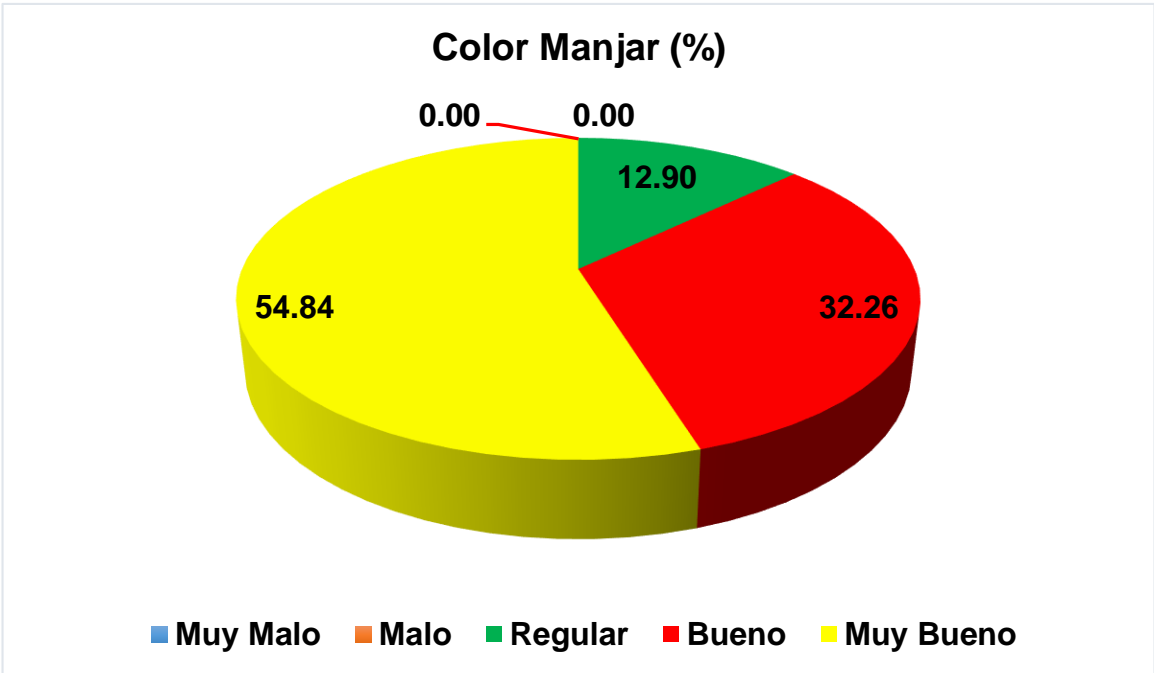
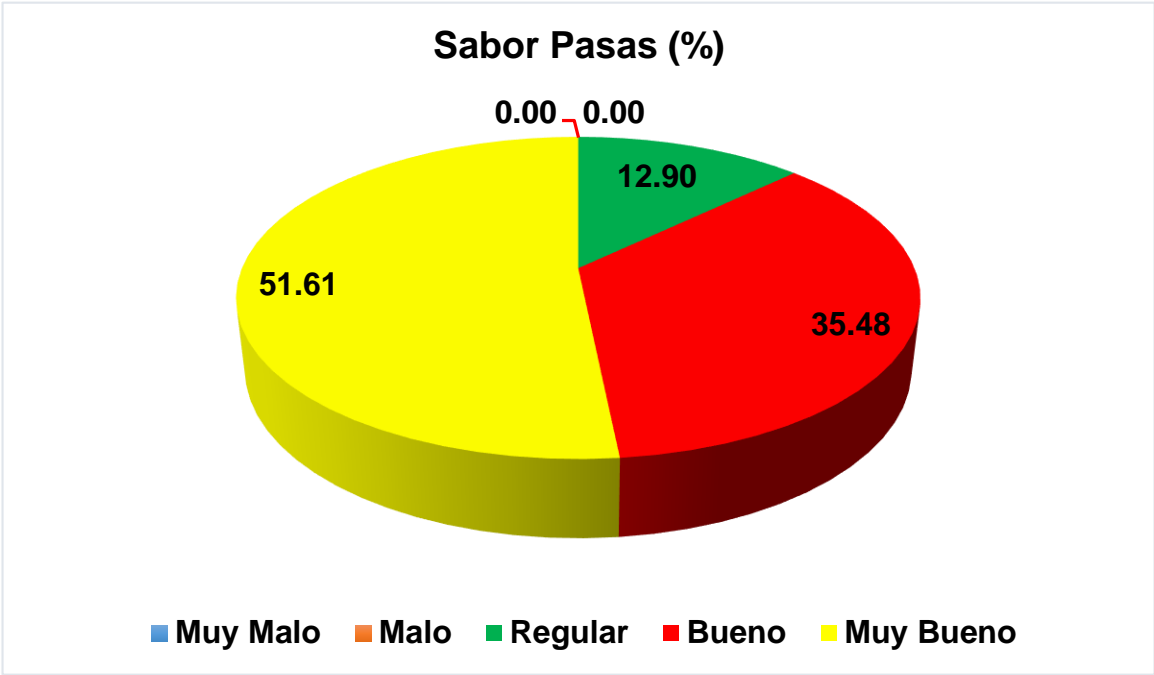


