

## ANEXOS

### ANEXO A.

#### Comentarios de clientes Caofiori

**Daniela Prieto**

Tú  
¿Cómo te fue con nuestros chocolates?

Estos son los comentarios de mi mamá:  
La presentación es muy linda, elegante y femenina.  
Al abrir la caja, se ve armónico, muy limpio y agradable a la vista. Da gusto verlo.  
En cuanto al sabor es rico sentir la diferencia de los tres tipos de chocolates.  
Me daba pesar comérmela porque lo quería que se me acabaran.  
No tenía conocimiento de la marca ni que existieran más tipos de chocolates con esos sabores.  
La carta muy linda, con un hermoso mensaje 10:24 p. m.

Quedó muy contenta y le encantó La recomendaría sin dudarle 10:24 p. m.

Mi comentario:  
Estoy de acuerdo con lo que dijo mi mamá. Además que son chocolates que no se encuentran en cualquier lugar. Y es lindo ver que existen chocolates con diferentes sabores y a la ves tengan un alto porcentaje de cacao.  
Me gusta que se pueden disfrutar solos o acompañados bien sea con tinto o vino.  
La presentación es sencilla y tiene un toque muy femenino y armónico. También lo recomendaría y más porque soy amante del chocolate. Me encanta como juegan con la mezcla de sabores.  
Lastima que mi mamá no me dió tanto jajaja 10:28 p. m.

Muchas gracias por tu opinión y me alegra que les gustará! 10:56 p. m. ✓

---

**Lilibeth Sanchez**

😊 9:48 p. m. ✓

La chokolatinas en general son muy ricas, se siente la diferencia de un chokolatina común, lo único que quisiera mejorar es que para educar a los consumidores que como yo no sabemos de chocolate fino, tuviese información en qué tan dulce o amargo es para así poder disfrútalo mejor y también recomendaciones de como van mejor acompañados. Pero el sabor es delicioso y mi familia amo los chocolates Caofiori 11:23 p. m.

Muchas gracias por tu opinión! 11:37 p. m. ✓

---

**Maud Zeldenthuis**  
11:29 a. m.

HOY

Caofiori es una de las marcas de chocolate más sabrosas que conozco en Colombia. Me recuerda mucho al puro sabor del chocolate negro que conozco de la marca Lindt que tenemos en Holanda. El sabor es puro y no tiene ningún tipo de sabor químico. Mi favorito es el Choco, y me encanta combinarlo con una taza de café colombiano (¡por supuesto!). 6:56 a. m.

Gracias! 11:37 a. m. ✓

ANEXO B.  
Cascada de Proyectos

	OBJETIVO	PROYECTOS, PLANES O PROGRAMAS	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	RESPONSABLE	INVERSIÓN
FINANZAS	F1	Disminución de dudas	Evaluar las deudas de mayor costo Realizar negociación de credito Realizar pagos con ganancias percibidas	Cristina Flórez	
	F2	Análisis margenes de producto	Evaluar costos directos e indirectos Realizar planes de disminución de costos Negociar con los proveedores para la reducción de costos	Mónica Borbón	
	F3	Aumento de Ventas por e-commerce y disminución en días de la rotación de inventario	Creación página	Programador	2.500.000
			Generación de campañas de marjeting digital	Mónica Borbón	1.000.000
			Generación de contenido para redes		3.000.000
MERCADERO Y VENTAS	M3	Refuerzo en marketing digital	Adquirir automatizadores de marketing digital Automatizar procesos para remarketing	Cristina Flórez Mónica Borbón	285.000
	M2	Creación de contenido blog	Realizar parrillas de contenido	Alejandra Borbón	
			Tomar Fotos acordes al tema	Cristina Flórez	400.000
			Compartir publicaciones por redes y correo	Alejandra Borbón	
	M1	Evaluación de clientes	Hacer seguimiento de metricas Realizar formato de encuesta de satisfacción	Mónica Borbón	
			Enviar encuestas a clientes una vez le llega el pedido a este Recolectar datos y evaluar estadisticas para mejoras	Cristina Flórez	
					685.000
OPERACION	O1	Seguimiento de rendimiento de marketing digital	Vinculación de analytics a la pagina a campañas publicitarias	Programador	-
			Revisión mensual de rendimientos y estadisticas por canal	Mónica Borbón	-

