

11 Delicao, el delicioso cacao colombiano que brota en el corazón del Valle del Cauca

Ena Yuritze Barón López³²
Suyapa Barón López³³



1. Resumen

Colombia es uno de los países mejor posicionados a nivel global por proveer cacao fino y de aroma, actualmente ocupa el 5° lugar en las exportaciones mundiales, lo que le abre las puertas en los mercados más sofisticados del mundo. Colombia no solamente se ocupa de la calidad del producto, sino que se caracteriza por tener políticas claras en cuando a la deforestación, el uso de trabajo infantil y la regulación de precios que benefician al producto (InvestColombia, 2023). Muchos pequeños cacaocultores y sus familias se ocupan del cultivo del cacao; hay alrededor de 65 341 familias que viven del cultivo del cacao (DANE, 2020). Si bien la personalidad, la superación personal, y la situación son elementos esenciales para el emprendedurismo, la familia es un factor motivacional muy importante para tomar este tipo de decisiones (Aguilar, Chacón y Otero, 2018). Esto coincide con la historia de Delicao, delicioso cacao colombiano.

³² Investigadora del cuerpo profesoral del programa de Mercadología-Universidad Central ebaronl@ucentral.edu.co. Mercadóloga de la Universidad Central. Magíster del Institut d'administration des entreprises IAE Toulouse Université Capitot I. Doctoranda Universidad de Valencia. Maestrante de la Maestría en Analítica de Datos de la Universidad Central. ORCID: 0000-0002-2659-450. Índice h 2.

³³ Gestora de emprendimiento para los mercados campesinos en la ciudad de Bogotá. Catedrática invitada de la Universidad Piloto de Colombia, Área Andina y ECCI. suyapabaron@gmail.com. Ingeniera Ambiental y Sanitaria de la Universidad de la Salle. Especialista en Gerencia del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Prevención de Desastres Sergio Arboleda. Epidemióloga Fundación del Área Andina. ORCID: 009-0000-0184-182X

Delicao, delicioso cacao colombiano, es una empresa familiar vallecaucana que trabaja para elaborar chocolate de origen, con el sello único que le da el sabor del cacao de sus propios cultivos y de los cultivos de pequeños cacaocultores, quienes cosechan el fruto con sus propias manos. Este proyecto familiar que nace en el 2011 en el corazón del Valle del Cauca colombiano, en el Cerrito Valle, en la vereda Santa Helena, tiene como propósito llevar el sabor del chocolate artesanal del departamento a los paladares de sus clientes y mejorar la vida de muchos otros cacaocultores y personas que trabajan para Delicao, a partir de un producto con un sabor diferente y exclusivo.

1.1 El caso como metodología de estudio

El caso es una metodología de estudio que implica una investigación sobre el desarrollo de un evento de interés en los negocios y el marketing. Más allá de seguir la lógica inductiva o deductiva, el objetivo es documentar cómo las empresas y marcas (para el propósito de este libro) resuelven situaciones que surgen del mercado y que implican la innovación en los procesos, el crecimiento en los recursos y el conocimiento de los consumidores.

El caso de estudio es una herramienta muy efectiva para explicar y describir, en situaciones reales, conceptos específicos. El caso, simplifica la teoría en una realidad y toda su complejidad, lo que da como resultado varias interpretaciones de esa realidad. (Camacho Gómez, 2013).

En relación a la metodología de escritura, esta puede adoptar una estructura narrativa que abarque desde una descripción del pasado hasta el presente. Además, es fundamental presentar una descripción cronológica de los sucesos y situaciones que han llevado a la empresa a abordar y resolver el problema en cuestión. Esta aproximación no solo facilita la comprensión de la evolución temporal de los eventos, sino que también permite destacar de manera clara cómo la organización ha enfrentado los desafíos a lo largo del tiempo, proporcionando un contexto integral para la comprensión del caso de estudio (Carazo, P. C. M., 2006).

A continuación, se presentará el caso de Delicao, una empresa que ha sabido enfrentar situaciones del mercado y evolucionado a partir de la experiencia de sus propietarios. Se expondrán los antecedentes y la evolución, así como los productos y desafíos para el crecimiento de la marca.