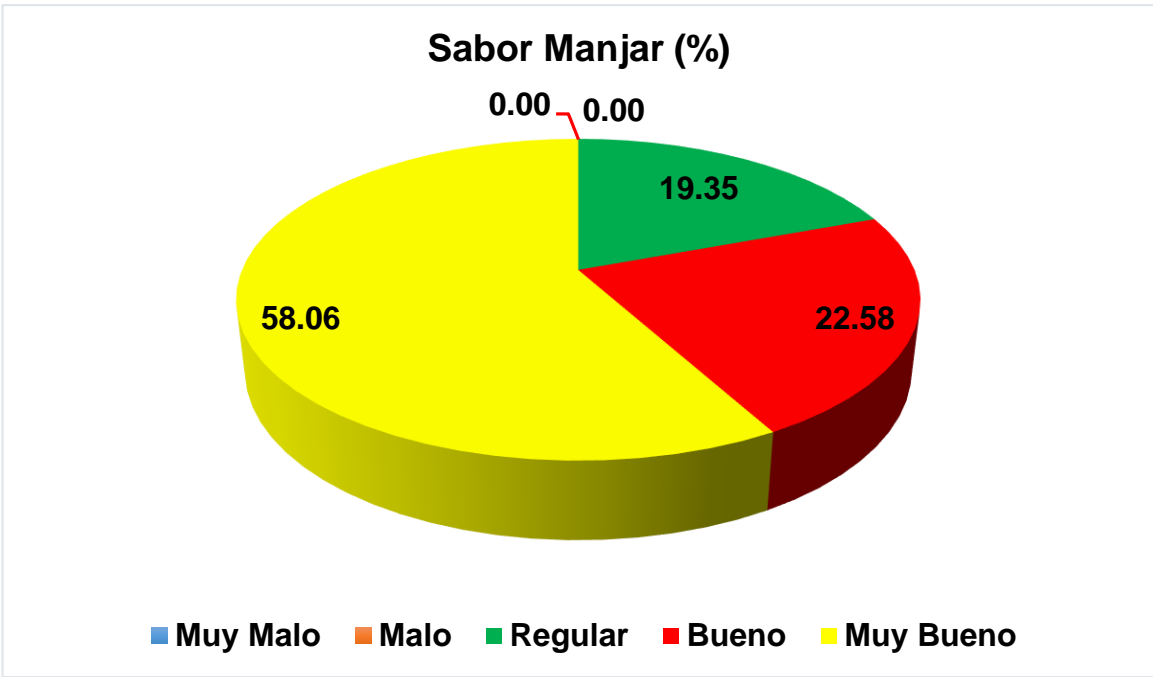
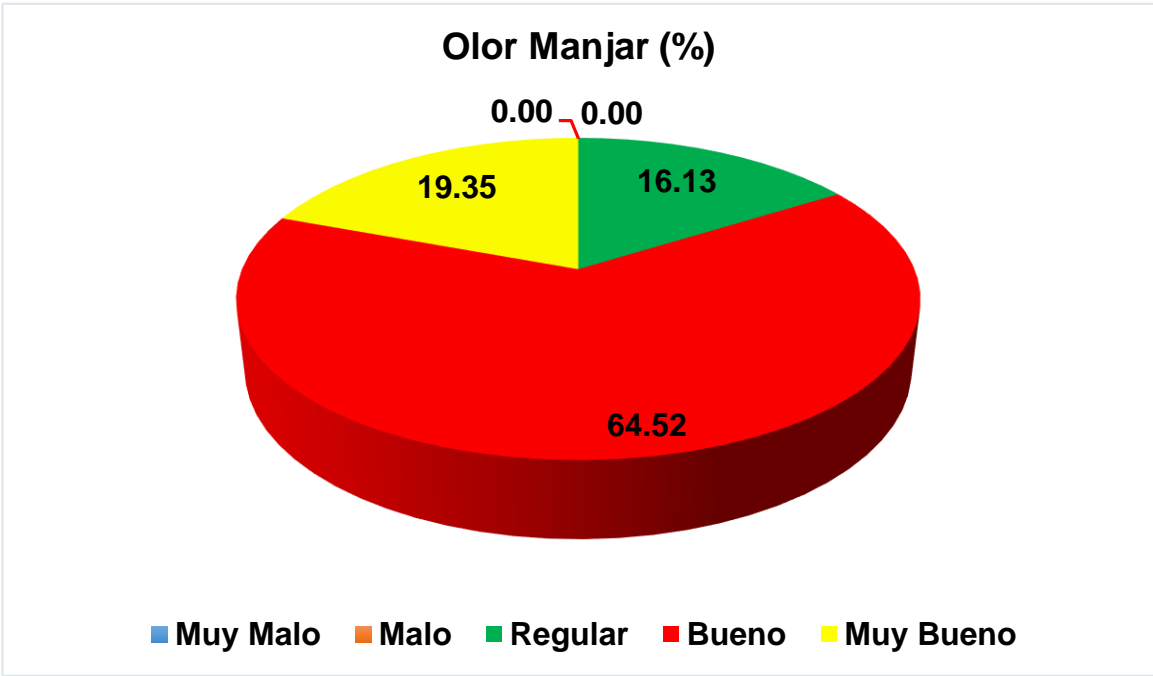
