

# Plan de negocio bancable

## **Empresa:**

Chocolate Tetonalli

## **Empresaria:**

Glendy Marilú Fernández de Valle

San Salvador, 6 de septiembre de 2022.



# 1. Breve descripción del negocio:

Chocolate Tetonalli es una empresa familiar enfocada en el rescate de la cultura del cacao salvadoreño, brindando a nuestros clientes productos saludables bajos porcentajes de azúcar, nos dedicamos a la transformación de productos derivados del cacao como: barras de chocolate tradicional y saborizadas, snacks, chocolate en polvo y chocolate en tablilla, que se comercializan en puntos estratégicos como clínicas nutricionistas, tiendas de conveniencia, gasolineras y al consumidor final.

Iniciamos como un emprendimiento familiar en el año 2018 elaborando tablilla de chocolate tradicional, luego diversificamos con una línea de barras de chocolate tradicional y en el 2020 incursionamos con barras de chocolate saborizadas utilizando principalmente **ingredientes a base de naranja, coco, menta y almendras.**



## 2. Filosofía del negocio:

### **Misión:**

Somos una empresa salvadoreña; entregada al rescate de la cultura del cacao nacional y su transformación, ofreciendo una amplia variedad de productos derivados de nuestra materia prima principal para suplir la demanda existente en el mercado.

### **Visión**

Ser una empresa líder en la elaboración y comercialización de productos a base de cacao y extendernos a nivel nacional e internacional, cumpliendo con las expectativas de nuestros clientes en cuanto a la calidad y diversificación de los productos.



## 2. Filosofía del negocio:

Valores:

**Respeto:** A nuestra cultura de cacao y a nuestro agricultor como proveedor principal y aliado clave para nuestra empresa, así como a nuestros clientes.

**Compromiso:** Nos comprometemos con estrictos controles de calidad que garantizan la estandarización de nuestros productos terminados y la inocuidad en aras de procurar la salud de nuestros clientes.

**Perseverancia:** Persistimos en lograr una innovación constante que nos permite adaptarnos a los cambios sociales, económicos, y tecnológicos de nuestro entorno.

**Excelencia:** Relación estrecha y sólida con los productores que son aliados estratégicos y comparten nuestra filosofía empresarial.



## 2. Filosofía del negocio:

### Objetivos:

- Posicionar la marca Tetonalli a nivel nacional entre las más reconocidas del sector chocolatero en 2023.
- Incrementar ventas de barras de chocolate saborizadas (naranja y coco) en un 20% a 30% de octubre a diciembre 2022, respecto al primer semestre del año.
- Concretar alianzas con 2 nuevos distribuidores de barras de chocolate durante el 2022.

### 3. Estructura organizativa y proyección de contratación de personal:



Se visitan fincas cacaocultoras nacionales para verificar las condiciones de postcosecha del grano esto es de suma importancia pues los productores se vuelven aliados estrategicos, se verifica las propiedades organolepticas y porcentaje de fermentacion, suplencia y condiciones de inocuidad.

Se realizan contratos verbales con los productores que comprometen la calidad de la ficha tecnica de la empresa y nosotros nos comprometemos a mantener el precio de compra todo el año.

## 4. Problema u oportunidad de mercado:

A las personas les preocupa que el producto les ocasione problemas de salud, ya que el chocolate es un tema tabú por su alto contenido de azúcar y grasas vegetales.

Tetonalli ofrece chocolates con bajos porcentajes de azúcar y con la diversidad de ofrecer al cliente sabores tropicales como coco, y naranja entre otros. Es una opción saludable de golosina (chocolate gourmet) para las personas que cuidan su salud y que gustan del sabor auténtico del chocolate 100% Salvadoreño.

Chocolate saludable con líneas de productos para todas las personas.



## 5. Segmento objetivo:

**Puede colocar más de un segmento de mercado de acuerdo a sus líneas de productos/servicios**

La empresa tiene la segmentación de mercado identificada y sólida, su propuesta de valor como referente competitivo, y el manejo del modelo de producción definido pero la capacidad de inversión y oportunidad de crecimiento es lenta porque se necesita o dejar consignación el producto o tener capital suficiente para invertir en volumen.

