

Fundación Universitaria del Área Andina

**Análisis de la exportación de cacao de la Organización Chocolate Tumaco - Plan
Exportador**

Administración de Negocios Internacionales

Facultad de ciencias administrativas, económicas y financieras

Pereira, Risaralda

2023.

Capítulo 1.....	7
Referente Conceptual de la Investigación.....	7
1. Referente conceptual de la investigación	8
1.1. Introducción.....	8
1.2. Objetivos	9
1.2.1. Objetivo general.....	9
1.2.2. Objetivos específicos	9
1.3. Planteamiento del Problema	10
1.3.1. Descripción del problema	10
1.3.2. Justificación	13
1.3.3. Formulación del problema	14
Capítulo 2.....	17
Referente Teórico.....	17
2. Referente Teórico.....	18
2.1. Marco Teórico	18
2.2. Marco Contextual	24
2.3. Marco Legal	32
2.4. Marco Conceptual	38
Capítulo 3.....	40
Marco Metodológico	40
3. Marco Metodológico	41
3.1. Metodología.....	41
3.2. Diseño de la Investigación.....	42
3.3. Población	42
3.4. Fuentes de recolección de la información	43
3.5. Técnicas de recolección de la información.....	43
3.6. Proceso para la recolección de la información	43
3.7. Proceso y análisis de la información	44
Capítulo 4.....	45
Resultado, Análisis y Discusión de la Información	45
4. Resultados, Análisis y discusión.....	46
4.1. Antecedentes y estructura de la organización Chocolate Tumaco	46
4.1.1. Razòn social, Ubicación, Misión, Objetivos y Metas	46
4.1.2. Portafolio de negocios.....	49
4.1.3. Organización actual y equipo directivo;	49
4.2. El producto	50
4.2.1. Descripción del Producto.....	50
4.2.2. Usos de producto.....	51
4.2.3. Características	52
4.2.4. Ficha Técnica	53
4.2.5. Costos de Producción del Producto	55
4.2.7. Riesgos y desafíos.....	56
4.2.8. Beneficio tangible para la empresa: ¿Por qué exportar?.....	57
4.2.9. Matriz DOFA Organización Chocolate Tumaco	60

4.3. Inteligencia de mercados	61
4.3.1. Preselección de países: (Matriz de preselección de país).....	61
4.3.1.1. Destino actual de las exportaciones colombianas - Departamento de Nariño de Cacao en grano seco.....	66
4.3.1.2. Datos Macroeconómicos mercado internacional - Alemania.....	69
4.3.1.3. Afinidad cultural y comercial	72
4.3.1.4. Referencias arancelarias	75
4.3.1.5. Condiciones de acceso y Normatividad de los mercados.....	80
4.3.1.6. Países competidores	83
4.3.1.7. Disponibilidad de transporte en los países preseleccionados.....	85
4.4. Selección del mercado.....	86
4.5. Aspectos operacionales y logísticos	91
4.5.1. Modalidad de Exportación.....	102
4.5.2. Medio de transporte	103
4.5.3. Alternativas de Transporte.....	103
4.5.4. Rutas	104
4.5.5. Tiempos de entrega.....	106
4.5.6. Embalajes.....	106
4.5.7. Término de Negociación.....	107
4.5.8. Lugar de Entrega y Destino (Puerto, Aeropuerto, Zona Franca)	107
4.5.9. Contratos y formas de pago y riesgos Críticos	107
4.6. Aspectos de Costos y Financieros	108
4.6.1. Utilidad del producto (Precio puesto en fábrica EXW)	108
4.6.2. Distribución física internacional:	109
4.6.3. Matriz de costos de la exportación.....	109
4.7. Estudio financiero.....	112
4.7.1. Diagnóstico Financiero Empresa (Razones de liquidez, Razones de endeudamiento y Razones de rentabilidad).....	112
4.7.2. Costos de exportación (Matriz de DFI).....	114
4.7.3. Recursos financieros	114
Fuente: Proyección del financiamiento - Elaboración propia.....	115
4.7.4. Estado de Resultados proyectado.....	115
4.7.5. Flujo de caja libre (5 años).....	116
4.7.6. Evaluación financiera (V.P.N. y T.I.R.).....	118
Capítulo 5.....	120
Conclusiones y Recomendaciones.....	120
5. Conclusiones y recomendaciones	120
5.1. Conclusiones	121
5.2. Recomendaciones	125
6. Referencias:	127
7. Anexos	129

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Ubicación geográfica País, Departamento, Municipio Organización Chocolate Tumaco.

Ilustración 2. Socios de la Organización

Ilustración 3. Presentación de productos que oferta la organización Chocolate Tumaco.

Ilustración 4. Imagen del producto

Ilustración 5. Ficha técnica del Producto

Ilustración 6. Exportaciones del producto Colombia

Ilustración 7. Exportaciones del producto Departamento de Nariño

Ilustración 8. Subpartida arancelaria para cacao en grano seco crudo

Ilustración 9. Datos Macroeconómicos de Alemania

Ilustración 10. Importaciones de Alemania

Ilustración 11. Crecimiento y demanda del Cacao en Alemania

Ilustración 12. Requisitos reglamentarios para la exportación de cacao a Alemania

Lista de tablas

Tabla 1. Ficha Técnica Producto

Tabla 2. Matriz DOFA Organización Chocolate Tumaco

Tabla 3. Matriz de selección Mercados

Tabla 4. Matriz DFI

Tabla 5. Matriz Estudio Financiero

Tabla 6. Producción Nacional de cacao por Departamentos

RESUMEN GENERAL DEL TRABAJO

Título: Análisis de la exportación de cacao de la Organización Chocolate Tumaco - Plan exportador.

Autores: Estupiñán Solís Adriana Paola

González Maturana Andrés Felipe.

Facultad: Facultad de ciencias administrativas, económicas y financieras.

Director: Deisi Johanna Duque Torres

Resumen

El objetivo de este proyecto es evaluar el estado actual del proceso de exportación de cacao llevado a cabo por la organización Chocolate Tumaco, con el propósito de identificar áreas y aspectos de mejora, determinar sus fortalezas, oportunidades y evidenciar procesos operativos, normativos, comerciales que puedan optimizar la gestión comercial y la competitividad en el mercado internacional, evidenciar acuerdos comerciales vigentes e identificar proyectos que a nivel gobierno, se encuentren adelante a través de secretarías y entidades adscritas para apoyar la exportación agrícola y específicamente del sector cacaotero.

Para iniciar se realizó una caracterización y evaluación de la empresa para proceder a un estudio de mercados internacionales utilizando como herramienta, la matriz de selección de mercados con el fin de identificar el País con el cual se tiene una mayor oportunidad para la exportación del producto, se realizó la identificación de los acuerdos comerciales vigentes, con el resultado del estudio de mercado internacionales se seleccionó el País de Alemania como una mejor opción para iniciar un ejercicio comercial. Por otro lado, se tomaron en cuenta los requisitos técnicos, logísticos y los costos, que estarían a cargo de la organización Chocolate Tumaco en los términos de INCOTERM FOB.

Palabras clave: Chocolate Tumaco, Organización, exportación, Comercio exterior, Agroindustria, Cacao.

SUMMARY OF SENIOR PROJECT

Title: Analysis of cocoa exports from the Tumaco Chocolate Organization - Export plan.

Authors: Estupiñán Solís Adriana Paola

González Maturana Andrés Felipe.

Faculty: Faculty of administrative, economic and financial sciences.

Director: Deisy Johanna Duque Torres

Abstract

The objective of this project is to evaluate the current state of the cocoa export process carried out by the Chocolate Tumaco organization, in order to identify areas and aspects for improvement, determine its strengths, opportunities and demonstrate the operational, regulatory, commercial processes that can optimize commercial management and competitiveness in the international market, demonstrate current trade agreements and identify projects that are being carried out at the government level through secretariats and affiliated entities to support agricultural exports and specifically the cocoa sector.

To start, a characterization and evaluation of the company was carried out to proceed with a study of international markets using, as a tool, the market selection matrix in order to identify the Country with which there is the greatest opportunity for the export of the product. The identification of the current commercial agreements was carried out, with the result of the international market study, the Country of Germany was selected as the best option to start a commercial exercise. On the other hand, the technical and logistical requirements and costs were taken into account, in charge of the Chocolate Tumaco organization under the terms of INCOTERM EXW FOB.

Keywords: Chocolate Tumaco, Organization, export, Foreign trade, Agroindustry, Cocoa.

Capítulo 1

Referente Conceptual de la Investigación

1. Referente conceptual de la investigación

1.1. Introducción

La presente investigación es realizada con el fin de diagnosticar las condiciones actuales del proceso de exportación de la organización productora de cacao de Tumaco CHOCOLATE TUMACO; caracterizar las líneas y entidades gubernamentales que apoyan la cadena productiva y comercial con las que se pueden apoyar los productores, para lograr mejorar la gestión en todo el proceso de cultivo, producción, transformación, comercialización y exportación del cacao desde Tumaco - Nariño, se busca explorar y evidenciar alternativas comerciales para que los productores de la región se motiven y opten por mejorar el cultivo de cacao y que esta opción lícita sea prioridad en su actividad económica, o de sus familias pero con un efecto social y moral negativo ya que esta actividad repercute en una problemática que cada vez crece a nivel regional, nacional y mundial.

El comercio nacional e internacional actualmente está creciendo y presentando cambios debido a las políticas comerciales, a los nuevos proyectos económicos de sus dirigentes, de los principales países productores y exportadores de bienes y servicios; esto ha generado que se presenten barreras para muchas microempresas que buscan conseguir comercializar sus productos en otros países, completar sus procesos de exportación y especial para los productores que se encuentran en territorios especiales como Tumaco, por todas las problemáticas que existen, pero principalmente las de orden público y seguridad que se evidencia en la zona rural y urbana de esta región, donde la presencia y el apoyo por parte del gobierno no es la suficiente para que garantice el mínimo vital de estas personas, y que les permita dignificar sus actividades económicas y el desarrollo social de estos territorios y lograr procesos comerciales y de exportación exitosos.

Se analizará las alternativas de solución sostenible para que los productos alimenticios como el cacao, que produce esta región puedan ser comercializados de una manera más eficaz y competitiva a nivel internacional. Se realizará la identificación de las variables que se consideran relevantes investigar para lograr el objetivo que motiva esta investigación. Indagar cómo se encuentra el sector en un contexto regional, nacional e Internacional, total de la producción, calidad del producto, perfil de clientes, parámetros de competitividad, estadística nacional - internacional, acuerdos internacionales, PIB – región – País, las políticas públicas que hay para este sector, legislación, gremios y asociaciones, empresas que se encuentran establecidas en el mercado regional, nacional.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar la viabilidad de la exportación de cacao de la Organización Chocolate Tumaco en el mercado internacional - Alemania.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Realizar un análisis de requerimientos legales y logísticos necesarios para la exportación de cacao hacia el mercado de Alemania.
2. Analizar el mercado destino con el fin de conocer tendencias de consumo, aceptación del cacao en grano seco y el estado de la industria del chocolate que representa competencia directa.
3. Evaluar financieramente la exportación de cacao hacia el mercado de Alemania.