Color Mani (%)

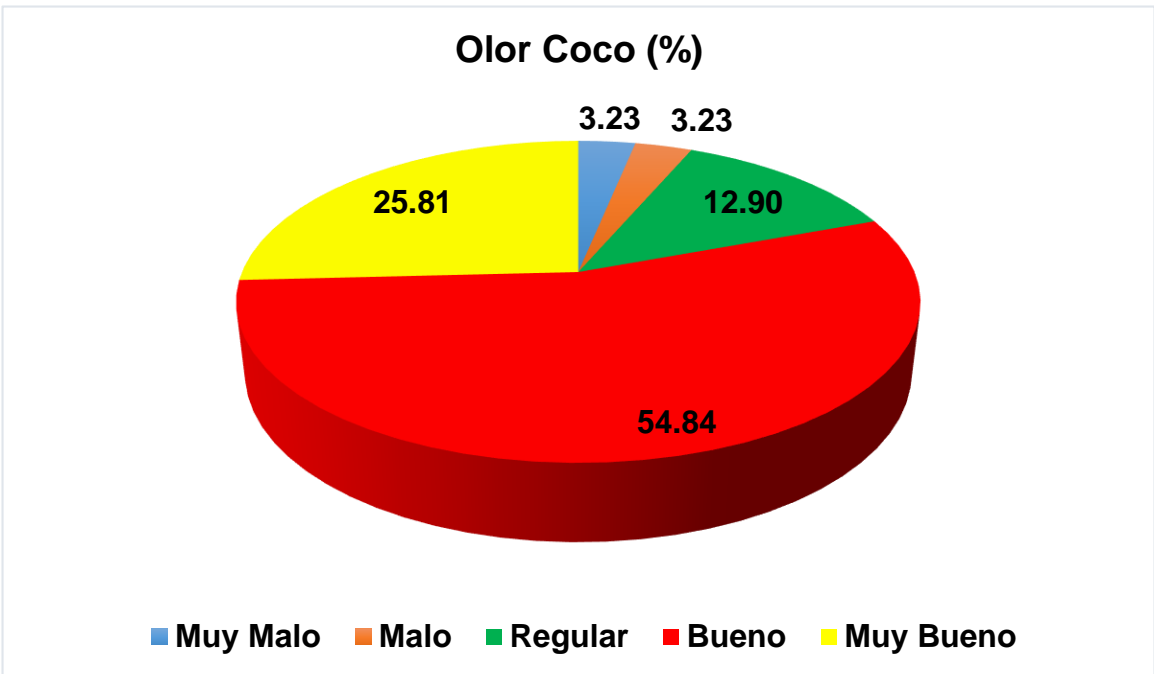