**Puntos de venta:** en este segmento atendemos a personas que visitan:

**Tiendas de conveniencia:** personas entre 18 a 50 años que buscan utilidades o electrodomésticos y que les gusta encontrar productos nacionales y así mismo adquirir en el mismo lugar

**Gasolineras:** personas que buscan recargar combustible y que a su vez optan por pasar a las estaciones por algo de comer y que tienen un gusto por adquirir un producto salvadoreño que les ofrece diversidad de sabores como: coco, naranja entre otros



## 6. Producto o servicio a ofrecer:

Líneas de Productos:	Profundidad de las líneas:		Precios
	Variedades	Presentación	
barras de chocolate 55% cacao	saborizadas: coco, naranja, limón, menta entre otros.	barras de 50 gramos, con empaques que identifican el producto	\$2.00
Barras de chocolate de 75% cacao	saborizada: coco, naranja, limón, menta entre otros.	barras de 50 gramos, con empaques que identifican el producto.	\$2.50



## 7. Competencia y mi propuesta de valor:

Competidores	Línea de Productos	Ubicación	Precios
Xocolatisimo	Barras de chocolate, bombones, snack.	Plaza céntrica la Mascota	Barras entre \$5.00 a \$7.00 Bombones \$1.50 Snack entre \$7.00 a \$10.00
Belu cacao	Barras de chocolate, tablilla y snack.	Centro comercial la Joya en Santa Tecla	Barras entre \$4.00 a \$7.00 Tablilla \$5.00 Snack entre \$4.00 a \$10.00

### **Mi propuesta de valor:**

Tetonalli ofrece barras de chocolate con bajos porcentajes en azúcar, una opción saludable de golosina (chocolate gourmet) para los que gustan de un chocolate con identidad nacional.



## 8. Sostenibilidad:

### 8.1. Estrategias de mercado (medios publicitarios y herramientas de venta)

Medio	Especificación	Frecuencia
Facebook	Publicaciones con contenidos de recetas o informativas del producto, imágenes llamativas	Todos los días, variamos la información e incentivamos a consumir el producto
Instagram	Publicaciones enlazadas con Facebook, es decir se publican los mismos contenidos a públicos de ambas redes	Todos los días, nos enfocamos a ser atractivas nuestras publicaciones
WhatsApp	Subimos estados con imágenes del producto y promovemos los delivery	Una vez a la semana se envía un mensaje de difusión para promover el delivery semanal
Ferias de emprendedores	Nos permiten posicionarnos como marca además de generar ventas, en las ferias no necesariamente se persigue solo un interés de venta si no de incidencia como empresa	Dos veces al mes o nos presentamos en eventos privados



## 8. Sostenibilidad:

### 8.1. Estrategias de mercado (medios publicitarios y herramientas de venta)

Uso de estrategia PROSUMER en redes sociales.

Para ser competitivos debemos de ofrecer un valor agregado que no necesariamente tiene que ver con nuestro producto, tenemos un sistema de servicio al cliente bajo el concepto PROSUMER que nos permite fidelizar a la clientela, no usamos mensajes fríos programados tenemos organizados los tiempos para responder, pero con respuestas cálidas y reales.

También nos permite mejorar y adaptarnos al cambio la inclusión de las opiniones de los clientes, estamos pendientes de dinámicas en las redes para hacer interactivos los post.

**Lanzamientos de temporada.**

Hemos utilizado esta técnica de expectativa, tenemos lanzamientos de temporada que generan en nuestro cliente interés y con la respuesta que tenemos en ventas medimos nuestro posicionamiento.



## 8. Sostenibilidad:

### 8.1. Estrategias de mercado (medios publicitarios y herramientas de venta)

Catalogo digital.