1.3. Planteamiento del Problema

¿Cuál es la viabilidad para el análisis y elaboración del Plan exportador para la Organización Chocolate Tumaco?

1.3.1. Descripción del problema

El sector cacaoero de Tumaco – Nariño actualmente se encuentra principalmente representado por una organización sin ánimo de lucro, creada el 30 de octubre de 2013 bajo el nombre de organizaciones productoras de cacao de Tumaco "CHOCOLATE TUMACO". La asociación está conformada por 7 consejos comunitarios (Caunapi, Rosario, Tablón Dulce, Tablón Salado, Chagüi, Acapa y Las Varas) y 2 organizaciones de productores (Palmasur Sur y Corpoteva). Teniendo en cuenta las barreras comerciales y las necesidades de la región crearon una empresa comunitaria asociativa con capacidad de comercializar gran parte de la producción del cacao, asegurando la regularización de los precios en el mercado local, mejorar los ingresos al productor y sostener la calidad del cacao de Tumaco. “Somos una asociación cuyo fin es comprar el grano de cacao a los cultivadores del pacífico colombiano y otras regiones del país”. Su misión es comercializar cacao en grano seco, chocolatería y sus derivados provenientes de los productores del pacífico colombiano, para satisfacer las necesidades del mercado nacional e internacional, promoviendo el respeto por la comunidad, el medio ambiente, los colaboradores, y la sostenibilidad económica de la región.

Fuente: <https://www.chocolatetumaco.com/>.

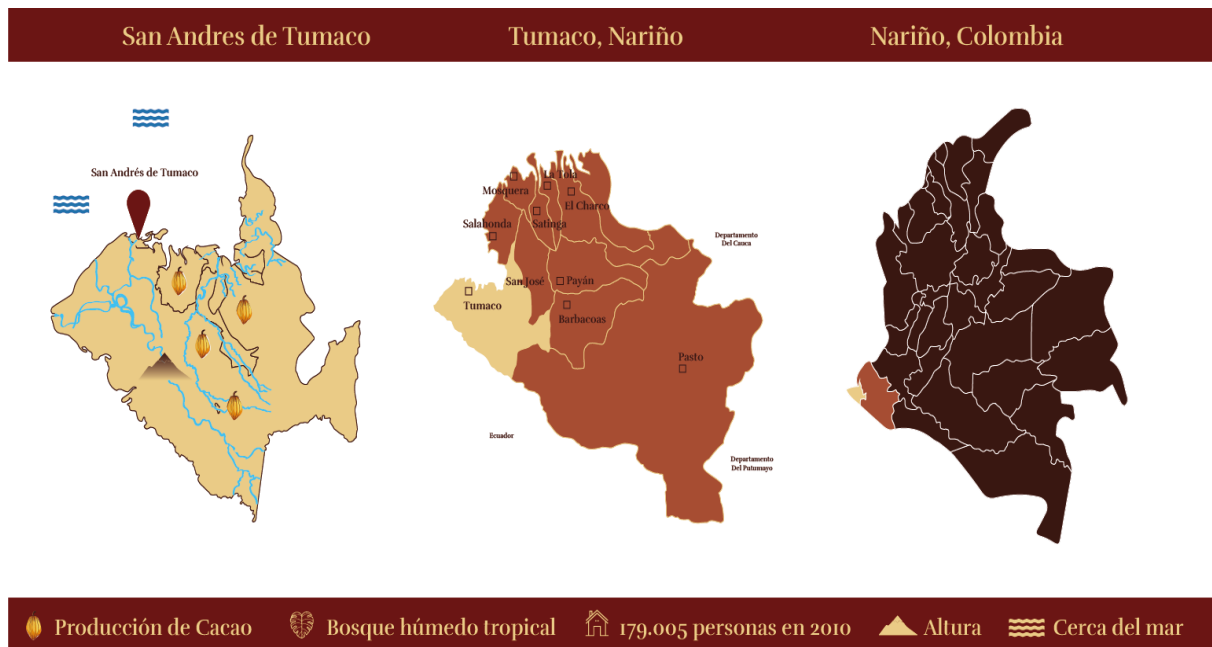
Tumaco alberga una amplia riqueza hídrica y de biodiversidad que la ubican como una de las zonas de mayor potencial productivo en el país y con condiciones propicias para aplicar políticas innovadoras que contribuyan a superar las condiciones de pobreza y la fuerte presencia de economías criminales en su territorio, a las que se suman preocupantes índices de

inseguridad y violencia. Esta situación es, a su vez, causa y consecuencia de la debilidad institucional y de la falta de provisión de bienes y servicios públicos. Lo anterior, junto con su condición de zona fronteriza, han impedido la materialización de las oportunidades que ofrece la región y a su vez ha tenido un impacto negativo en el nivel de vida de sus habitantes.

El municipio de Tumaco está ubicado en la región suroccidental de Colombia, pertenece al departamento de Nariño y se encuentra a 300 kilómetros de su ciudad capital, San Juan de Pasto. El municipio abarca una extensión aproximada de 3.778 kilómetros cuadrados, que corresponden al 12,11% del territorio del departamento, y que lo posiciona como el segundo de mayor extensión. Así mismo, cuenta con una población de 212.692 habitantes, de los cuales 120.569 se encuentran en la zona urbana, y 92.123 en el área rural. La bahía de Tumaco, conformada desde la Punta del Cocal hasta la Punta de Cascajal, forma un archipiélago integrado por las islas de Tumaco, la Viciosa y el Morro.

El litoral del que hace parte geográficamente el municipio está conformado por terrenos planos dada su pertenencia a la Llanura del Pacífico, zonas de selva húmeda tropical y numerosos accidentes geográficos, como manglares, caños, islas y esteros. Tal es el caso del Cabo Manglares, la ensenada de Tumaco, las islas del Gallo, La Barra, El Morro, Tumaco y las Puntas Brava, Cascajal, Cocal, El Viudo y La Playa. Tumaco hace parte de la región más lluviosa de la costa Pacífica colombiana; anualmente se registran precipitaciones aproximadas de 2.191 mm, distribuidas en un semestre lluvioso de enero a junio, y uno menos lluvioso de julio (mes de transición) a diciembre. Como resultado de esta situación, su contexto geográfico se caracteriza por una gran cantidad de ríos de trayecto corto, sistemas de barras y bajos sumergidos, planos de lodo y playas de fango arenoso. La región se encuentra distribuida en torno a ocho cuencas hidrográficas: Río Mira, Río Rosario, Río Chagüi, Sistema de Esteros, Río Mejicano, Río Curay y Río Mataje, los cuales pertenecen al delta del Río Mira, cuyos

afluentes son los ríos San Juan, Cuellar y Albi. Las actividades agrícolas se desarrollan a lo largo de los cauces y en las márgenes de estos ríos, dadas las proporciones significativas de minerales y el alto contenido de nutrientes de los suelos aluviales (Sánchez, 2016). Los bosques de la región Pacífica son considerados los de mayor biodiversidad del planeta. (Sánchez, 2016).



Fuente: <https://www.chocolatetumaco.com/>

En la ausencia de infraestructura vial, las rutas fluviales han cumplido un rol fundamental en el transporte y comunicación de la población; además, han sido fundamentales para el riego y manutención de la producción agropecuaria. Gracias a su ubicación, Tumaco se ha convertido en el segundo puerto marítimo más importante del Pacífico, después de Buenaventura; sin embargo, la propagación de cultivos ilícitos, el narcotráfico, el contrabando y la presencia de distintos actores armados y estructuras criminales, han provocado una preocupante degradación social y económica del territorio. A lo anterior habría que sumar el hecho de que el municipio cuenta con una débil presencia institucional, lo que ha imposibilitado la consolidación de políticas públicas que permitan el desarrollo productivo de la zona, y con

ello el mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes.

<http://www.icpcolombia.org/dev/wp-content/uploads/2018/06/18.06.08-DIGITAL-TUMACO.pdf>).

1.3.2. Justificación

En ese contexto, este trabajo tiene como objetivo general caracterizar la exportación de cacao de la Organización Chocolate Tumaco, evidenciar la calidad del producto su presentación, analizar la problemática y las barreras que se presentan como obstáculos para lograr la exportación del cacao, a su vez se plantean como objetivos específicos analizar las tendencias de la producción en Tumaco, la exportación actual, el precio del cacao en el mercado mundial; identificar los principales países productores, consumidores y aquellos que participan en el comercio internacional de cacao; y describir el funcionamiento de la comercialización, evidenciar la estructura de costos.

La relevancia de la presente investigación se fundamenta en diversas consideraciones de gran envergadura. En primer término, el cacao emerge como un recurso de inmenso potencial para catalizar el desarrollo económico no solo de la región de Tumaco - Nariño, sino también a nivel nacional. Este valioso cultivo no solo representa una fuente significativa de ingresos, sino que también actúa como motor de generación de empleo y promotor de la inversión local. Sin embargo, maximizar esta oportunidad demanda una comprensión profunda y exhaustiva de las condiciones imperantes en el proceso de exportación de cacao.

La utilidad de esta investigación se manifiesta en su capacidad para arrojar luz sobre las complejidades y desafíos inherentes a la exportación de cacao. Al analizar detalladamente la problemática y las barreras que obstaculizan este proceso, se pueden identificar soluciones concretas para mejorar la eficiencia y competitividad en el mercado internacional. Además, el estudio de las tendencias de producción, consumo y comercio global de cacao permitirá tomar

decisiones informadas y estratégicas, contribuyendo así a la optimización de la cadena de valor del cacao en la región.

Esta investigación se diferencia por su enfoque integral y holístico en la evaluación de las condiciones de exportación de cacao de la organización Chocolates Tumaco - Nariño. A través de la identificación de variables clave que intervienen en el diagnóstico de estas condiciones, se busca obtener un conocimiento detallado y preciso que trascienda la mera descripción superficial. La combinación de análisis cualitativos y cuantitativos en relación con la producción, comercio, precios y costos proporcionará una visión completa y contextualizada de la situación.

En síntesis, esta investigación no solo se circunscribe al objetivo general de evaluar el estado actual del proceso de exportación de cacao, sino que aborda una serie de objetivos específicos destinados a revelar las variables esenciales que impactan en este proceso. Mediante este enfoque, se persigue lograr un entendimiento profundo y preciso de las condiciones y factores que inciden en el éxito y la eficacia de la exportación de cacao por parte de la organización Chocolate Tumaco.

1.3.3. Formulación del problema

Se evidencia la necesidad de identificar las variables que puedan ser solucionadoras en los procesos de comercialización y exportación del cacao. En los procesos de exportación, se enfatiza en la importancia de lograr conocer los beneficios que pueden ser otorgados por las entidades gubernamentales que los lleve a un mejor ejercicio del comercio internacional mediante las alianzas entre sectores público y privado para fomentar una producción a escala y que pueden ser apoyados por la entidades gubernamentales y obtener garantías de transformación y mejoras de sus procesos mediante la transferencia de conocimiento, aplicación de procesos de producción, de técnicas y estrategias, así como la necesidad de

armonización de definiciones en la mejora de formas, normas y certificaciones que los procesos de exportación del producto así lo exige.