			Creación de estrategias de mejora y optimización	Mónica Borbón	-
	O2	Integración de actividades y roles	División de roles y sus actividades correspondientes a administrativos		
			Generación de metas mensuales a cada rol	Mónica Borbón, Cristina Flórez y Alejandra Borbón	
			Seguimiento mensual de actividades de cada rol		
			Implementación de mejoras en los procesos de cada rol		
	O3	Investigación de mercado Canadiense	Contacto con procolombia		
			Investigación de tendencias del mercado Canadiense		
			Investigación de costos de envíos y distribución	Cristina Flórez	
			Investigación de posibles distribuidores y contratos		
			Consolidado de información y presentación a equipo de trabajo		
					-
RECURSOS	R1	Contrucción de ambiente virtual	Automatización de procesos digitales	Mónica Borbón	-
			Creación de anuncios y parrillas de contenido	Alejandra Borbón	1.000.000
			Optimización de contenido de la pagina web		
			Conexión de campañas y paginas a Analytics para su control y medición	Programador	1.000.000
				Presupuesto del Proyecto	8.185.000

Fuente: Trabajo propio del autor



## ANEXO D.

## Estados Financieros Escenario Realista

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<i>Ventas</i>	\$ 101.461.000	\$ 231.118.944	\$ 327.747.952
<i>+Inventario inicial materia prima</i>	\$ 0	\$ 14.773.800	\$ 34.666.206
<i>+Compras materia prima</i>	\$ 52.355.000	\$ 105.387.500	\$ 126.210.000
<i>-Inventario final de materia prima</i>	\$ 14.773.800	\$ 34.666.206	\$ 17.912.303
<b>=Materiales directos consumidos</b>	<b>\$ 37.581.200</b>	<b>\$ 85.495.094</b>	<b>\$ 142.963.903</b>
<i>+Mano de obra directa</i>	<b>\$ 49.500.000</b>	<b>\$ 56.160.000</b>	<b>\$ 58.449.600</b>
<i>+Costos indirectos de fabricación</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>=Costo de productos fabricados</b>	<b>\$ 87.081.200</b>	<b>\$ 141.655.094</b>	<b>\$ 201.413.503</b>
<i>+Inventario inicial de productos en proceso</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>-Inventario final de productos en proceso</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>=Costo de productos terminados</b>	<b>\$ 87.081.200</b>	<b>\$ 141.655.094</b>	<b>\$ 201.413.503</b>
<i>+Inventario inicial de producto terminado</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>-Inventario final de producto terminado</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Costo de ventas</i>	<b>\$ 87.081.200</b>	<b>\$ 141.655.094</b>	<b>\$ 201.413.503</b>
<b><i>Utilidad Bruta</i></b>	<b>\$ 14.379.800</b>	<b>\$ 89.463.850</b>	<b>\$ 126.334.450</b>
<i>Depreciacion y Amortizacion</i>	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<i>Gastos de administración y ventas</i>	\$ 21.400.000	\$ 43.800.000	\$ 57.800.000
<b><i>Utilidad Operacional</i></b>	<b>-\$ 7.020.200</b>	<b>\$ 45.663.850</b>	<b>\$ 68.534.450</b>
<i>Gastos financieros</i>	\$ 2.277.027	\$ 1.662.607	\$ 680.590
<b><i>Utilidad Antes de Impuestos</i></b>	<b>-\$ 9.297.227</b>	<b>\$ 44.001.243</b>	<b>\$ 67.853.859</b>
<i>Impuestos (33%)</i>	-\$ 3.068.085	\$ 14.520.410	\$ 22.391.774
<b><i>Utilidad Neta</i></b>	<b>-\$ 6.229.142</b>	<b>\$ 29.480.833</b>	<b>\$ 45.462.086</b>