2. Antecedentes y evolución histórica de Delicao

Como lo cuenta Johana Gómez Bustos

“En el 2011 la familia Gómez Bustos decide sembrar las primeras plantas de cacao en la finca “La Elisa” que es en parte una herencia familiar y una inversión de la misma familia. La primera planta la lleva Johana Gómez Bustos quien pidió regalada una mata de cacao a su tío, esta matica creció de manera suficiente, y la familia se dio cuenta que “La Elisa” es una tierra proclive para la siembra de cacao, por lo que tomaron la decisión de cultivarlo” (2023).

En 2011 comienza el cultivo en firme, a partir de allí la familia empieza a experimentar con el producto y aprenden el proceso de transformación y tostado del cacao. En el 2013 compran su primer horno tostador y comienzan a producir cacao de mesa; en el 2016 ya se empieza a comercializar el producto en tiendas y para aprender sobre el mercado del cacao viajan en 2017 como visitantes a la Feria Internacional de Chocolate en París, allí pudieron ver más de cerca los productos, el comercio y la industria a nivel global.

Uno de los momentos más importantes ocurre en el año 2019 dado que obtienen el primer registro INVIMA para el chocolate de mesa, la notificación NSA-0008060-2019, que garantiza que sus productos no implican riesgos para el consumidor; como la misma empresa lo dice “Delicao es un alimento saludable de consumo seguro”. Ya en el 2021 logran registrar 10 nuevos productos y en el 2022 se logra registrar las coberturas y la cocoa. Estos registros son financiados con recursos de la Gobernación del Valle, después de haber hecho el proceso de capacitaciones (Gómez-Bustos, 2023).

En el año 2016 Delicao, ingresa a la red de productores orgánicos, buscando que sus productos respondan a la tendencia de consumo de producción consciente y sustentable, alcanzando un nicho de

consumidores interesados en este tipo de productos, de manera que Delicao está articulada con colectivos como el Directorio Orgánico DOSA, el Museo Casa Rústica, la Asociación de Alimentos Orgánicos y la Cámara de Comercio de Bogotá, ampliando a estos espacios el sabor del chocolate vallecaucano (Delicao, 2023).

Uno de los momentos más vulnerables de la marca ocurrió como para la mayoría de los negocios, durante la pandemia del Covid 19 y a pesar de haber tenido que salir de algunos colaboradores, la familia se unió aún más para proteger su mercado y mantener la marca, aquí aprovecharon iniciativas como las de Visa para mantener la difusión de la marca a través de su campaña “Aquí estamos” (Delicao, 2020).

Sin embargo, el tiempo de pos-pandemia ha sido de gran crecimiento para la empresa. En el año 2022 ocurre el lanzamiento de nuevos productos, nuevos canales de promoción y comercialización en canales digitales y físicos, además de vincular dos personas nuevas al proyecto del Cerrito. Este mismo año la marca hizo el cambio de los empaques del chocolate de mesa y obtuvo el registro para 10 productos.

2.1 Proceso de financiación y recursos

La primera financiación viene de la misma familia en el año 2015, aquí ellos piden un crédito para la adecuación de espacios y la adquisición de insumos, esto les permitió tener una certificación de buenas prácticas de manufactura por Fedecacao, así como el primer molino, el tostador, el fermentador, la máquina Melanger o máquina refinadora.

Luego de esta primera financiación comienzan a buscar dinero en convocatorias de emprendimiento de entidades en Colombia. La idea inicial de la familia Gómez Bustos era tener una cadena de tiendas para que los consumidores disfrutaran de la experiencia del chocolate, del mismo modo, como se evalúa la experiencia del café, en bebida en productos..., no obstante, en la búsqueda de la financiación en el año 2017 cuando se presentaron al Fondo Emprender del SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), aprendieron que era mejor desarrollar una empresa que se dedicara a la transformación del cacao para la venta. En una segunda ocasión, en el 2021, se presentaron con una propuesta de negocio sobre producción de chocolate de

mesa y los snacks, pero la experiencia los lleva a entender que en la propuesta se debe asegurar un total de ventas mensuales, por lo que no logran la financiación. En esta ocasión la convocatoria estaba dirigida a mujeres rurales y tenía un monto máximo de COP \$ 120 000 000. Finalmente, en el año 2022 ya con la experiencia de haberse presentado en ambas convocatorias anteriores logran ganar la financiación, pero un cambio en estas políticas durante el gobierno de Duque, dentro del marco de la economía naranja, pasó a COP \$ 80 000 000, un monto que es muy poco para la proyección que tienen sobre la compra de maquinaria (Gómez-Bustos, 2023).