Caracterizado por su calidad en sabor y aroma. Reconocido a nivel nacional e internacional como uno de los mejores en el mundo.

Los agricultores del municipio de Tumaco están asentados en pequeños núcleos poblacionales donde realizan actividades tradicionales de tipo extractivo y de subsistencia tales como el cultivo de cacao, plátano, coco, maderables, maíz, yuca, frutales, pesca, entre otros, con mínimas labores culturales y de manejo.

En las comunidades campesinas el cacao es una actividad ancestral, arraigado en la cultura y el diario vivir de las comunidades, cultivado dentro de un sistema de policultivo, específicamente en el espacio como huerto mixto con gran diversidad de especies y estratos arbóreos. El cacao como cultivo generalmente es asociado con plátano como sembrío transitorio, y coco, cítrico, chontaduro, cedro y laurel, como diferentes alternativas de sembrío permanente.

El cacao es uno de los principales cultivos de las parcelas agroforestales en la Costa Pacífica Nariñense, con cerca de 5970 productores, un área de 14440 Hectáreas, que corresponde al 11.5% de área total del país, con un rendimiento aproximado de 200 kg/ha/año. Estos datos es una de las referencias para dirigir los esfuerzos tendientes a mejorar las condiciones socioeconómicas de la población involucrada en la actividad CACAOTERA.

Las áreas más representativas de producción de cacao en el municipio de Tumaco son San Luis Robles, fincas contiguas a la carretera de Tumaco - Pasto, en los ríos Mira, Caunapí, Rosario, Tablones, Chagüi y Mejicano. Por otra parte, Tumaco se constituye en el mayor exponente de la cacaocultura en Nariño, debido a que, en virtud de la comercialización, en él confluyen la

producción local y la de los demás municipios de la costa de Nariño como el Charco, Olaya Herrera, Roberto payán, Francisco Pizarro, entre otros, ya que es el principal comercio en la zona.

Capítulo 2

Referente Teórico

2. Referente Teórico

2.1. Marco Teórico

Dentro de los parámetros definidos para los temas de exportaciones y producción de productos agrícolas como el definido en este documento, es cierto que en nuestro país resultan amplios, pero dentro del análisis e investigación se evidencian múltiples teorías que nos hacen llegar a lo que queremos buscar dentro de nuestras averiguaciones, es por ello que los referentes teóricos de este estudio se sustentan en la internacionalización como factor de competitividad, eje principal para entrar en el mercado exterior, también cabe anotar que los primeros resultados de este marco se enfocan en teorías que hablan de oferta exportable, exportaciones, sector agrícola, viabilidad y rehabilitación.

Teoría competitiva: La competitividad, puede definirse como aquella que apunta al éxito internacional, ya que la misma contribuye a la promoción de exportaciones para las industrias en beneficio de las empresas nacionales. Por ello, es pertinente señalar que, según Michael E. Porter (2008), Los Estados Unidos proporcionan un ejemplo muy claro: cada vez se debate más en público sobre el éxito económico, manifiestamente superior, de otras naciones en materia comercial. Pero este intenso debate sobre la competitividad también tiene lugar en los países "modelos del éxito" como Japón y la República de Corea. (Michael E. Porter, 2008, p 1-2) Por consiguiente, se puede decir que, ante la existencia de una demanda nacional exigente, la estrategia de competitividad en el mercado internacional resulta exitosa y de forma positiva coadyuva a la calidad, innovación. Por ello, la estrategia de negociación dentro del portafolio para exportar productos que tienen alta demanda fortalece la economía y la productividad. Dinámica de competitividad según Porter (1999).

1. Condiciones de los factores. La posición de la nación en lo que concierne a mano de obra especializada o infraestructura necesaria para competir en un sector dado.
2. Condiciones de la demanda. La naturaleza de la demanda interior de los productos o servicios del sector.
3. Sectores afines y de apoyo. La presencia o ausencia en la nación de sectores proveedores y sectores afines que sean internacionalmente competitivos.

La caracterización y la viabilidad de la oferta exportable de cacao para el departamento de Nariño, la identificación de las principales subpartidas arancelarias y los mercados destino, este proceso permite profundizar en aspectos relacionados con los procesos de fomento a la internacionalización de cada una de las subpartidas, así como, la construcción de propuestas que permitan desarrollar planes exportadores, proyectos de inteligencia e investigación de mercados internacionales con las empresas exportadoras identificadas con las que se desarrollen proyectos de competitividad en la producción y transformación de sus productos.

Los retos y las acciones inmediatas del sector cacaotero en Nariño y en especial en la Costa Pacífica se relacionan con capacidad tecnológica de la región, el mejoramiento de la calidad de los productos, denominación de origen, trabajo asociativo, modelos endógenos de mercadeo, finanzas, producción y acceso a tecnologías.

El Plan Regional de Competitividad de Nariño se resalta la necesidad de implementar estrategias de promoción y modernización del cultivo de cacao mediante acciones como: la rehabilitación de cacaotales viejos y establecimiento de nuevos cultivos en Colombia, establecimiento de bio-fábricas para producción de material de siembra de óptima calidad, uso de la denominación de origen y certificación de fincas, promoción y fortalecimiento

organizacional de los productores del municipio de Tumaco y promoción de alianzas estratégicas para la comercialización.

Oferta Exportable

Cuando se habla de oferta exportable muchos autores concuerdan que se trata de la cantidad de productos que tiene una región cuyo destino final son los mercados internacionales, bajo este propósito, se debe tener en cuenta que el producto ofertado debe cumplir con los requisitos del país importador en cuanto a condiciones de calidad, precio, certificaciones, aspectos logísticos y aduaneros a lugar, en cuanto a condiciones de acceso se refiere.

Según la definición de oferta exportable propuesta por el Ministerio de Agricultura y Riego (2015), “La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino”, según este concepto la oferta exportable enlaza cada uno de los eslabones que permiten contar con un producto de alta calidad en un mercado internacional a un precio justo.

Exportaciones

Es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país. También se considera exportación, además de las operaciones expresamente consagradas como tales en este Decreto, la salida de mercancías a una zona franca y a un depósito franco en los términos previstos en el presente Decreto (Ministerio de Hacienda - MINHACIENDA, 2019).
Oferta exportable del cacao del Departamento de Nariño, (2010-2018)

Sector agrícola

El sector agrícola, entendido como la actividad primaria a partir de la cual se obtienen las materias primas de origen vegetal a través de cultivo, es importante para el desarrollo del país, por cuanto se constituye en uno de los principales renglones de la economía y la fuente para la producción de insumos para otros sectores económicos contribuyendo a mejorar la seguridad alimentaria de una región y del mundo (Significados, 2017). Por lo anteriormente expuesto, existe la necesidad de fortalecer la producción y la calidad de los bienes provenientes del sector agrícola, con el objetivo de cubrir demandas futuras en el tema de seguridad alimentaria tanto a nivel nacional como internacional.

Para el año 2017, Nariño contó con 10.669 unidades productivas divididas en 23 municipios del departamento, de las cuales el 75% se encuentran en el municipio de San Andrés de Tumaco; todas las unidades productivas sembraron 17.402 hectáreas obteniendo 4.105,4 toneladas de grano seco (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural- Gobernación de Nariño, 2017). Tumaco es el municipio de Nariño que mayor producción obtuvo durante enero-diciembre de 2017, representado en 2.800 toneladas de cacao, sin embargo, no es el municipio más eficiente en la producción y rendimiento por unidad de área; los principales puestos en rendimiento Kg/Ha lo obtuvieron los municipios de Leiva, Linares, Los Andes y Policarpa con una cantidad producida de 800 Kg/Ha para los 3 primeros y 600 Kg/Ha para Policarpa según datos de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural- Gobernación de Nariño.

De otra parte, FEDECACAO, ha encontrado algunas de las causas del bajo rendimiento en la costa pacífica, la avanzada edad de las plantaciones sembradas, el tipo de material de propagación utilizado (cacaos híbridos y comunes con bajos niveles de tolerancia a plagas y enfermedades); la baja densidad de árboles en producción por hectárea y las dificultades para que el agricultor pueda poner en práctica las recomendaciones de manejo integral del cultivo.

Oferta exportable del cacao del Departamento de Nariño, (2010-2018)

Existe una gran cantidad de variedades de cacao en el Departamento de Nariño entre las cuales se destacan: IMC67, CCN61, ICS95, TCH. Con relación al desarrollo sostenible algunas asociaciones exportadoras afirman que realizan restauraciones pasivas en predios, cuentan con certificaciones internacionales, trabajan en torno a la reforestación y la restauración de microcuencas. Sin embargo, aún no se logra obtener una producción completamente sostenible y orgánica. Por lo anteriormente expuesto, según el Plan Regional de Competitividad de Nariño se resalta la necesidad de implementar estrategias de promoción y modernización del cultivo de cacao mediante acciones como: la rehabilitación de cacaotales viejos y establecimiento de nuevos cultivos en Colombia, establecimiento de bio-fábricas para producción de material de siembra de óptima calidad, uso de la denominación de origen y certificación de fincas, promoción y fortalecimiento organizacional de los productores del municipio de Tumaco y promoción de alianzas estratégicas para la comercialización.

Exportaciones del Departamento de Nariño para cada subpartida del subsector cacaotero 2010 – 2018.

El mercado internacional presenta una oportunidad en la demanda de cacao premio fino o de aroma. El cacao fino o de aroma corresponde a una clasificación de la Organización Internacional de Cacao (ICCO) y se exporta como grano seco, con estandarización de protocolos de trazabilidad este cacao se caracteriza porque se produce y procesa en centrales de beneficio con condiciones controladas de fermentación, secado, embalaje y transporte. La calidad del cacao se analiza dependiendo de sus cualidades físicas, químicas y organolépticas, esta combinación de factores hace que el cacao colombiano transmita sensaciones únicas a los sentidos, con propiedades aromáticas y características químicas superiores a las de cacao corriente o tradicional. (Chaux y Pérez, 2017). El precio de venta internacional se cotiza de

acuerdo con los precios que de manera semanal reporta la bolsa de Nueva York y los precios de referencia a nivel nacional. (Revista TENDENCIAS Vol. XXII No. 1 – 1er Semestre 2021).

La tendencia europea de consumo de productos orgánicos y con buenas prácticas de elaboración dentro de su cadena de valor abrió una importante oportunidad de mercado para el cacao colombiano, teniendo en cuenta que los cacaocultores hoy en día trabajan para obtener las diferentes certificaciones como: Business Alliance for Secure Commerce- BASC, Kosher “alimentos que cumplen con los preceptos de la ley judaica”, fairtrade “comercio justo”, Hazarr Análisis and Critical Control Points HACCP, Rainfores , símbolo de salud ambiental, UTZ, es un programa y una etiqueta de agricultura sostenible y orgánica” (Procolombia, 2017).