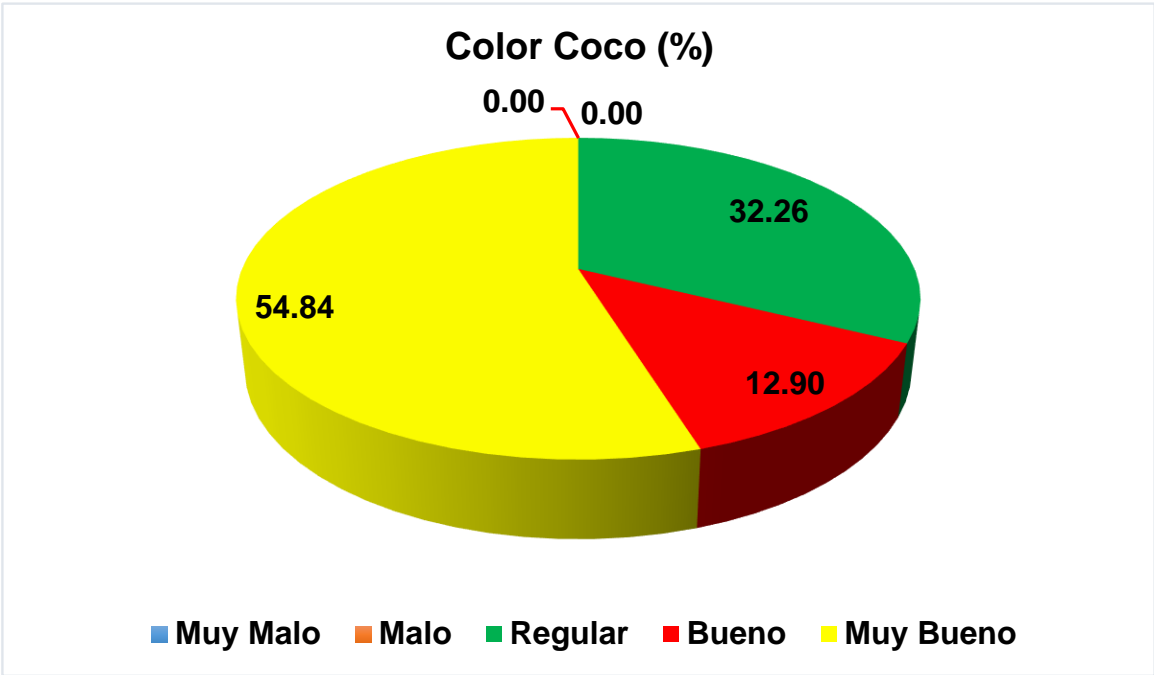


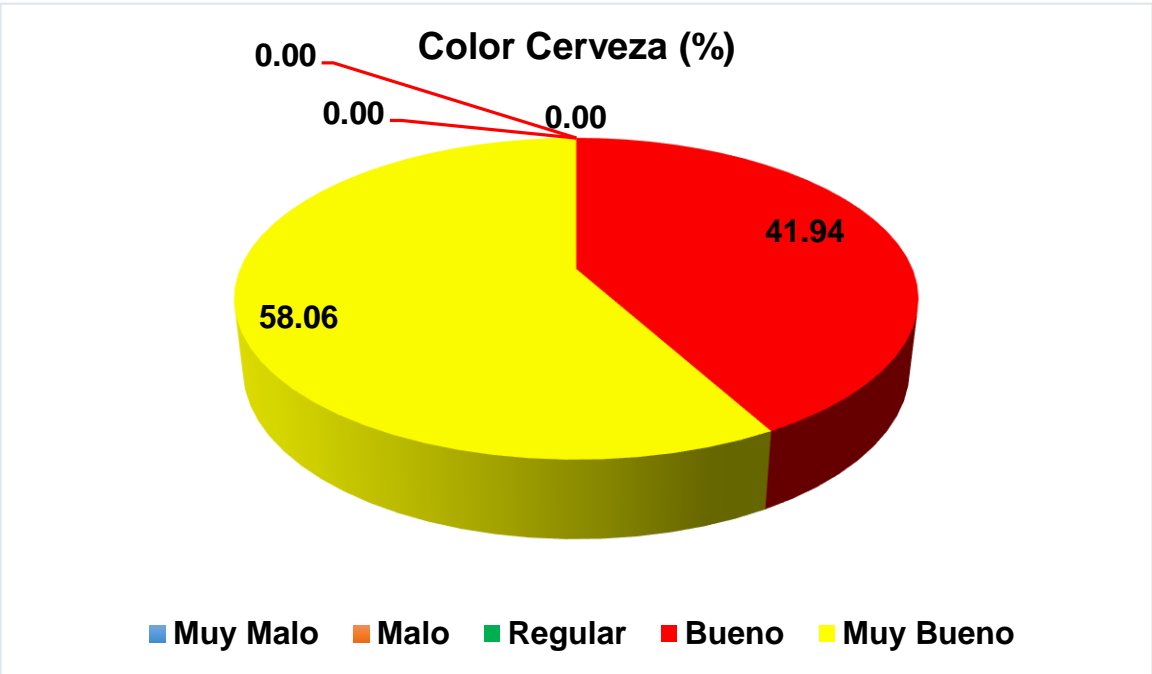