Delicao entonces se presenta a Impulsa, por una financiación aproximada de COP \$98 000 000, una carrera menos compleja, no obstante, con algunas barreras culturales y burocráticas respecto a los trámites en el proceso. Con el dinero de la financiación lograron comprar las máquinas descascarilladora, grageadora, temperadora. Estas máquinas están arribando en el 2023 (Gómez-Bustos, 2023).

3. Delicao en la actualidad

- En la actualidad Delicao hace sus productos de manera manual y artesanal, pero para poder aumentar la producción y diversificar su producto, se encuentra en la ampliación y tecnificación de la maquinaria. A partir de los créditos obtenidos del Fondo emprender e Impulsa han comprado nuevas maquinarias que les ha permitido mejorar el producto (Gómez-Bustos, 2023).
- Han lanzado 3 productos nuevo: Nibs, cascarilla de cacao y cobertura de chocolate y obtuvieron el registro de 10 productos nuevos como el Choco Fruit.
- Están explorando nuevos territorios para llevar sus productos a nuevos territorios.
- Delicaco puede producir 450 kilos de chocolate de mesa, es decir 840 unidades al mes de 500 gr.

- Produce 252 kilos de Choco Fruit al mes, es decir, 1008 unidades de 25 gr lo que significa 201,6 paquetes de 5 unidades.
- Produce 336 kilos de chocolatinas al mes, es decir, 2240 unidades de 15 gr. 186,6 paquetes de 12 unidades (Delicao, 2023).

3.1 Estrategia de crecimiento y comercialización de la empresa

Delicao maneja una estrategia de comercialización de nicho, enfocada en el desarrollo de clientes que encuentren valor en ofertas de productos y servicios fabricados bajo procesos responsables con el medio ambiente. Esta es la razón por la que buscan comercios que se dediquen a la venta de productos artesanales, orgánicos y agroecológicos.

Además de la venta en puntos especializados, la promoción y comercialización de la marca se realiza en eventos especializados, por lo que hay un empeño desde su incursión de vincularse a ellos. Han participado en eventos como ferias gourmet en la misma región de Santa Helena - tierra vinícola- han participado en Chocoshow en el año 2019 con apoyo de Fedecacao y en el Festival de Música del Pacífico Petronio Álvarez 2022 con el apoyo de Asocaña, en las de Mercados Campesinos de Bogotá del Jardín Botánico y en Alimentarte en 2023.

En la actualidad Delicao hace sus productos de manera manual y artesanal, pero para poder aumentar la producción y diversificar su producto, se encuentra en la ampliación y tecnificación de la maquinaria, a partir de los créditos obtenidos del Fondo Emprender, Impulsa y Asocaña lo que les permite mejorar el producto.

3.2 Canales de venta y diversificación

En el futuro Delicao quiere incursionar en los principales almacenes de cadena del país, exhibidos de manera permanente en las 5 principales ciudades y además, aprovechar el cacao para abrir nuevas categorías de productos relacionadas con el cuidado personal y la belleza.

En cuanto a la diversificación de canales de comercialización, Delicao forma parte de Mercado Libre y Croper y regresó a los Mercados Campesinos en Bogotá, también comercian con minoristas especializados en la ciudad de Bogotá, Cali y Palmira con los que tienen una relación muy cercana y gratitud por la oportunidad de comercialización de sus productos.

En el año 2023 abrieron su propio punto de venta en el Cerrito, Valle del Cauca. El Cerrito es una zona turística cercana a la hacienda “El Paraíso” en donde ocurrió la romántica historia de Efraín y María contada majestuosamente por el escritor Jorge Isaacs en su libro “La María”³⁴. El punto está ubicado en Tierra Paraíso, una plazoleta comercial en inmediaciones de la hacienda.

3.3 Internacionalización de la marca

La internacionalización tiene desafíos como la certificación de los productos sustentables y orgánicos en la que están trabajando, no obstante, en la actualidad Delicao cuenta con la certificación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) que les permite acceder a estos mercados como productos orgánicos y el sello de Marca País en los empaques de sus productos, que lo respaldan por Proexport.