La competitividad es un concepto amplio a la hora de empezar hablar de exportaciones de productos de manera internacional, también es importante el tema agrícola como sustento, es por ello que dentro del desarrollo de este marco se enfocan estos temas para obtener un análisis profundo que haga entender el desarrollo del proyecto, y por ende, dar las herramientas necesarias para llegar a cumplir con nuestro objetivo general, la viabilidad de la exportación del producto del cacao desde Tumaco - Nariño. Cabe resaltar que dentro de las teorías allí descritas se generan múltiples conocimientos pertinentes que servirán como base para el cumplimiento de este objetivo, dando y basándose en la competitividad dentro de un mercado de exportaciones de productos agrícolas como el cacao.

2.2. Marco Contextual

Colombia por su ubicación geográfica cuenta con una gran biodiversidad la cual la hace merecedora de muchas riquezas de productos exportables, es el caso del cacao producto objetivo de este documento; en este marco contextualizamos un poco las dinámicas y

actividades relacionadas a estos productos y como en Colombia es viable la producción y comercialización de este. Aunque Colombia es conocida a nivel mundial por su café y flores, entre otros, la exportación de cacao colombiano ha conquistado a los paladares más exigentes del mundo volviendo este un producto apetecido en muchos otros países.

El cacao colombiano es cultivado principalmente por pequeños y medianos productores, lo que equivale a alrededor de 35.000 familias, y por su alta calidad ha sido premiado en eventos especializados a nivel internacional como el Salón del Chocolate de París. Adicionalmente, en los International Chocolate Awards 2018, que premian a las mejores barras de chocolate del mundo, las marcas colombianas Cacao Hunters y Juanchoconat han sido reconocidas por la calidad de sus chocolates negros de origen.

Oportunidades de exportación de cacao colombiano que conquista el mundo.

Con la exportación de cacao colombiano más de 35.000 familias se han visto beneficiadas con un producto que cada vez gana más reconocimiento en el mercado internacional.

Según la Organización Internacional del Cacao (ICCO por sus siglas en inglés), el 95% del cacao producido en Colombia es fino y de aroma. El departamento de Santander lidera la producción nacional de cacao con un 38,9% del mercado, seguido de Arauca con el 11,3% Antioquia con el 9,3%, Huila con el 7,3%, Tolima con el 6,2% y Nariño con el 5,1%.

Exportaciones colombianas de cacao crudo en grano, entero para siembra.

En Colombia para el año 2015, según el Programa de Transformación Productiva, se presentó un rendimiento promedio de 421 kg/ha, en Santander, Norte de Santander, Arauca, Huila, Tolima, Nariño, Cauca, Cundinamarca y Meta es de 349 kg/ha y en Antioquia, Córdoba,

Bolívar, Caldas y Risaralda es de 321 Kg/ha. Según estadísticas de la Federación de Cacaocultores de Colombia- FEDECACAO- la producción de cacao en Colombia es liderada por el departamento de Santander que en el periodo 2010-2018 aportó 181.560 Tn (40,8%), seguido por Arauca (10.0%), Antioquia (8%), Huila (7,7%), Tolima (6,2%), Nariño (5,2%) y Norte de Santander (3,2%) en valor FOB, periodo 2010 2018. Por su parte el departamento de Nariño durante el periodo 2010–2018, exportó cacao por valor de USD \$1.765.642,7, en términos FOB. El 90% de las exportaciones pertenecen al sector primario del cacao y el restante 10% al sector agroindustrial y de transformación del cacao. La oferta exportable del cacao del departamento de Nariño en valor FOB, periodo 2010 – 2018, es del 86.1% corresponde a los demás cacaos crudos en grano, entero o partido, el 5.8%; pasta de cacao sin desgrasar, el 4.2% a cacao crudo en grano entero para siembra, el 3.7% a cacao tostado en grano entero o partido y el 0.3%; los demás chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. (Revista TENDENCIAS Vol. XXII No. 1 – 1er Semestre 2021).

Entre enero y junio del 2021 las exportaciones de cacao y sus derivados sumaron US\$57,1 millones, 11,2% más que durante el mismo periodo del año anterior. Cifra que se busca incrementar con la participación de Evok, empresa productora y comercializadora de cacao, en el pabellón que tendrá Colombia en Expo Dubái, una gran oportunidad para posicionar a Colombia en el mercado competitivo de Measa. Para continuar con la conquista del cacao colombiano en el mundo y abrir nuevas oportunidades comerciales en la región Measa, Evok confirmó su participación en Expo Dubái, la vitrina internacional que por primera vez se llevará a cabo en Medio Oriente y será un escenario importante para la reactivación de la economía mundial. En el 2020, Colombia exportó granos de cacao y derivados como el chocolate a más de 70 países incluidos los de la región Measa, principalmente a Emiratos Árabes Unidos. Los mayores compradores fueron México, Estados Unidos, Ecuador, Países Bajos y Bélgica que estuvieron interesados en productos como el cacao crudo, en polvo, la

manteca de cacao, las chocolatinas y los chocolates rellenos. Colombia cuenta con un sistema agroecológico único y excelente material genético para la producción de cacao, ofreciendo atractivas características de sabor y aroma. El país ofrece desde cacao fuerte hasta tipos sutiles de suaves, afrutados, y cacao floral. Además, el cacao se siembra de 0 a 1200 metros sobre el nivel del mar, lo que favorece la variedad de perfiles sensoriales y el porcentaje de grasa en el producto final. (ProColombia,2019).

Entre enero y junio del 2021, las exportaciones de agroalimentos hacía a los Emiratos Árabes Unidos crecieron un 45,1% en comparación con el mismo periodo del año anterior al llegar a los US\$12,4 millones y los principales productos exportados fueron: carne bovina, frutas frescas, café verde, flores y confitería de azúcar. En tanto que las exportaciones de cacao y sus derivados de Colombia a la región Measa superaron US\$1 millón, con un incremento de 97,8%, al tener a Sudáfrica, Mozambique, India y Emiratos Árabes Unidos como los principales compradores. Junto con otros aliados de Colombia como Friogan y Augura, Evok hará presencia en Expo Dubái para potenciar la “Visión 2030”, estrategia definida junto con el Gobierno de Emiratos Árabes Unidos para llegar a mil millones de dólares de intercambio comercial entre ambos países. Allí, bajo el eslogan ‘El ritmo que conecta el futuro’, la participación colombiana estará liderada por una comisión encabezada por Presidencia de la República, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Hacienda, la Cancillería, el Departamento Nacional de Planeación y ProColombia.

Sector cacaoero

Colombia es uno de los productores del mejor cacao del mundo. Es más, el que se produce en Tumaco (Nariño) es considerado uno de los más finos y demandados por la industria del chocolate. La razón es que, al ser sembrado en medio de la selva, los frutos absorben los olores y sabores de la enorme diversidad de árboles y plantas de los alrededores.

Estas propiedades organolépticas y el contexto social que rodea la siembra de este producto llamaron la atención de los franceses, quienes se caracterizan por hacer los mejores chocolates del planeta.

Cacao colombiano, un abanico de sabores y aromas

Hoy en día el mundo puede deleitarse con el gran abanico de sabores y aromas del cacao colombiano, los cuales son producto de la biodiversidad y las condiciones ambientales de las distintas regiones del país.

La siguiente es la caracterización de la producción de cacao en Colombia. Cabe anotar que no todo el cacao de estas regiones cumple con estas características, pero sí sirve como punto de referencia para entender la variedad del cacao producido en el país.

- Córdoba: sabor a cacao con notas dulces, frutos rojos, especias y madera.
- Tolima: cacao medio, con notas dulces, de frutas frescas y nueces.
- Tumaco (Nariño): cacao de sabor fuerte, con notas dulces, frutas frescas y nueces.
- Huila: sabor a cacao, nueces, frutas frescas y notas dulces.
- Arauca: sabor dulce y muy marcado, con notas de nueces y frutos secos.
- Boyacá: perfil con sabor a cacao, frutos secos y nueces.
- Santander: sabor a cacao con notas dulces como la panela y la melaza, frutas secas y tropicales.
- Sierra Nevada (Magdalena): sabor marcado, con notas dulces, de nuez y frutas secas.

Datos de interés socioeconómico de la cadena

En Colombia las zonas de producción de cacao se ubican en zonas económicamente deprimidas (bajos niveles de escolaridad, dificultad en vías de acceso y bajos ingresos) y en muchos casos de difícil orden público (Tumaco, Arauca y Catatumbo). En muchos casos el

cultivo de cacao ha sido usado como alternativa de sustitución de cultivos ilícitos. Los productores poseen en promedio 3 hectáreas, con bajos niveles de tecnificación y productividad, lo cual solo les permite su propio auto sostenimiento. Fedecacao es la institución que agremia a los productores de cacao, administra el Fondo Nacional del Cacao y el Fondo de Estabilización de Precios de Cacao. Interviene en:

- a) Asistencia Técnica y Transferencia de Tecnología, capacitación, escuelas de campo.
- b) Investigación – tiene 7 granjas, desarrolla proyectos de las Convocatorias del MADR, Mejoramiento Genético Participativo, Selección de materiales Regionales, entre otros.
- c) Comercialización - Existen además asociaciones de productores (ej. Aprocasur y Ecocacao), nuevos actores, muy significativos que refuerzan el eslabón de los productores, prestan servicios en comercialización, producción de material vegetal, microcrédito, investigación adaptativa, extensión agrícola, operan y ejecutan proyectos, diligencian y tramitan créditos a los asociados. (ministerio de agricultura)

La oferta exportable del departamento de Nariño se internacionaliza a través de 12 empresas exportadoras, 5 originarias de la región y 7 empresas exportadoras de otras regiones del país, y en especial a través de Sociedades de Comercialización Internacional. 0,29% 0,21% 4,08% 4,19% 2,50% 42,92% 4,25% 21,15% 0,48% 8,59% 8,62% 2,71% Nano S.A.S Agrofilial S.A.S Surcacao S.A.S Artus Global Sas Asociación De Cacaocultores Del Municipio De Los Andes Sotomayor Asociación De Organizaciones Productoras De Cacao De Tumaco Mariana Cocoa Export S.A.S. Gran Colombia Trading Ltda. Corporación De Servicios Y Asistencia Técnica Las Varas Cacao Pacifico S.A Cacao De Colombia S.A.S. Consejo Comunitario Bajo Mira Y Frontera.

Subpartidas arancelarias: 1806900090 los demás chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao; 1801001900 los demás cacaos crudos en grano, entero o partido, 1801002000 cacao tostado en grano, entero o partido, 1803100000 pasta de cacao sin desgrasar, 1801001100 cacao crudo en grano, entero para siembra.

Es importante fortalecer la cadena de valor del cacao con el fin de consolidar cada uno de los eslabones, con la participación de todos los entes involucrados en este sector, tanto públicos como privados. Se requiere un conocimiento exhaustivo de las normas de origen, que permitan aplicar adecuadamente las preferencias arancelarias, que otorgan los TLC's, actualmente vigentes en Colombia y especialmente para las subpartidas relacionadas con el cacao, esto facilita la penetración del producto a estos mercados. (Revista Tendencias Vol. XXII No. 1 – 1er Semestre 2021).