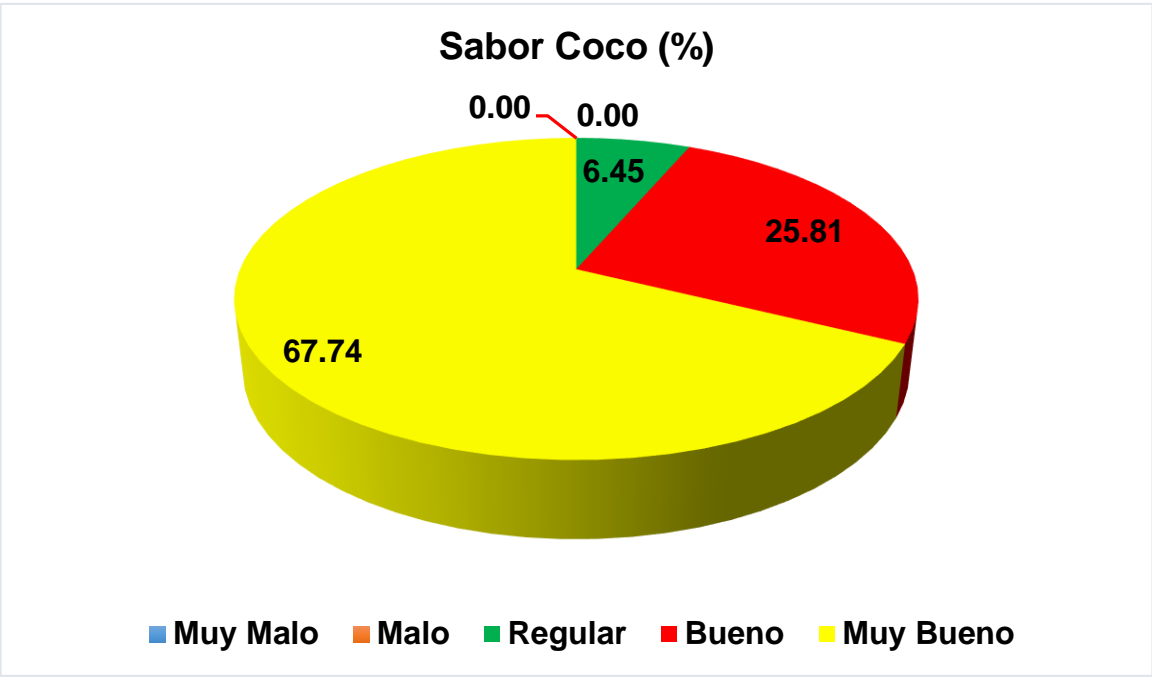


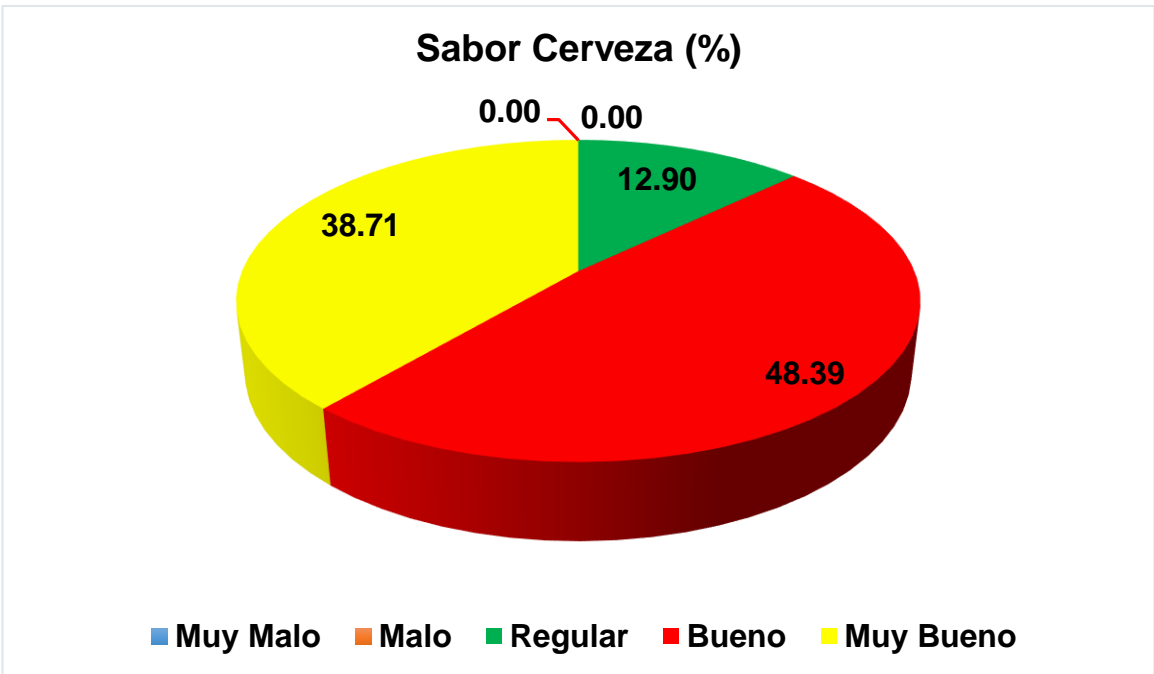