<b>Balance General</b>			
<b>Activo</b>			
Caja y Bancos	\$ 8.180.733	\$ 28.810.880	\$ 91.369.441
Cuentas por Cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversiones	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventario Final	\$ 14.773.800	\$ 34.666.206	\$ 17.912.303
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 22.954.533</b>	<b>\$ 63.477.086</b>	<b>\$ 109.281.744</b>
Activos fijos	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Depreciación acumulada	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos fijos netos	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 25.454.533</b>	<b>\$ 65.977.086</b>	<b>\$ 111.781.744</b>
Obligaciones Bancarias	\$ 6.546.775	\$ 7.528.791	\$ 676.194
Empleados	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Proveedores	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Provisión Impuestos	-\$ 3.068.085	\$ 14.520.410	\$ 22.391.774
<b>Pasivos Corto Plazo</b>	<b>\$ 3.478.690</b>	<b>\$ 22.049.202</b>	<b>\$ 23.067.967</b>
Obligaciones Bancarias	\$ 8.204.985	\$ 676.194	\$ 0
Provisión Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Pasivos Largo Plazo</b>	<b>\$ 8.204.985</b>	<b>\$ 676.194</b>	<b>\$ 0</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 11.683.675</b>	<b>\$ 22.725.395</b>	<b>\$ 23.067.967</b>
Capital Suscrito y Pagado	\$ 20.000.000	\$ 13.770.858	\$ 43.251.691
Perdida/Utilidad Acumulada	-\$ 6.229.142	\$ 29.480.833	\$ 45.462.086
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 13.770.858</b>	<b>\$ 43.251.691</b>	<b>\$ 88.713.776</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 25.454.533</b>	<b>\$ 65.977.086</b>	<b>\$ 111.781.744</b>

Fuente: Trabajo propio del autor

ANEXO E.

Camara y Comercio, Rut y Registro de Marca



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE VIRTUAL

CÓDIGO VERIFICACIÓN: A20512157CD62B

28 DE MAYO DE 2020 HORA 17:23:09

AA20512157 PÁGINA: 1 DE 2

\* \* \* \* \*

\*\*\*\*\*  
LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS. SE HA EXTENDIDO LA FECHA LIMITE PARA RENOVAR LA MATRÍCULA MERCANTIL HASTA EL 03 DE JULIO DE 2020.

\*\*\*\*\*  
ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE Y CUENTA CON UN CÓDIGO DE VERIFICACIÓN QUE LE PERMITE SER VALIDADO ILIMITADAMENTE DURANTE 60 DÍAS, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

\*\*\*\*\*  
RECUERDE QUE ESTE CERTIFICADO LO PUEDE ADQUIRIR DESDE SU CASA U OFICINA DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO

\*\*\*\*\*  
PARA SU SEGURIDAD DEBE VERIFICAR LA VALIDEZ Y AUTENTICIDAD DE ESTE CERTIFICADO SIN COSTO ALGUNO DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO/CERTIFICADOSELECTRONICOS

\*\*\*\*\*

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE DOCUMENTOS.

LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA:

NOMBRE : CAOFIORI SAS  
N.I.T. : 901.122.118-2 ADMINISTRACIÓN : DIRECCION SECCIONAL DE IMPUESTOS DE BOGOTA  
DOMICILIO : BOGOTÁ D.C.

CERTIFICA:

MATRICULA NO: 02878900 DEL 10 DE OCTUBRE DE 2017

CERTIFICA:

RENOVACION DE LA MATRICULA :27 DE MARZO DE 2019

ULTIMO AÑO RENOVADO : 2019

ACTIVO TOTAL : 10,000,000

CERTIFICA:

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CALLE 144 # 13-62 CASA 2

MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.

EMAIL DE NOTIFICACION JUDICIAL : CACAOFINO.CAOFIORI@GMAIL.COM

DIRECCION COMERCIAL : CALLE 144 # 13-62 CASA 2

MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.

EMAIL COMERCIAL : CACAOFINO.CAOFIORI@GMAIL.COM

CERTIFICA:

CONSTITUCION: QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. SIN NUM DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DEL 9 DE OCTUBRE DE 2017, INSCRITA EL 10 DE OCTUBRE DE 2017 BAJO EL NUMERO 02266396 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD COMERCIAL DENOMINADA CAOFIORI SAS.

CERTIFICA:

 <b>Formulario del Registro Único Tributario</b>		<span style="font-size: 2em; font-weight: bold;">001</span>					
2. Concepto <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 2 Actualización <small>Espacio reservado para la DIAN</small>		4. Número de formulario <div style="text-align: right; font-weight: bold;">14684299188</div>  <small>(415)7707212489984(8020) 000001468429918 8</small>					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) <div style="text-align: center; font-weight: bold;">9 0 1 1 2 2 1 1 8   2</div>		12. Dirección seccional Impuestos de Bogotá					
		14. Buzón electrónico <div style="text-align: right; font-weight: bold;">3 2</div>					
IDENTIFICACIÓN							
24. Tipo de contribuyente Persona jurídica		25. Tipo de documento 1					
26. Número de Identificación Lugar de expedición		27. Fecha expedición					
28. País 29. Departamento		30. Ciudad/Municipio					
31. Primer apellido 32. Segundo apellido		33. Primer nombre 34. Otros nombres					
35. Razón social <b>CAFIORI SAS</b>							
36. Nombre comercial 37. Sigla							
UBICACIÓN							
38. País COLOMBIA		39. Departamento Bogotá D.C.					
40. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C.		0 0 1					
41. Dirección principal <b>CALLE 144 CARRERA 13 62 CASA 2</b>							
42. Correo electrónico cacaofino.cafiori@gmail.com		43. Código postal 44. Teléfono 1 3 1 0 2 7 6 1 3 6 6					
		45. Teléfono 2 6 5 6 3 3 4 7					
CLASIFICACIÓN							
Actividad económica			Ocupación				
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		51. Código	52. Número establecimientos
46. Código 47. Fecha inicio actividad		48. Código 49. Fecha inicio actividad		50. Código 1 0 8 2			
4 7 2 9   2 0 1 7 1 0 0 9		4 7 9 1   2 0 1 9 0 4 1 1					
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
53. Código 05- Impto. renta y compl. régimen ordinario 07- Retención en la fuente a título de renta 09- Retención en la fuente en el impuesto 10- Obligado aduanero 14- Informante de exogena 42- Obligado a llevar contabilidad 48 - Impuesto sobre las ventas - IVA							
Obligados aduaneros				Exportadores			
54. Código 2 2   2 3				55. Forma 56. Tipo 57. Modo 58. CPC			
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20				1 1   Servicio 1 2 3			
<b>IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación</b>							
Para uso exclusivo de la DIAN							
59. Anexos SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios: 3		61. Fecha: 2020 - 02 - 19			
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016 Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984. Nombre <b>CARDENAS TRUJILLO JUAN SEBASTIAN</b> 985. Cargo <b>Analista I</b>			

**REPÚBLICA DE COLOMBIA**  
**SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO**

Resolución N° 47243

Ref. Expediente N° SD2019/0027798

Por la cual se concede un registro

**EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**  
en ejercicio de sus facultades legales y,

**CONSIDERANDO:**

**PRIMERO:** Que la solicitud de registro de la Marca que se tramita bajo el expediente indicado en la referencia, cumple con los requisitos previstos en las disposiciones legales vigentes.

De acuerdo con lo antes expuesto este Despacho,

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO:** Conceder el registro de la Marca Chocolate Caofiori (Mixta).



Limitación al alcance del derecho:

No se otorgan derechos de exclusividad sobre las expresiones "chocolate" y "cacao fino de aroma y sabor" individualmente consideradas, sino en su conjunto nominativo-gráfico.

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

**30:** Barritas rellenas de chocolate; chocolate; chocolate con leche; chocolate en polvo; chocolates rellenos; coberturas de chocolate; tabletas de chocolate; trufas de chocolate; cacao en polvo.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 11.

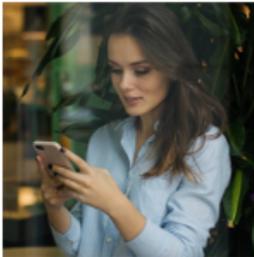
**Titular:** CAOFIORI SAS  
Calle 144 # 13-62 casa 2  
BOGOTÁ 110121 D.C.  
COLOMBIA

**Vigencia:** Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.



ANEXO F.  
Perfil de consumidor Experto

---

CLIENTE:	Consumidor experto		
	Residente en Colombia Estrato socio económico medio a alto Entre los 20 y 60 años	Satisfacer sus necesidades propias de un chocolate fino y también para obsequiar	Asertivo Curioso Creativo Amistoso Intelectual Independiente
Interes en comida y cocina Gourmet	Usa redes sociales y no teme a hacer compras por e-commerce	Se le ofrece un chocolate gourmet que sacia su curiosidad frente a sabores diferentes dependiendo del origen. Además es un producto que puede compartir con amigos.	