Cacao colombiano de exportación

En 2017 la producción de cacao alcanzó 60.535 toneladas, logrando un récord en producción para el país y un aumento del 6,6% en relación con el 2016, cuando la cifra llegó a 56.785 toneladas. Gracias a este crecimiento, los agricultores colombianos han logrado cumplir con las demandas internas y obtener un excedente que por su alta calidad es apto para la exportación. Según Fedecacao, las ventas de cacao a nivel internacional han aumentado un 520% en los últimos 10 años.

“Hace 10 años, el país exportaba 650 toneladas y en 2017, las ventas externas alcanzaron 11.926 toneladas de cacao en grano. El subsector cacaotero no solo exporta en grano, sino también algunos subproductos, semielaborados y otros elaborados. Si se hiciera la conversión de estos en cacao en grano estaríamos hablando de un total de 24.000 toneladas exportadas”, afirmó Eduard Baquero, presidente de Fedecacao, en entrevista con el diario Portafolio.

El cacao en grano y los productos de chocolatería se constituyen en productos con excelentes oportunidades para su exportación gracias a la creciente demanda internacional de la categoría, a los reconocimientos de calidad recibidos tanto en grano como los productos terminados específicamente en el “Cocoa of excellence” y en los International Chocolate Awards. Adicionalmente, los subproductos derivados del cacao, como la pasta de frutas y las gelatinas envueltas en chocolate oscuro, fruta entera recubierta de chocolate oscuro y barras de chocolate oscuro y chocolate con leche han recibido medallas de plata y oro en los International Chocolate Awards.

Además de estos reconocimientos, algunos productores han empezado a trabajar en la obtención de certificaciones como BASC, Kosher, Fairtrade, HACCP, Rainforest, UTZ y Orgánico, con el objetivo de ofrecer un cacao de calidad gourmet, apto para la generación de productos que cumplen con el sabor y el aroma que prefieren los paladares más exigentes.

Según cifras del Dane, entre enero y octubre de 2018 los principales países compradores de cacao colombiano fueron México con el 28%, Malasia con el 18%, Estados Unidos con el 8,4%, y Canadá y España con el 8,1% cada uno. En su entrevista con el diario Portafolio, Baquero resaltó el caso de Malasia, un país que era gran productor de cacao y actualmente realiza importaciones de cacao colombiano por su calidad superior. “Ellos tienen cerca a uno de los grandes productores a nivel mundial, como lo es Indonesia. Sin embargo, la calidad de nuestro cacao y de la manteca es excelente. El mercado de Malasia ha venido creciendo de una manera importante”, señaló.

La asistencia de los segmentos que conforman el tejido empresarial productor de cacao a las ferias especializadas como Chocoa y el Salón del Chocolate en París, ha permitido que el cacao y la chocolatería colombiana empiecen a posicionarse en el mercado extranjero.

El Cacao Fino de Aroma de Colombia es un producto de exportación cada vez más apetecido por los consumidores alrededor del mundo. Su alta calidad, sumada a su exquisita variedad de sabores y aromas, ha conquistado a los paladares más finos; demostrando una vez más que Colombia ofrece importantes oportunidades de exportación y que, a través del fortalecimiento de las cadenas productivas, es posible ayudar a que los agricultores colombianos mejoren su calidad de vida.

Desde el año 2000 en la política comercial del país se priorizaron estrategias para promover la productividad y competitividad de las regiones y los sectores promisorios en cada una de ellas, como una iniciativa que buscó incrementar las exportaciones y por ende el ingreso de divisas al país, diversificar mercados para las empresas, reactivar el empleo y mejorar la generación de ingresos de los habitantes de un territorio.

En el mercado internacional no compiten únicamente las “empresas exportadoras”, sino las “cadenas de suministro exportadoras”, es decir cada una de las unidades productivas que aportan valor al proceso de producción, transformación y distribución. Un proceso de exportación es la unión de múltiples esfuerzos de cada una de las empresas que se alinean con un eslabón de la cadena de abastecimiento y garantizan la comercialización sostenible a nivel internacional aportando al crecimiento económico.

En el caso específico del cacao, lo representan las organizaciones que dan garantía de una alta calidad en la producción (cacao premio fino y de aroma), beneficio, comercialización de materias primas y transformación. Por su parte, el análisis de las exportaciones del sector cacaotero se inicia con la referencia del proceso exportador a escala mundial, nacional y regional. Fuente: Trademap y Legiscomex, 2018.

Aumentar la producción y la rehabilitación de los cultivos de cacao en Colombia específicamente en el departamento de Nariño - Tumaco, objetivo de este trabajo hará que este

territorio mitigue un poco esas dinámicas que aquejan al municipio, lo cual hace que se pierda ciertas oportunidades económicas, así como otros muchos productos del sector que pueden ser un plus para innovación económica del territorio, aprovechar esa diversidad como beneficios propios, apropiarnos de nuestros recursos harán de este municipio un buen productor y exportador de productos de calidad.

2.3. Marco Legal

Una asociación de tipo no lucrativo es una sociedad de personas de derecho privado, cuyo objeto social en ningún caso puede ser lucrativo. Las Entidades Sin Ánimo de Lucro son personas jurídicas que se constituyen por la voluntad de asociación o creación de una o más personas (naturales o jurídicas) para realizar actividades en beneficio de asociados, terceras personas o comunidad en general. Una asociación de tipo no lucrativo es un agrupamiento de al menos dos o tres personas, que deciden poner recursos económicos y materiales en común, con el fin de ejercer una actividad cuyo objetivo principal no es el enriquecimiento personal.

El carácter desinteresado de la actividad, impide la distribución de beneficios a los asociados, ni aún en caso de disolución, aunque no implica obligatoriamente que la actividad sea no comercial, o que la misma tenga que ser deficitaria. El objeto de la asociación bien puede ser comercial (como, por ejemplo, distribución de productos al minoreo, distribución de productos surgidos de un comercio justo, etc.; por otra parte, los beneficios que se obtengan pueden ser reinvertidos en la propia actividad a efectos de mejor desarrollarla).

La diferencia entre una asociación de tipo no lucrativo y una organización de tipo no lucrativo es mínima o nula, aunque a veces, ellas se distinguen por ser la primera un agrupamiento de personas, y a segunda un agrupamiento de instituciones. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_sin_%C3%A1nimo_de_lucro

Partida Arancelaria del producto

Partida: 18.01 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado

- -Crudo

 - 1801.00.11.00 --Para siembra

18 cacao y sus preparaciones

- Subcapítulo: No aplica

 - . Partida: 18.01 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado

 - Crudo

 - 1801.00.19.00 --Los demás

TLC y/o acuerdos comerciales vigentes entre Colombia y los Países a exportar (Clientes País destino). Estos acuerdos comerciales entre países, regional o bilateral, consiste en facilitar el comercio a través del establecimiento de condiciones más favorables para el intercambio de bienes y servicios. Su principal característica es la eliminación o disminución en las tasas arancelarias que favorezcan y que faciliten el ejercicio de exportación entre los países y por ende el desarrollo de sus economías. Este acuerdo comercial que tiene Colombia con los países de México, El Salvador, Guatemala y Honduras, Comunidad Andina (CAN), Comunidad del Caribe (CARICOM), Chile, Estados AELC (EFTA), Canadá, Estados Unidos, MERCOSUR, Venezuela, Cuba, Unión Europea, Alianza del Pacífico, Costa Rica, Corea del Sur, Nicaragua, Israel, le permite a los exportadores aprovechar las condiciones favorables de comercio para que sus productos lleguen a más mercados internacionales. Además de aquellos que se encuentran en proceso con países como Japón y Reino Unido.

Proceso de exportación de Cacao en grano o procesado:

Las exportaciones deben realizarse y facturarse desde una empresa colombiana, que esté debidamente habilitada como exportadora ante la DIAN (en el RUT) y que cuente con resolución de facturación. Si se trata de cacao en grano se deberá previamente realizar el pago de la Cuota de fomento Cacaotero, el Ministerio de Agricultura señalará semestralmente antes del 30 de junio y 31 de diciembre de cada año, el valor del kilogramo del producto respectivo a nivel nacional o regional, con base en el cual se hará la liquidación de cada cuota de fomento durante el semestre inmediatamente siguiente.

Verificar los Vistos buenos de la exportación de su producto: Certificado fitosanitario del ICA según corresponda, contar con los Requisitos sanitarios de alimentos y materias primas de alimentos. Certificado de inspección sanitaria del INVIMA. En caso de ya contar con requisitos sanitarios acordados entre Colombia y el país destino de exportación, el interesado debe realizar el trámite de Certificado Sanitario para Exportación directamente ante el INVIMA a través del sistema informático SIVICOS, y procedimientos establecidos por dicha entidad. Este certificado sanitario para exportación será emitido directamente por la oficina del INVIMA en el puerto de salida y contará con las firmas de los inspectores sanitarios del ICA e INVIMA del lugar de embarque (Procolombia).

Los certificados y vistos buenos adicionales, empaque, embalaje y otros, para productos alimenticios se deben contemplar de acuerdo con los requerimientos exigidos por el País de destino con los que Colombia tiene tratados y acuerdos vigentes.

Calidad

El mayor atractivo del cacao colombiano en los mercados internacionales es su distinción “fino de aroma”, la cual fue otorgada por el International Cocoa Organization (ICCO). Esto, sumado a la posibilidad de que en el futuro haya un déficit mundial de este

producto debido a su creciente consumo en Asia, principalmente en China, abre las oportunidades para un sector que ha venido creciendo en área y producción durante los últimos años y que, además, ha ganado reconocimiento en el exterior.

Fino de aroma es una clasificación de la Organización Internacional del Cacao (ICCO) que describe un cacao de exquisito aroma y sabor. Este tipo de cacao representa entre el 6% y 7% de la producción global. En Colombia, Ecuador, Venezuela y Perú se produce el 76% del cacao fino de aroma del mundo. Aromas y sabores frutales, florales, de nueces y de malta son las características del cacao fino de aroma que lo diferencia de los demás en el mundo. Al ser fino de aroma, el cacao colombiano tiene mayores oportunidades de exportación en mercados europeos, como el alemán, el francés y el belga, cuyos consumidores valoran las buenas condiciones para quienes trabajan en los cultivos, el llamado comercio justo. Otros países con oportunidad son: Estados Unidos, Rusia, Turquía, Emiratos Árabes Unidos, Japón, Canadá, Argentina, Chile y Corea del Sur.

¿Qué requisitos debe tener en cuenta el empresario para vender en el extranjero?

- La preferencia de los consumidores de cacao cultivado de manera responsable ha crecido considerablemente, ya que la preocupación por la sostenibilidad es cada vez más importante en el mercado.
- Las cuatro principales certificaciones requeridas por el mercado internacional para el cacao son: **Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ y Orgánico.**
- Estos requisitos se vuelven más importantes cuando se trata de vender cacao a compradores especializados. En esta medida, es clave que la empresa comunique sus esfuerzos de comercio justo y responsabilidad social.
- Es importante que el cacao fino de aroma cuente con los cuidados apropiados en el cultivo, para que mantenga las propiedades de sabor que lo distinguen frente al cacao común.