Actualmente la empresa está exportando 32 kilos mensuales de chocolate, pero la meta es llegar a exportar 600 kilos de chocolate, sano y agradable y bajo en endulzante. Además de esto, en compañía de la Cámara de Comercio de Buga, Delicao asistirá a una nueva de emprendimiento en New Jersey (Delicao, 2022).

4. Análisis de los aspectos internos y externos

4.1 Organización administrativa

La gerencia y representación legal está a cargo de Sandra Gómez Bustos, ella es quien se encarga de la comercialización de los produc-

³⁴ María es una novela de Jorge Isaacs. Se publicó en el año de 1867 y se inscribe dentro del romanticismo. La novela presenta muchos aspectos asimilados de sus modelos franceses; pero su gran originalidad consiste en que pone por primera vez, como idilio romántico el ambiente real de la naturaleza americana. La novela se centra en la relación de los amores de dos adolescentes, Efraín, hacendado en la región del Cauca y su hermana adoptiva María. La novela describe los parajes de la hacienda El Paraíso en el Valle del Cauca colombiano.

tos en Cali, la comunicación y la estrategia de marca, sin embargo, las decisiones son los 5 miembros de la familia. Los La gerencia y representación legal está a cargo de Sandra Gómez Bustos, ella es quien se encarga de la comercialización de los productos en Cali, la comunicación y la estrategia de marca, sin embargo, las decisiones son los 5 miembros de la familia. Los padres Mireya Bustos y Orlando Gómez se encargan del cultivo y la producción. Mireya se encarga específicamente del costeo ya que tiene gran experiencia en el sector alimentario por su formación en ingeniería industrial.

Andrea Gómez Bustos, se encarga del flujo del dinero, la organización financiera y se encarga también del talento humano y Johana Gómez Bustos se encarga de la estrategia comercial en Bogotá (Gómez-Bustos, 2023).

4.2 La promesa del sabor gourmet de Delicao

La promesa de valor de Delicao se fundamenta en su materia prima, este cacao crece en las tierras de la finca “La Elisa”, adicionalmente tienen una red de cacaocultores colombianos que les proveen, con los que han construido una relación a largo plazo, desarrollado una cadena de valor, esta relación favorece a ambas partes y que le permite a Delicao tener una propuesta de valor que ellos mismos identifican “chocolates con más cacao, a precios justos, con sabor colombiano y fino aroma”. Por otra parte, Delicao invita a sus consumidores a vivir una experiencia 360 en el cultivo de cacao para que conozcan la preparación, transformación y la producción del cacao.

Figura 1

Propuesta de valor de Delicao



Fuente: brochure productos Delicao (2023).

4.3 Los productos y experiencias que la empresa ofrece

Todos los productos de Delicao son producidos artesanalmente. Tanto el chocolate de mesa como los snacks y la cobertura provienen de un cacao de origen y son libres de conservantes artificiales, de allí su diferencia. Al consumir el chocolate Delicao las personas al consumir pueden sentir la sensación de sabor amaderado y la acidez natural del producto, y aprovechar los beneficios para la salud.

Las líneas de productos que maneja la empresa son: Chocolate de mesa, snacks de chocolate, coberturas de chocolate y derivados de cacao (Delicao, 2023).

Figura 2
Portafolio de productos de Delicao



Fuente: brochure productos Delicao (2023).

La siguiente tabla muestra en detalle las líneas de productos y sus características:

Tabla 1
Líneas y referencias de productos de Delicao

	Chocolate de mesa 100% cacao. Origen Valle del Cauca. Sin azúcar. Presentaciones de 100, 200 y 500 gramos. Calidad: Cultivo propio con certificación en buenas prácticas agrícolas, notificación sanitaria, con vida útil de 1 año y marca País. Sabor: Chocolate con balance de notas ácidas y dulces, tostadas, maderables y cremosas.
---	---