---

Fuente: Trabajo propio del autor

ANEXO G.  
Journey Map Mejorado

CLIENTE:		Consumidor Experto				
		Atención Descubrimiento	Atracción Evaluación	Averiguación Consideración	Acción Compra	Apología Referencia
<b>ETAPA</b>		Redes Sociales	Vista de contenido y ofertas dadas por la publicaciones	Contacto con vendedor en redes y consulta de productos	Compra de productos por medio de link en PayU con ayuda del vendedor	Comentarios en posts y con el vendedor, posts con recomendación y referencias
		Google	Vista de blog y página web (e-commerce)	Contacto con vendedor en e-commerce y consulta de dudas. Investigación propia en la página y blog.	Compra de productos por pasarela de pago de página web	Envió de comentarios y puntuación de servicio. Recibimiento de incentivos por recompra (descuentos o promociones)
<b>POSITIVA</b>	<b>5</b>	5	4	5	4	3
	<b>1</b>	5	5	5	4	3
<b>NEGATIVA</b>	<b>-1</b>					
	<b>-5</b>					
<b>PROCESOS INTERNOS</b>		Optimización e integración de página web y redes sociales con mercadeo digital	Generación constante de contenido de diferentes intereses que llamen la atención en las diferentes plataformas.	Respuestas optimizadas para las diferentes plataformas para dar respuestas más veloces y asertivas	Pago fácil y seguro por medio de plataformas de confianza, optimización de plataforma de pagos para redes sociales	Generación de incentivos para realizar recompra y dejar recomendaciones en los diferentes portales
<b>DOLORES IDENTIFICADOS</b>		Saturación o mal enfoque de estrategias de visualización	Generación de contenido de calidad	Disponibilidad 24/7 para atender clientes	Lograr pagos en entrega en diferentes ciudades	Obtención de malas referencias
<b>OPORTUNIDADES DE MEJORA</b>		Mejora continua en estrategias de visualización	Constante investigación en nuevos temas relacionados que permitan llamar la atención de los usuarios y ser compartida.	Automatización de respuestas dentro de lo posible	Encargarse de envíos para poder ofrecer nuevas formas de pago en el domicilio	Control continuo de post servicio para poder identificar nuevas dolencias y tener mejora continua.

Fuente: Trabajo propio del autor

## ANEXO H.

## Modelo y pasos de tracción comercial. Pipe line comercial

PIPE LINE COMERCIAL					
As	Venta Soluciones	Quien Lo Hace	Que Acción Offline	Que Acción Online	Consumo Masivo
ATENCION Me conoce	Generación oportunidad	Cristina Flórez/ Profesional en Marketing Digital	Negociación de exhibición de productos en clientes mayoristas	CEO, Posicionamiento de la página de forma orgánica	Conciencia
		Mónica Borbón / Profesional en marketing digital	Habladores en distribución de terceros	CEM, posicionamiento de la página de forma paga por google	
		Mónica Borbón / Profesional en marketing digital	Promociones en negocios de terceros	Campañas de Reconocimiento de marca por Facebook e Instagram	
		Community Manager	Buscar clientes visibles donde nuestra marca pueda tener rotación	Creación de artículos de blog que atraiga a grupos de interés.	
		Mónica Borbón	Economías de escala para clientes mayoristas	Promociones por ser cliente de primera vez	
ATENCION Me conoce	Calificación prospecto	Cristina Flórez / Mónica Borbón	Evaluación de la rotación y cartera de mis clientes para concederles crédito, retirarlos o conservarlos	Clasifico los clientes que me llegan como mayoristas o consumidor final por medio de las plataformas	Interés
		Cristina Flórez / Mónica Borbón	Termino contrato con los clientes que me roten poco y tengan cartera alta.	Realizo base de datos con mis consumidores online para poder evaluar su frecuencia de compra	
		Cristina Flórez / Mónica Borbón	Evalúo por cual canal me rotan más mis clientes mayoristas y que clientes me generan valor	De acuerdo con el análisis de la base de datos realizo estrategias de fidelización	
		Cristina Flórez / Mónica Borbón	Genero estrategias de fidelización para clientes mayoristas que me estén generando valor	De acuerdo con la información recolectada realizo mejoras en la adquisición de audiencia y evaluación de esta	
		Cristina Flórez / Mónica Borbón	Promociones o atención especial a clientes que me generen mayor rotación y valor	Realización de ofertas y/o descuentos a clientes fieles y generación de recomendación por parte de estos	
ATRACCION Le gusto	Análisis necesidad	Cristina Flórez / Mónica Borbón	Tener siempre un vendedor encargado de la atención a clientes mayoristas	Generar información que responda a preguntas frecuentes de los clientes y así también volvernos relevantes para google	Consideración