- Las ferias especializadas, como El Salón del Chocolate en París, son clave para conseguir compradores. Los expositores de esta feria se dedican a la fabricación de productos a partir de chocolates especiales.
- La preferencia por el consumo de productos orgánicos ha entrado al mundo del chocolate. Tanto las grandes marcas como los chocolateros especializados están incluyendo líneas orgánicas dentro de sus productos. En esta medida, tener una producción orgánica de cacao fino de aroma es una oportunidad para un nicho en aumento en los principales mercados de Europa.

Consumidores con alto poder adquisitivo

El cacao fino de aroma lo compran los chocolateros gourmet quienes venden su producto a segmentos altos y a clientes con gran poder adquisitivo, quienes además tienen un gran sentido por la responsabilidad social. Esta característica permite que se valore el producto y que se pague inclusive por encima de los precios en bolsa, gracias a su calidad, distinguiéndose entre el cacao africano.

Además, este tipo de consumidores por lo general no buscan grandes volúmenes, pero sí que el cacao cuente con excelentes características organolépticas. En Colombia se cultiva principalmente el cacao criollo, que es un grano de cáscara fina, suave y muy aromático. Este es reconocido por ser de gran calidad, exclusivo para la elaboración de chocolates finos por su punto de acidez y equilibrio.

Colombia compite en esta variedad principalmente con Venezuela, Ecuador, Perú, República Dominicana y Panamá. El cacao criollo es altamente demandado en Europa.

Vale la pena destacar que el cacao fino de aroma es adquirido por sus atributos en los mercados extranjeros; no contar con una certificación no impide que se pueda comercializar

internacionalmente. Aun así, las certificaciones le dan un valor agregado al cacao que se traduce en un precio más alto de venta.

Entre más especiales sean las características del cacao mayor es su precio. Los precios de la bolsa son una referencia para establecer el valor de venta del cacao, ya que este es un commodity, para el fino de aroma estos sirven de base y entre más especiales sean sus propiedades más se valoriza.

En la mayoría de los casos el precio de venta de este cacao se negocia directamente entre el importador y el productor, de acuerdo con el origen del producto, su sabor y demás cualidades.

Aspectos para un cacao de calidad

La selección de los granos debe ser minuciosa, al igual que su limpieza. Después del secado se deben eliminar todos los cuerpos extraños, granos quebrados, pizarrosos, mohosos y el polvo, dejando los mejores granos. El grano de alta calidad debe ser entero y pesar 1 gramo, además de estar libre de olores anormales, insectos, pesticidas y partes de cáscaras.

Para la elaboración de chocolate, el proceso de fermentación y tostado del cacao es esencial para darle el sabor característico a este producto. Las cosechas deben tener control de plagas, estar preferiblemente cultivadas bajo sombra para potenciar la calidad y la fermentación debe ser monitoreada regularmente. Estos factores son determinantes para conseguir la calidad, el sabor y el aroma del chocolate. Fuente: ProColombia. Octubre 2016.

2.4. Marco Conceptual

Dentro de los elementos que apalancan el proceso productivo del cacao es la implementación de la Política de Desarrollo Agrario Integral, que se formuló con el fin de superar la desigualdad y pobreza de los habitantes rurales, a partir de la restitución de tierras;

oportunidades de desarrollo dentro de las Oferta exportable del cacao del Departamento de Nariño, actividades legales, disminución de la brecha de desigualdad; mejoras en infraestructura vial, mejoras en la capacidad instalada en educación y salud, apoyo económico al campesino con acceso a créditos, capacitación y tecnificación del campo, apoyo comercial y protección social (Cancillería de Colombia, 2016).

De otra parte, es importante resaltar la entrada en vigor desde el año 2013 del Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Perú y la Unión Europea, dicho acuerdo permite el tránsito de bienes y servicios con preferencias arancelarias entre los países andinos y los diferentes países que conforman la Unión Europea generando de esta manera crecimiento económico y más oportunidades de trabajo, los productos relacionados con cacao tienen diferentes tipos de desgravación que van desde la desgravación inmediata hasta la desgravación en tiempo distribuida en seis partes iguales. Fuente: (Ministerio de comercio, industria y turismo – MINCIT, 2019).

Exportaciones

Con la revisión de información secundaria y con las estadísticas presentadas en cada declaración de exportación reportada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y la posterior consolidación de información en relación con comercio exterior que presentan sistemas de información como Trademap y Legiscomex. Se identificó que el departamento de Nariño exportó cinco (5) subpartidas arancelarias relacionadas con el cacao en el periodo comprendido entre el año 2010 a 2018, así como, la oferta exportable del cacao, las regiones productivas y las principales empresas exportadoras.

Los principales productores también son los mayores exportadores. Como se puede evidenciar con los datos cuantitativos enunciados, factores como el cambio en los gustos y preferencias de los consumidores, así como el incremento de los ingresos personales en varias economías que se encuentran en crecimiento como China e India, han impulsado un importante consumo mundial de chocolate.

Capítulo 3

Marco Metodológico

3. Marco Metodológico

3.1. Metodología

Se hace necesario obtener la información de las organizaciones de productores de cacao de Tumaco representada por la Organización Chocolate Tumaco, en esta fase se determinó la cantidad de productores y su capacidad de producción, de cómo comercializan y con qué canal están logrando realizar las exportaciones, y obtener la información pertinente para el cumplimiento de los objetivos de la investigación. Se ejecutó la etapa de recolección de información a través de su gerencia y dirección administrativa, para recolectar la información se hizo la implementación de la herramienta tipo encuesta y entrevista.

La investigación del proyecto se orientó con un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, la recopilación de la información primaria nos sirvió como bases para el desarrollo del proyecto, luego una segunda fase se gestionó la información necesaria de fuentes secundarias para recopilar, registrar, analizar toda la información, y generar los datos relevantes encontrados en la investigación para su respectivo análisis.

La Indagación generó datos cuantitativos y cualitativos que muestra todos esos aspectos y criterios en las dinámicas del sector trabajado, datos numéricos, entrevistas, revisión de tesis, documentos, grupos de discusión, entre otros, toda esa información que nos describan el problema, lo que nos permitió generar técnicas mucho más aproximadas a lo que queríamos lograr y desarrollar. En este trabajo además se requirió caracterizar e identificar las expectativas y las experiencias en general en cuanto a las prácticas de cultivo, producción y transformación del cacao y a la viabilidad de lograr mejorar procesos para la exportación.

3.2. Diseño de la Investigación

Esta investigación es cualitativa y cuantitativa, en un primer plano descriptiva en donde se muestran todos esos aspectos inmediatos de las dinámicas del sector trabajado, datos numéricos, entrevistas, revisión de tesis, documentos, grupos de discusión, entre otros, toda esa información que nos describan el problema, esta metodología es más inductiva la cual nos generó muchas perspectivas del sector trabajado. La cuantitativa es más acentuada a la realidad, nos permitió generar técnicas mucho más aproximadas a lo que queremos lograr y desarrollar. Para este proyecto y para la recolección de resultados, enfocada a la producción del cacao y a la exportación de este, y que tan viable resulta.

3.3. Población

Se realizó una indagación con la Organización Chocolate Tumaco conformada por los 7 consejos comunitarios, que funciona legalmente bajo el nombre organizaciones productoras de cacao de Tumaco “Chocolate Tumaco” y a través de su representante legal, su gerente, por medio del cual se obtuvo la información principal; esta fue un apoyo fundamental para la investigación, la organización que representa además, se encarga de asegurar la comercialización del producto y regular los precios en el mercado local. Se encargan también de la compra del grano de los cultivadores del pacífico colombiano y otras regiones del País. usando una encuesta la cual recogerá información primaria de las organizaciones y/o consejos comunitarios de Caunapi, Rosario, Tablón Dulce, Tablón Salado, Chagüi, Acapa, las Varas y las 2 organizaciones de productores Palmasur Sat y Corpoteva. del sector cacaotero, la cual está compuesta de 16 preguntas.

3.4. Fuentes de recolección de la información

Se usaron fuentes primarias y secundarias las cuales nos aportarán la información pertinente para el desarrollo de la misma, se optará por buscar libros como “Las Aduanas y el Comercio Internacional” y “Exportar con Éxito”, Revisión de bases de datos de la Fundación Universitaria Del Área Andina, ICA, DANE, minagricultura, fedecacao, estadísticas que se encuentren en Procolombia, Bancóldex, Legiscomex, trademap y medios conocidos como Portafolio, Dinero sienten estas fuentes confiables para este tipo de investigación.

3.5. Técnicas de recolección de la información

Las técnicas empleadas para la recolección de la información en esta investigación -y elaboración del plan exportador se desarrolló con el diseño de un documento, se elaboró y se completó un cuestionario de 16 preguntas para entrevista, consultas virtuales en las otras fuentes ya citadas, observación directa e indirecta y con el uso de registro fotográfico - audiovisual. Este cuestionario fue aplicado y desarrollado mediante entrevista grabada al representante legal y gerente de la organización Chocolate Tumaco, también se obtuvo información relevante que posee Procolombia, siendo esta la encargada de promover las exportaciones a través de la identificación de mercados internacionales y su modelo de vitrina comercial como estrategia para acercar y relacionar empresarios al mercado internacional.

3.6. Proceso para la recolección de la información

Se obtuvo de fuente primaria, mediante la entrevista que se realizó de manera informada, autorizada y grabada al gerente general de la organización chocolate Tumaco Sr. Hermes Klinger. Se consultó fuentes secundarias como tesis ya realizadas, publicaciones y estadísticas de páginas oficiales como legiscomex, MARO, Procolombia, <https://www.tlc.gov.co> - Trade Map - Santander Trade que se adjunta al documento principal

3.7. Proceso y análisis de la información

Este proceso se llevó a cabo a través de una recolección de información, que se realizó con el fin de estudiar y entender la realidad, para posteriormente proceder a la elaboración del plan exportador partiendo de conocimientos ya planteados, analizando la información con el propósito de asegurar su veracidad, a su vez certificando su actualidad, utilizando herramientas - matrices en excel para el debido registro y cálculo numérico de la información obtenida, todas están cuentan con una con parámetros y mecanismos que ayudan en el proceso de cálculo, análisis y compilación de la información, así mismo utilizando los resultados de este análisis como una base sólida para el desarrollo del trabajo.

Capítulo 4

Resultado, Análisis y Discusión de la Información

4. Resultados, Análisis y discusión

4.1. Antecedentes y estructura de la organización Chocolate Tumaco

4.1.1. Razón social, Ubicación, Misión, Objetivos y Metas

Chocolate Tumaco es una organización sin ánimo de lucro, creada el 30 de octubre de 2013 bajo el nombre de organizaciones productoras de cacao de Tumaco "CHOCOLATE TUMACO". con Nit: NIT: 900.670.223-4

La asociación está conformada por 7 consejos comunitarios (Caunapi, Rosario, Tablón Dulce, Tablón Salado, Chagüi, Acapa y Las Varas) y 2 organizaciones de productores (Palmasur Sat y Corpoteva).