	<i>Snacks</i> de chocolate y frutas 70% de cacao. Sabor snack saludable a base de fruta crocantes recubierta con chocolate de origen. Presentaciones: Piña, fresa y banano. Origen: Valle. Vida útil de 4 meses.
	Barritas de chocolate en presentación de 15 gramos y 30 gramos. Chocolatinas saludables a base de cacao de origen y azúcar orgánico. 54% cacao. Vida útil de 4 meses. Origen Valle.
	Cascarilla de cacao. Presentaciones 100 y 200 gr en bolsa Ecoflex - polietileno 100% biodegradable. Cáscara del grano de cacao cuidadosamente tostado y descascarillado. Ideal para infusiones. La cascarilla se reconoce como un excelente suplemento nutritivo para reponer fuerzas y como un energizante suave, por su contenido de magnesio y teobromina y ser rico en fibra.
	<i>Nibs</i> o trozos de cacao 100% naturales de granos de cacao premium, tostados y descascarillados. Presentaciones 100 y 250 gr en bolsa Ecoflex - polietileno 100% biodegradable. Sin aditivos, ni conservantes, sin gluten, sin alérgenos. Apto para personas diabéticas y celíacos. Ideales para granolas, snacks, batidos, infusiones.



Cobertura de chocolate. Presentación 54% y 70%. 1 kilo en bolsa de papel biodegradable. Chocolate para preparaciones de alimentos con diferentes porcentajes de cacao, elaborada con granos seleccionados y la proporción justa de manteca de cacao (uso exclusivo de manteca de cacao, no usamos otras grasas), así alcanzamos la fluidez y viscosidad necesarias en repostería. Sin gluten. Ideal para panadería, repostería y preparaciones del hogar. Vida útil de 1 año.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Delicao (2023).

4.4 Experiencia del recorrido cacaotero

Además de los productos de la marca, Delicao también ofrece recorridos por la finca cacaotera para que las personas recorran la ruta del cultivo del cacao, vean su proceso de transformación, degusten el chocolate Delicao en su presentación de chocolate real, y creen su propia chocolatina (Delicao, 2023).

Figura 3
Promoción de recorrido "Choco Tours"



Fuente: Instagram de Delicao (2023).

5 Estrategias desarrolladas desde el contexto del marketing y la promoción, comunicación y posicionamiento de la marca

5. 1 Historia de marca y de registro ante la SIC

En el 2017 Delicao, chocolatería de Colombia logra el registro de marca con la SIC (Superintendencia de Industria y Comercio); este proceso implicó que se luchara por llevar en su registro “de Colombia” (Delicao, 2017), dado que marcas mucho más grandes estaban empeñadas en Delicao no usará están designación en sus piezas promocionales y empaques. También se han enfrentado jurídicamente con emprendedores que usan el nombre de Delicao para la comercialización. En la actualidad, están buscando el registro de Chocofruit como marca (Gómez-Bustos, 2023).

Figura 4

Registro de marca ante la SIC (Superintendencia de Industria y Comercio en Colombia)



Fuente: Delicao (2017).

5.2 Cambio de empaque en el chocolate de mesa

En el 2021, Delicao hace el cambio de empaque en sus chocolates de mesa por uno rojo, más alegre y con detalles y lo más importantes que tiene las condiciones técnicas para mantener mejor las características del producto, lo que maximiza la conservación de las propiedades del chocolate, son mucho más resistentes a las temperaturas y un 50% biodegradables. Adicionalmente cuenta con un código QR que tiene los datos de contacto de la empresa (Delicao, 2021).

El cambio en el empaque garantiza la promesa de valor de Delicao, un chocolate saludable y delicioso con más porcentaje de cacao. Esta renovación de imagen es mucho más coherente con la propuesta hacia los consumidores que buscan productos orgánicos, saludables y sustentables. Para esto, se asesoraron con una empresa especialista en producción de empaques y de la creatividad de un profesional en diseño gráfico (Delicao, 2021). Cuando las marcas se preocupan por la sustentabilidad, que además es un enfoque cada vez más utilizado por las empresas, están demostrando que se interesan por tener comportamiento proecológicos y prosociales para generaciones presentes y futuras (Barón, García & Navarro, 2022).

Figura 5
Cambio de empaque



Fuente: Delicao (2017).

5.3 Redes sociales

Delicao se promociona y comparte las experiencias de la marca desde sus redes sociales como Chocolate Delicao en Instagram y Facebook; esto ayuda a mantener una presencia sólida de la marca a partir de sus historias y reels compartidos en donde muestran los productos y experiencias de sus consumidores, aumentando el tráfico entre las redes sociales y en la página web <http://delicao.com.co/>.