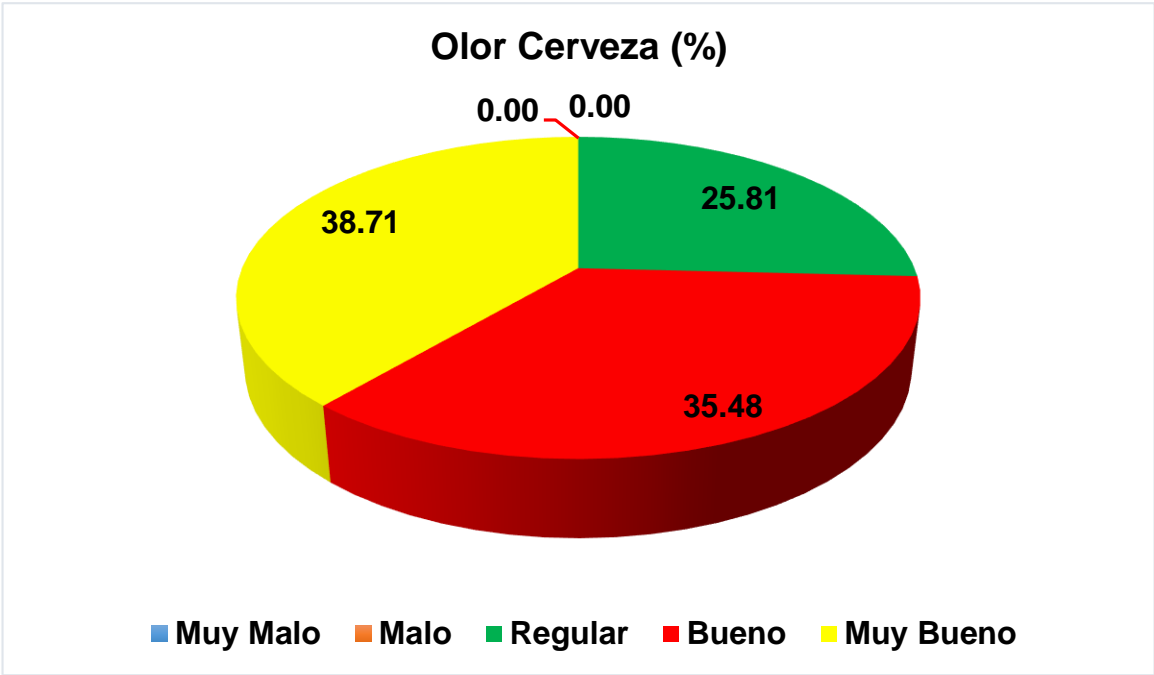


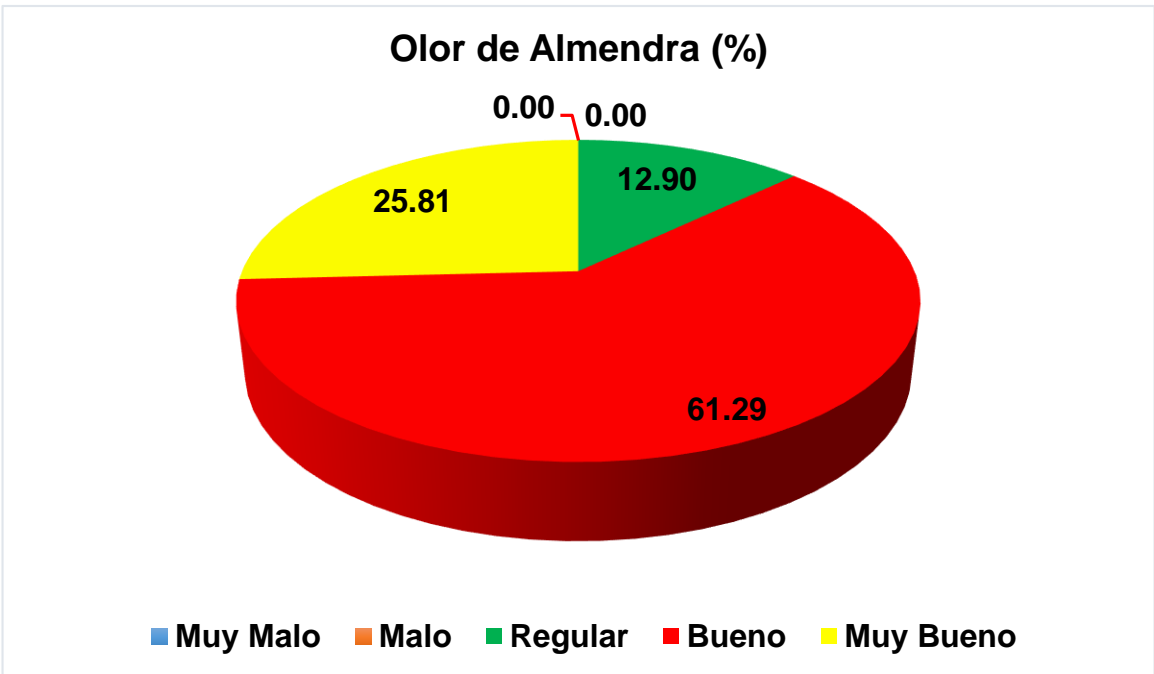