Imagen tomada de: página web Chocolate Tumaco, presentación de nuestros socios.

Teniendo en cuenta las necesidades de la región se crea una empresa comunitaria asociativa con capacidad de absorber gran parte de la producción del cacao, Asegurando la comercialización del producto, regular los precios en el mercado local, mejorar los ingresos al productor y sostener la calidad del cacao de Tumaco. Somos una asociación cuyo fin es comprar el grano de cacao a los cultivadores del pacífico colombiano y otras regiones del país.

Misión

“Nuestra misión es comercializar cacao en grano seco, chocolatería y sus derivados provenientes de los productores del pacífico colombiano, para satisfacer las necesidades del mercado nacional e internacional, promoviendo el respeto por la comunidad, el medio ambiente, los colaboradores, y la sostenibilidad económica de la región.

El municipio de Tumaco Nariño, al sur de Colombia, posee muchas potencialidades, su posición estratégica cerca del mar, su altura y su ubicación privilegiada unidas a un clima tropical le permiten tener productos de la mayor calidad.

Estamos conformados por los consejos comunitarios: Unión Río Rosario, Rescate las Varas, Tablón Dulce, Tablón Salado, Caunapi, Acapa y Chagüi y las organizaciones de productores: Palmasur Sat y Corpoteva, para la comercialización de cacao denominada CHOCOLATE TUMACO desarrollando acciones para impulsar la gestión y establecimiento de acuerdos comerciales de cacao, con empresas nacionales e internacionales, realizando acompañamiento a los más de 5000 productores de la región, que venden el cacao en grano a la empresa, esto para promover el abastecimiento de los volúmenes de producción, para garantizar el proceso de compra y venta de cacao a nivel regional, nacional y exportaciones, se cuenta con el sello de certificación UTZ para lograr la búsqueda de nichos de mercados especiales que garanticen mejores precios para la empresa y el productor.

Los agricultores del municipio de Tumaco están asentados en pequeños núcleos poblacionales donde realizan actividades tradicionales de tipo extractivo y de subsistencia tales como el cultivo de cacao, plátano, coco, maderables, maíz, yuca, frutales, pesca, entre otros, con mínimas labores culturales y de manejo.

En las comunidades campesinas el cacao es una actividad ancestral, arraigado en la cultura y el diario vivir de las comunidades, cultivado dentro de un sistema de policultivo,

específicamente en el espacio como huerto mixto con gran diversidad de especies y estratos arbóreos. El cacao como cultivo generalmente es asociado con plátano como sombrío transitorio, y coco, cítrico, chontaduro, cedro y laurel, como diferentes alternativas de sombrío permanente.

El cacao es uno de los principales cultivos de las parcelas agroforestales en la Costa Pacífica Nariñense, con cerca de 5970 productores, un área de 14440 Hectáreas, que corresponde al 11.5% de área total del país, con un rendimiento aproximado de 200 kg/ha/año. Este dato es una de las referencias para dirigir los esfuerzos tendientes a mejorar las condiciones socioeconómicas de la población involucrada en la actividad CACAOTERA”.

Fuente: página web Chocolate Tumaco

Ubicación:

San Andrés de Tumaco - Calle del Comercio Casa 43 Nariño Colombia - Sur América.

Contáctenos

+ (57)(2) 727 49 72

+ (57) 316 433 5127

chocotumaco@gmail.com

4.1.2. Portafolio de negocios

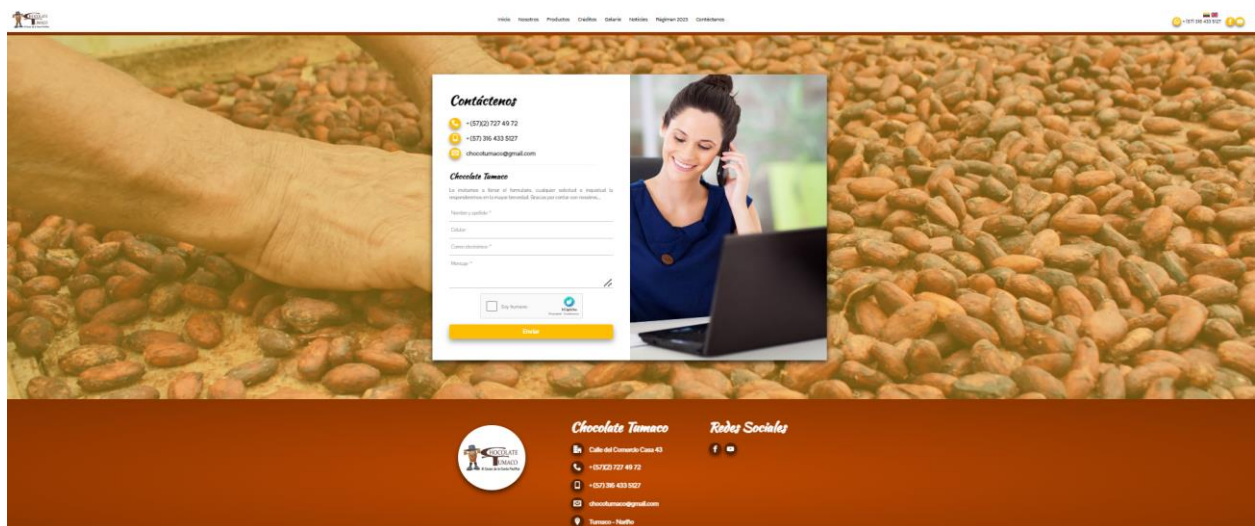
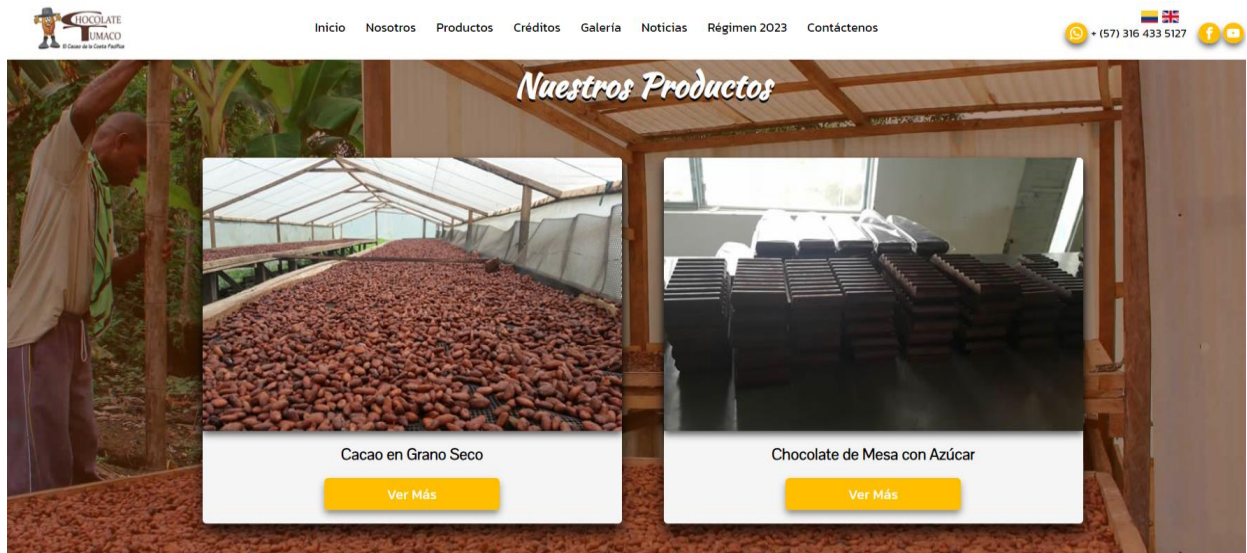


Imagen tomada de: página web Chocolate Tumaco, presentación de nuestros productos.

4.1.3. Organización actual y equipo directivo;

- Gerente general - Profesional en Administración de Empresas, candidato a Máster en Negocios Internacionales, también tiene conocimientos empíricos y herencia de saberes.
- Auxiliar administrativo: Técnico en Comercio Exterior
- Captadores y expertos de sabor y calidad son representantes de los consejos que componen la organización: Técnicos en Producción con capacitación SENA - ICA, con conocimientos empíricos y herencia de saberes.

- Cultivadores, cosechadores, producción. Técnicos en Producción - capacitación SENA - ICA, con conocimientos empíricos y herencia de saberes.

4.2. El producto



Imagen tomada de: página web Chocolate Tumaco, nuestro producto exportable.

4.2.1. Descripción del Producto

El cacao colombiano de la región de Tumaco, es un producto ampliado, es esencial; el cacao como producto alimenticio entre otros, cumple la función básica y sule la necesidad y requerimiento de los clientes y consumidores. El cacao cuenta con un empaque (saco), sus características y especificaciones se encuentran identificados mediante su etiqueta, fecha de producción y vencimiento, instrucciones de uso, y datos nutricionales, cuenta además con un

código QR, que facilita al comprador obtener una experiencia más real de algunos procesos naturales que se dan en la producción del producto empaçado, adquiere más información sobre el producto que está comprando; Características especiales del producto, sus beneficios, País de procedencia, ciudad, cultivo, región,, recetas originarias del País importado y algunos procesos de su producción, esto hace que el producto tenga un servicio adicional, a la calidad que se suministra en su promesa comercial.

El cacao en grano se clasifica como:

Un producto Tangible, es de consumo alimentario, es natural se deriva de cultivos de árboles de cacao, se considera semiduradero si bien está dentro de la categoría de consumo inmediato, transformado tiene una vida útil de 2 años, el nivel de tecnología es básico, es cultivado por campesinos de manera artesanal y la tecnología necesaria es mínima. El cacao se ha posicionado como un producto globalizado, ha aumentado la demanda a nivel mundial abriendo nuevos mercados.

El cacao es original, los suelos y el clima tropical de Tumaco lo hacen destacar frente a los competidores. Producto Exportable como mercancía general por su empaque y embalaje. Este producto posee características especiales. La expectativa de beneficio es real. El cacao es un producto asequible en cuanto el costo para la mayoría de los mercados de todo el mundo.

4.2.2. Usos de producto

Una vez teniendo el producto final que es el chocolate, puede ser usado industrialmente para elaborar confitería, en la industria farmacéutica y en la industria cosmética para fabricar productos como labiales, cremas humectantes, jabones, champús entre otros y productos alimenticios a base de cacao, se puede consumir directamente en diferentes preparaciones y/o

utilizar para hacer helados, pasteles, dulces, chocolate caliente y muchas otras recetas deliciosas.

El cacao es un alimento calórico que aporta importantes nutrientes, como la fibra que ayuda a regular el tránsito intestinal. También ayuda a regular la presión arterial y el colesterol.