El objetivo de la estrategia, si bien es aumentar la visibilidad de la marca, es sobre todo exponer sus diferenciales a partir de la generación de contenido de experiencia. Por otro lado, el contenido se refiere a información corporativa y del producto que mantiene al tanto no solo al consumidor final sino a minoristas y socios, proveedores y comunidad en general, sobre los avances de la marca. Por ejemplo, se visualiza la participación en eventos de comunidades, de pequeños productores y mercados locales, como la Red de Mercados Campesinos de la ciudad de Bogotá.

En cuanto a creación de contenido, éste se refresca constantemente para mantener a la audiencia de la marca al tanto de los eventos en donde participa Delicao con sus productos como en ferias, eventos además de la experiencia de recorrido en cultivos y novedades de la marca. Actualmente esta estrategia incluye colaboraciones con *influencers* para exponer la marca, específicamente trabajan con Tatiana Sánchez y con la coach Gloria Vieros que promueven un estilo de vida alegre y positivo. Estas características de la personalidad de ambas son congruentes con la imagen de la marca.

6. Resultados obtenidos

Delicao, delicioso cacao colombiano, en sus más de 10 años de trayectoria ha logrado demostrar que la unión familiar puede generar un proyecto inspirador y que represente a una marca con origen colombiano en el país y en el exterior.

La marca en este tiempo ha logrado aumentar su portafolio a 10 productos aproximadamente, llegando a un mercado de nicho en Colombia pero que a nivel global crece. Colombia ocupa el 5 lugar en

producción por la cantidad de cacao que produce y además, es catalogado como de fino aroma (InvestColombia, 2023).

La dirección entiende que debe hacer un posicionamiento constante en redes sociales, por lo que proyectan sus eventos, experiencias y productos. Además son consistentes en imagen e identidad de marca, lo que ayuda a su posicionamiento. Delicao sigue trabajando en su estrategia de comunicación, haciendo cambios en el empaque, que se relaciona de una manera más clara con el propósito de la marca y presenta el logo de Marca Colombia.

La financiación de entidades que apoyan el emprendimiento es clave para lograr los objetivos de crecimiento de la empresa, contribuyen para la ampliación de la planta, la contratación de personal y la internacionalización de Delicao, delicioso cacao colombiano.

4. Discusión

El caso de Delicao ilustra el esfuerzo que realizan las empresas familiares en Colombia para llevar a cabo sus proyectos. Este estudio de caso ejemplifica las estrategias que desarrollan los emprendedores y cómo estas estrategias evolucionan a lo largo de su crecimiento.

La metodología del caso de estudio resulta apropiada para analizar cómo las marcas y las empresas responden a las complejidades del mercado. Además, se ha demostrado ser altamente efectiva para explorar el desarrollo de empresas y emprendimientos, aplicando estos conocimientos en el entorno académico (Carazo, P. C. M., 2006). La presentación de casos de empresas en Latinoamérica proporciona una oportunidad valiosa para dar a conocer las condiciones específicas de contextos locales, beneficiando tanto a estudiantes como a docentes.

5. Conclusiones

Emprender es un duro proceso que se alimenta del sueño de hacer empresa. La familia Gómez Bustos en estos diez años se ha unido mucho más y han evolucionado porque buscan convertirse en una empresa.

Si bien este proceso no es fácil, la red de los 5 miembros se apoya en esos altibajos que suceden en el sueño de emprender. Sin embargo, la ilusión de aportar socialmente a la búsqueda de construcción de país y el sueño de algo propio, los impulsa a seguir navegando.

La experiencia desarrollada por Delicao refleja el aprendizaje, los aciertos y desaciertos. Es un caso del que se pueden beneficiar otros emprendedores cacaoteros que quieran aprovechar el camino recorrido y las vivencias, no solo en la producción, sino en la comunicación de la marca.

El sentimiento de amor a la marca y la fe en el producto, lleva a Delicao a pensar tanto en el mercado nacional como en el internacional.

No importa que Delicao sea una microempresa familiar, su estrategia de comunicación y distribución se ha fortalecido con el tiempo. La experiencia en la producción, la distribución y la comunicación ha llevado a la marca consolidar su imagen en redes; en la actualidad la marca cuenta con 3739 seguidores, trabajando constantemente en contenido interesante para seguidores y público en general.