		Cristina Flórez	Tener muestras de calidad que ayuden a la decisión de compra de los mayoristas	Despertar interés de los consumidores por artículos de blog que contesten sus dudas y los integre en el mundo del chocolate	
		Mónica Borbón	Tener abierto todos los canales digitales y telefónicos tanto para consumidores finales como para terceros que nos busquen	Perfeccionar y optimizar respuestas dadas a los clientes por los vendedores online	
		Mónica Borbón	Generar estrategias de venta que puedan llevar a los consumidores finales por medio de terceros llegar a nuestro e-commerce	Mantener integradas las diferentes plataforma para facilita la búsqueda de los consumidores	
		Cristina Flórez	Evaluación de posibles proveedores en su historial y referencias	Generación de ofertas que me destaquen como proveedor	
<b>AVERI GUACI ÓN Le respond o</b>	<b>Selecció n proveed or</b>	Mónica Borbón	Autoevaluación de nuestra gestión como proveedor de nuestros terceros o mayoristas	Generación de concursos en redes y obsequio de chocolates	Prue ba
		Mónica Borbón	Administrar las referencias que dan sobre mi servicio por las plataformas online y offline	Generar premios como visitas a clientes y cataciones en casa a los ganadores.	
		Cristina Flórez	Tener control sobre la trazabilidad de todos los productos	Tener trazabilidad de envíos y constante información a los clientes de sus pedidos	
<b>ACCIÓN N Me Compr a</b>	<b>Firma contrat o</b>	Mónica Borbón	Que la página genera cotizaciones automáticas para clientes mayoristas	Usar plataformas de confianza para los clientes al momento de sus pagos	
		Cristina Flórez	Tener estandarizado por cantidades los precios para negociaciones más eficientes con terceros	Ofrecer variedad de alternativas en medios de pago	Com pra
		Cristina Flórez / Mónica Borbón	Tener formatos de contratos listos para optimización de tiempos	Generar automáticamente recibos y dar días de entrega a los clientes	
<b>APOL OGÍA Me Recomi enda</b>	<b>Recomp ra contrat o</b>	Mónica Borbón	Ofrecer regalos para fechas especiales como navidad	Ofrecer bonos de descuentos por recompra o fechas especiales como cumpleaños	Reco mpra
		Mónica Borbón	Dar eventos como cataciones en sus locales para promocionarlos junto con nuestro chocolates	Ofrecer bonos de descuentos por dar recomendaciones en las plataformas de nuestros productos y servicios	
		Cristina Flórez	Dar degustaciones en sus locales para aumentar las ventas	Ofrecer envíos gratis una vez alcanzado un tope de compras	

Fuente: Trabajo propio del autor

ANEXO I.  
Portafolio de productos.



Barra de chocolate negro de Arauca 70% cacao

Presentación de 80gr y 40gr

Este chocolate es cremoso y acaramelado, deja un sabor dulce y suave, para luego finalizar con delicadas notas similares a nueces y avellanas.



Barra de chocolate negro de Chocó 70% cacao

Presentación de 80gr y 40gr

Este chocolate es cremoso con notas similares a frutos tropicales y banano maduro, finaliza con notas similares de avellana y un dulce sabor a jugo de caña.



Barra de chocolate negro de Meta 70% cacao

Presentación de 80gr y 40gr

Este chocolate es sedoso con notas de frutos rojos, deja una mezcla de sabor cítrico y dulce que perdura



Barra de chocolate negro de Meta 80% cacao  
Presentación de 80gr y 40gr

Este chocolate es sedoso con notas de frutos rojos, deja una mezcla de sabor cítrico y dulce que perdura



Barra de chocolate negro de Putumayo 70% cacao  
Presentación de 80gr y 40gr

Este chocolate tiene una textura sedosa con notas similares a frutos rojos y luego finaliza con un sabor amaderado y dulce.



Barra de chocolate negro de Tumaco 70% cacao  
Presentación de 80gr y 40gr

Este chocolate es cremoso, desprende dulces notas similares a banano y avellanas y luego finalizar con delicadas notas similares a miel y almendras.



Barra de chocolate negro de Putumayo 100% cacao  
Presentación de 80gr y 40gr

Este chocolate tiene una textura sedosa con notas similares a frutos rojos y luego finaliza con un sabor amaderado y dulce. No contiene azúcar.



### 74 % Cacao Sin Azúcar

Este chocolate es de textura cremosa y es realizado con cacao seleccionado de variedad fina en aroma y sabor.



### Colección Caofiori \* 6 barras de chocolate negro

Este colección esta hecha con cacao seleccionado de variedad fina en aroma y sabor.