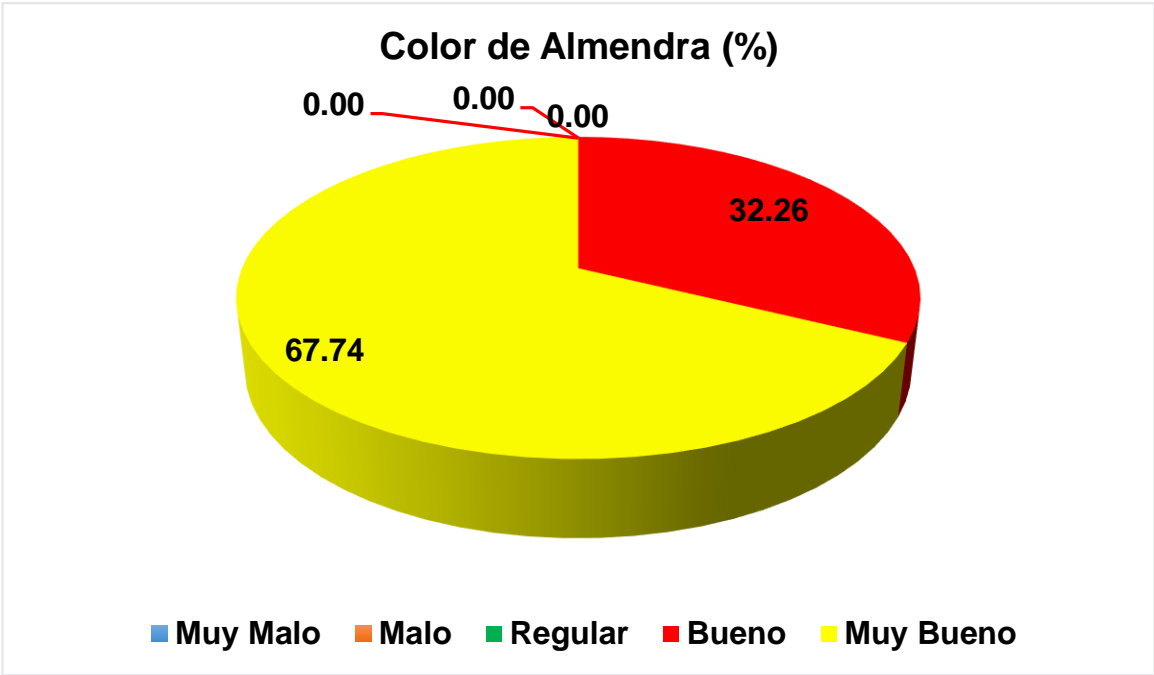


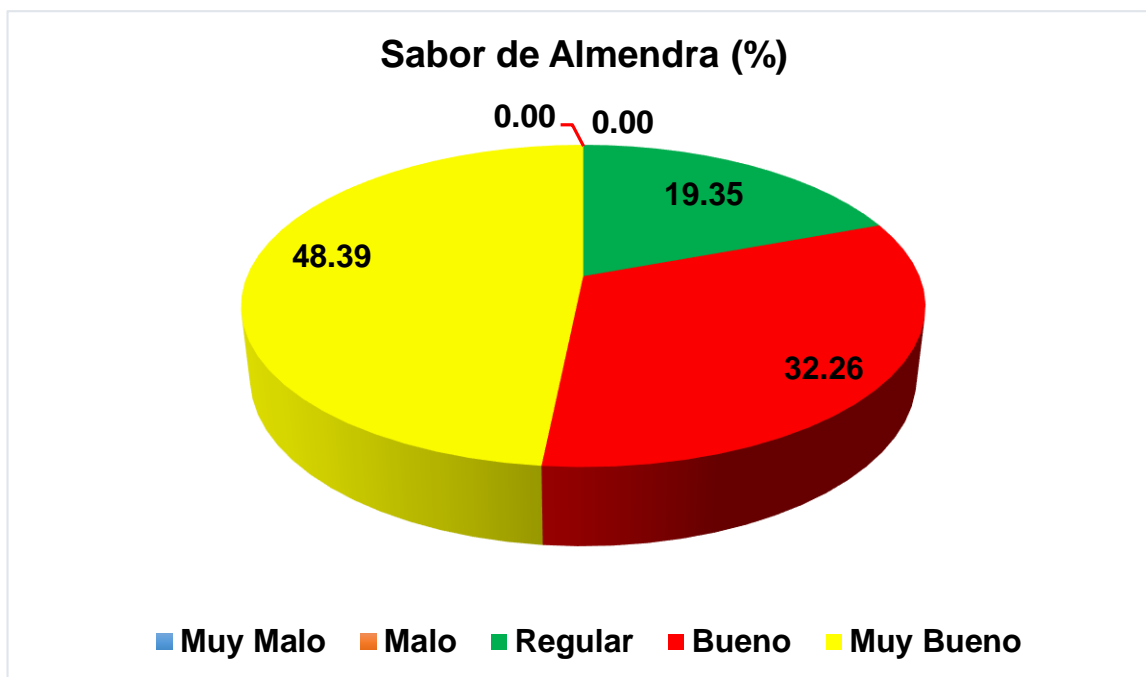












Anexo 21. Croquis de distribución de productos.