Si bien desarrollan una clara estrategia de comercialización en puntos físicos, Delicao aún no cuenta con venta de productos en canales digitales propios, por ahora se mueve en plataformas de venta como Mercado Libre.

Es importante resaltar que Delicao, delicioso cacao colombiano, es una marca registrada y aprobada por la SIC. Es esencial que los emprendedores comprendan la importancia de registrar su marca a riesgo de perder los derechos sobre la misma, y por lo tanto el posicionamiento y la inversión en comunicación.

6. Preguntas de reflexión y/o análisis

1. ¿Cuáles son los riesgos de emprender en un país como Colombia?
2. ¿Cuál es la estrategia de comunicaciones adecuada para el posicionamiento de la marca Delicao que sirve para consolidar la marca para pequeñas y medianas empresas?
3. ¿Qué deberían considerar las empresas al solicitar financiación en fondos y organizaciones de apoyo para el emprendimiento?
4. ¿Cuál sería la receta para encontrar el emprendimiento perfecto?
5. ¿Cuál es el beneficio de emprender en familia?

Agradecimientos

Agradecemos a Delicao, delicioso cacao colombiano, por haber hecho parte de este caso y brindarnos la información en donde retratamos el esfuerzo de la familia Gómez Bustos por emprender en Colombia. Especialmente, agradecemos a Johana Gómez Bustos por su tiempo para contarnos la historia de Delicao.

7. Referencias

- Aguilar, M. F. M., Chacón, L. H., & Otero, M. E. P. (2018). Emprendedurismo desde la perspectiva de dos grupos de universitarios: México vs Ecuador. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 18(2), 39-49.
- Camacho Gómez, M. (2013). Manual para escribir casos de marketing y administración. UJAT.
- Carazo, P. C. M. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & gestión*, (20), 165-193.
- DANE (marzo, 2020). Cadena de Cacao. Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. (Material en Pdf). <https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/2020-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Delicao [@chocolatedelicao]. (12 de diciembre de 2017). Registro de nuestra marca @chocolatedelicao por la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia. La imagen del registro de marca [imagen adjunta] <https://www.instagram.com/p/Bcn9cyKje-Mw/?igshid=YTUzYTFiZDMwYg%3D%3D>
- Delicao [@chocolatedelicao]. (19 de octubre de 2020). Visa Aquí estamos. <https://www.instagram.com/p/CGiZI8YpCD0/>
- Delicao [@chocolatedelicao]. (28 de octubre de 2021). Nos preparamos para un cambio [imagen adjunta]. <https://www.instagram.com/p/CVIXVosJ4vu/>
- Delicao [@chocolatedelicao]. (4 de enero de 2022). Avances que nos llenan de emoción. <https://www.instagram.com/p/CYUT6RLJbbU/>

Delicao (mayo, 2023). Delicao-Catalogo-Mayo2023 [Archivo pdf].
file:///C:/Users/enaba/Downloads/Delicao%20-%20Catalogo%20-%202023%20(2).pdf

Delicao [@chocolatedelicao]. (14 de junio de 2023). Choco Tours [imagen adjunta]. <https://www.instagram.com/p/Cte0kUTpUEB/>

Delicao (mayo, 2023). Delicao-Catalogo-Mayo2023 [Archivo pdf].
file:///C:/Users/enaba/Downloads/Delicao%20-%20Catalogo%20-%202023%20(2).pdf

Delicao [@chocolatedelicao]. (25 de junio de 2022). Le apostamos a la internacionalización de Delicao. <https://www.instagram.com/p/CfOzfkWgSII/>

Delicao (11 de septiembre de 2023). Experiencias.
<http://delicao.com.co/>

Gómez-Bustos Johana (2023). Caso Delicao delicioso cacao colombiano/ la internacionalización de Delicao. <https://www.instagram.com/p/CfOzfkWgSII/>

InvestColombia (2023). Cacao derivados y chocolate. InvestColombia.com. Recuperado 11-09-2023. <https://investincolombia.com.co/es/sectores/agroindustria-y-produccion-de-alimentos/cacao-derivados-y-chocolate>

López, E. Y. B., García, S. P., & Navarro, O. (2022). EL ALTRUISMO, LA AUSTERIDAD Y EL COMPORTAMIENTO PROECOLÓGICO COMO CONDUCTAS SUSTENTABLES EN JOVENES UNIVERSITARIOS. FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 22(3).