Como parte de la estrategia de adaptación por la tendencia de digitalización generada después de la pandemia por COVID 19 hemos elaborado un catálogo digital que nos permite fácilmente ofertar nuestras variedades

[https://issuu.com/waldav9494/docs/catalogo\\_chocolates\\_tetonalli\\_completo](https://issuu.com/waldav9494/docs/catalogo_chocolates_tetonalli_completo)

**Apoyo de actores del rubro (Relaciones públicas)**

Como marca hemos sido apoyados promocionalmente por diversos actores que nos visibilizan como referente en el medio de cacao y chocolate, esto nos ayuda a posicionar la marca y poder llegar a mayor audiencia. Por ejemplo: Alianza Caco El Salvador, Catholic Relief Services, Sicacao.



## 9. Pertinencia del financiamiento

Rubro	Detalle del producto/servicio	Unidad de Medida	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Justificación
Maquinaria y equipo	Melanger (conchadora y refinadora) marca Spectra capacidad de 25 lbs, acabados de acero inoxidable	1	1	\$4,399.00	\$4,399.00	Esta maquina nos permitiría agilizar los procesos ya que se requiere de cierto tiempo para obtener el producto listo para moldear
Bienes y servicios	Un vehículo tipo panel marca Chevrolet con aire acondicionado en el área de carga	1	1	\$18,000.00	\$18,000.00	Por el tipo de producto que manejamos es necesario tener un vehículo adecuado con enfriador en el área de carga para asegurar el buen estado del producto, con las adecuaciones y con los permisos ya en curso la transportación se nos vuelve nuestro cuello de botella.
<b>Total</b>					\$22,000.00	



## 10. Impacto

**TETONALLI es una unidad productiva que se proyecta a crecer por: Dinamizamos la cadena de valor: En el Salvador se importaba en el 2019 mil toneladas métricas de cacao, según el BCR para el 2021 se reportan importaciones de 800 toneladas métricas.**

**Esto dinamiza la economía del país, nuestro aporte en la cadena de valor ayuda a familias agricultoras.**



### RECONOCE LAS EMPRESAS QUE USAN CACAO CULTIVADO EN EL SALVADOR

Quando **prefieres un producto elaborado con nuestro cacao**, también estás sumándote a la cadena de valor del cacao nacional, y **premiando el trabajo** que comienza en las manos de los agricultores salvadoreños.



**Productor: Francisco Rivas**  
Finca "los ángeles" Tecapán

## 10. Impacto

**TETONALLI** aporta autoempleo a una familia y a 2 personas más, las empresas del sector micro aseguran estabilidad económica a las familias y ese es el caso de nuestra empresa que nos permite pagar todo lo necesario para nuestra familia, nos permite asegurar la educación de nuestra hija y cultivar un legado.



## 10. Impacto

**TETONALLI por su naturaleza del rubro de cacao aporta a una cadena de valor de un cultivo que se lleva a cabo con practicas amigables con el medio ambiente, restaura paisajes y ayuda a la salud del suelo**



#CACAO SALVADOREÑO

**HABLEMOS DE:**  
SISTEMAS AGROFORESTALES (SAF)  
CON CACAO

Alianza Cacao El Salvador

Alianza Cacao El Salvador

25 de mayo · 🌐

**HABLEMOS DE:**  
Los Sistemas Agroforestales (SAF) con cacao Estos pueden hacer una contribución significativa a la conservación de la biodiversidad a escala tanto de la parcela y de paisaje, proporcionando hábitat y recursos para una amplia gama de especies vegetales y animales.  
#AlianzaCacaoElSalvador #ChocolateSV #CacaoSalvadoreño #SistemasAgroforestales

34 2 comentarios 4 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Todos los comentarios ▾

Ernesto Paredes Anzora  
A través de ustedes podemos gestionar plantas, ya que se cuenta con espacio para plantar.

Escribe un comen...



## 10. Impacto

Describir el impacto que se tendrá en área social, económica y ambiental.

**TETONALLI se siente honrada de rescatar nuestra cultura y apoyar a nuevas generaciones a fomentar el sentido de pertenencia salvadoreña.**



**¡Gracias por su atención!**