4.2.3. Características



Del árbol de cacao, el fruto del de este es cacao, *Theobroma cacao* L., denominado comúnmente mazorca, consiste en una cáscara relativamente gruesa que encierra un número muy diverso de semillas, entre 20 y 50, dispuestas normalmente en cinco hileras y sumergidas en una pulpa mucilaginosa de color blanco y sabor azucarado (Braudeau, 1970).

Su uso se remonta a la época de los mayas, aztecas e incas, y desde entonces se ha usado tanto para fines nutricionales como médicos.

Los Estándares Internacionales requieren que el cacao de calidad negociable sea fermentado, completamente seco, libre de granos con olor a humo y otros olores anormales, y de evidencia de adulteración, debe encontrarse libre de insectos vivos, de granos partidos, fragmentos, partes de cáscara.

4.2.4. Ficha Técnica

Nombre común	CACAO EN GRANO SECO		
Nombre científico.	(Theobroma cacao)		
Descripción del producto	Semilla completa y fermentada de la especie Theobroma cacao, limpia y seca, no contiene conservantes ni saborizantes.		
Requisitos normativos	Cumplir con los requisitos establecidos en la normativa Norma Técnica Colombiana NTC 1252. CACAO EN GRANO.		
Requisitos generales	El cacao en grano debe estar adecuadamente fermentado, seco y exento de olores extraños, libre de infestación por insectos, libre de granos múltiples y almendras partidas. Debe tener un tamaño uniforme, solo un 12 % de los granos puede desviarse un 33% del peso promedio.		
Características Organolépticas.	COLOR.	Almendra del cacao de color marrón y oscuro, característico (Debido a que el producto es natural), el color puede presentar variaciones de acuerdo a las condiciones climáticas, de cosecha y secado.	
	AROMA	Característicos del cacao, no presenta aromas extraños.	
	SABOR.	Característicos del cacao, no presenta sabores extraños.	
Requisitos específicos	REQUISITO	CORRIENTE	PREMIUM
	Humedad (%)	7.5	7
	Índice de grano	1,1	1,2
	Granos fermentados (%)	60	75
	Granos violetas (%)	20	15
	Granos pizarrosos (%)	7	4
	Granos moho interno (%)	3	2
	Granos dañados por insectos (%)	4	2
	Granos defectuosos (%)	1	0
	Granos germinados (%)	5	3
	Granos pasilla (%)	3	1

	Grano múltiple (%)	1	0,5
	Material extraño (%)	1	0,5
	Total impurezas (%)	2,5	1,5
Vida útil	6 meses		
Empaque y rotulado	El cacao tipo exportación se empaqa en costales de primer uso, limpios y con peso por saco de 60 kilos. El cacao de uso nacional se empaqa en costales limpios y peso es de 50 kilos. El rotulado será de acuerdo a las exigencias del cliente.		
Condiciones de almacenamiento	Almacenar en lugares frescos, secos, ventilados, bajo techo, y en plataformas de madera, vida útil 2 años, a temperatura de 18°C		
IMAGEN: CACAO CORRIENTE.			
IMAGEN: CACAO PREMIUM			

Ficha técnica: Elaboración propia a partir de la información suministrada por la organización.

4.2.5. Costos de Producción del Producto

El precio sugerido por la organización para la negociación y distribución en el mercado nacional es de \$5.000 por el kilo para distribución en sacos de 50 kilos. (noviembre de 2022) Fecha en que fue suministrada la información por la organización.

Valores actuales sugeridos por FEDECACAO:



Fuente: www.fedecacao.com.co

Nota aclaratoria: El precio de cacao publicado de manera semanal por FEDECACAO corresponde al precio promedio de compra en la región de Santander a través de los puntos de compra establecidos. Para la consulta del precio promedio nacional, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural pública de manera semanal el precio de referencia de la Industria, FEDECACAO y los exportadores a través del siguiente Link: **Precio de referencia semanal de compra de cacao - Fuente Industria - FEDECACAO - Exportadores**

Colombia es un país tomador de precios y no formador de los mismos, y en el cacao, así como el petróleo, el café y otros productos, se toman los precios determinados por la cotización de la bolsa de Nueva York o Londres y el comportamiento del dólar. Por lo tanto, el precio interno está sujeto a las volatilidades presentadas dada la ley de oferta y demanda de




este producto a nivel mundial, así como los precios del grano puesto en puerto, más la especulación propia del mercado.

Fuente: www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Precio-de-referencia-semanal-de-compra-de-cacao---Fuente-Industria.aspx.

4.2.6. Posición arancelaria

Figura. Subpartida Arancelaria para Cacao en grano

Perfil de la mercancía

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	1801.00.19.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Cacao y sus preparaciones Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado. - Crudo: - - Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

Nota: Tabla que muestra la numeración arancelaria en conjunto con su descripción y unidad física, obtenida de la dirección de aduanas e impuestos nacionales DIAN.

4.2.7. Riesgos y desafíos

Rango de fluctuación de precios del producto Alemania.

La sobreproducción de dos de los mayores productores de cacao del mundo, Costa de Marfil y Ghana, puso en la mira a América Latina.

Los productores de cacao latinoamericanos vieron de reojo y desde la distancia las acciones emprendidas por los dos mayores productores de cacao del mundo: Costa de Marfil y Ghana. Hace unas semanas, sus productores llevaron a cabo protestas ya que la industria se

negó a comprar su grano a un precio que incluye un impuesto que mejora la calidad de vida de las familias que trabajan en el área.

Esta iniciativa, creada en 2019, pretende lidiar con la pobreza de los agricultores con una prima fija de “ingreso de vida” a las ventas de cacao. No obstante, ante la negativa de la industria a hacerse cargo de la misma, los productores se vieron obligados a compensar esta prima reduciendo otras partes del precio de venta del grano de cacao que se acumulaba en los campos. "Costa de Marfil y Ghana, con el 65% de la producción mundial, todavía deben asumir precios; si fueran el 90% no tendrían que ser los que asumen los precios," recordó Michel Arrion, director de la Organización Internacional del Cacao (ICCO) en el marco de una conferencia sobre cacao sostenible, que se llevó a cabo a finales de febrero. Fuente: NWNoticias.com.

4.2.8. Beneficio tangible para la empresa: ¿Por qué exportar?

Actualmente, el cacao domina el tercer lugar después del azúcar y el café en el mercado de materias primas y su cultivo ha crecido aproximadamente 2,9% en los últimos 10 años. El volumen de las exportaciones del grano se ha ubicado en aproximadamente 3,5 millones de toneladas anuales en donde Europa y Asia se han caracterizado por ser los mayores procesadores de este.

De acuerdo a la entidad encargada de promover el Turismo, la inversión extranjera en Colombia (ProColombia), el país cuenta con 2 millones de hectáreas aptas para el desarrollo de cultivos de cacao. Con una posición geográfica estratégica y su ubicación tropical, el territorio nacional se beneficia de luminosidad permanente y disponibilidad de recursos idóneos para la siembra.

Oportunidades de exportar cacao colombiano en el mercado global

El cacao se ha convertido en parte importante de la canasta exportadora colombiana.

Con este bien, el país ha llegado a destinos como Estados Unidos, México y Canadá, entre muchos otros, y se han preparado los chocolates más exquisitos y de mayor calidad del mundo. Por esto, se identificó que hay un panorama prometedor para la exportación de cacao en Colombia dentro del mercado internacional.

De hecho, el 2022 fue un año positivo para las ventas del cacao y sus derivados. Las exportaciones de este bien pasaron de US\$ FOB 125,3 millones en el 2021 a US\$ FOB 131,1 millones en ventas durante el 2022. Además, según datos del DANE, entre enero y abril del 2023 ya fueron exportadas 8.884 toneladas métricas y se han alcanzado ventas por US\$ FOB 39,2 millones.

Ventajas competitivas del cacao colombiano

El producto estudiado cuenta con una gran perspectiva comercial en el mercado, tiene una alta demanda nacional e internacional, se encuentra en una industria que necesita el cacao sin importar los cambios ya que tiene muchos usos y su demanda es cada vez mayor, utilizándolos en nuevos productos como, productos de limpieza y/o belleza; y genera rentabilidad y beneficios para ambas partes, tanto para el comprador como para el vendedor. Por lo que la Organización Chocolate Tumaco se verá beneficiada en caso de lograr obtener los requerimientos del mercado en estudio y llevar a cabo este plan exportador debido a que la demanda del producto tiene una proyección positiva permitiendo una apertura económica en un mercado que ha sido reseñado como un poco complejo para la organización.

Colombia es uno de los productores del mejor cacao del mundo. El que se produce en Tumaco (Nariño) es considerado uno de los más finos y demandados por la industria del chocolate. La

razón es que, al ser sembrado en medio de la selva, los frutos absorben los olores y sabores de la enorme diversidad de árboles y plantas de los alrededores.

El cacao colombiano en los mercados internacionales es considerado 100% fino y de aroma. Actualmente Tumaco produce el 5 % del total de la producción del País, es muy apetecido por la industria chocolatera europea quienes lo utilizan para la elaboración chocolatería y dulces finos, y otros productos como cocoas, coberturas, dulces, caramelos, reposterías, bebidas alcohólicas, perfumes, etc.

Además, sobre el ingreso de Colombia como país exportador, Michel Arrion, director ejecutivo de ICCO afirmó:

“Colombia ingresa como uno de los 10 productores más importantes de cacao en el mundo. Pero no todo es cuestión de volúmenes, de cantidades, también es una cuestión de calidad, porque Colombia está produciendo uno de los mejores cacaos del mundo, y principalmente la gran mayoría de la producción del país es fina de sabor y aroma”.

Destinos prometedores

Entre los destinos más prometedores para exportar cacao colombiano se encuentran Países Bajos y Alemania. Estos fueron reconocidos, en el 2021, como unos de los principales países consumidores de cacao en el mundo y hacen parte del grupo de los países importadores dentro de la ICCO.

Otro destino que se destaca es Estados Unidos, ya que también hace parte de los países con mayor demanda del cacao y tiene fuertes lazos comerciales con Colombia. Finalmente, Suiza, al ser uno de los lugares del mundo que más ha sido reconocido por la calidad de sus chocolates y siendo miembro importador de la ICCO, es un destino atractivo al que exportadores

colombianos que deseen alcanzar los mercados más sofisticados en el mundo pueden aspirar a llegar. Fuente: colombiatrader.com.co

4.2.9. Matriz DOFA Organización Chocolate Tumaco

MATRIZ DOFA							
FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	DEBILIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Es un producto que tiene alta demanda nacional e internacional	25%	4	1,00	Apenas cubren sus gastos con sus ingresos al ser sin ánimo de lucro	25%	4	1,00
Se ubica en una industria que necesita del cacao sin importar cambios, ya que tiene muchísimos usos	10%	1	0,10	Los trabajadores serán recompensados con un pago mínimo	18%	2	0,36
Su demanda aumenta cada vez más utilizándolos en nuevos productos, como productos de aseo y/o belleza	25%	4	1,00	Vulnerabilidad en presupuesto	22%	3	0,66
Funciona como tratamiento para piel u otros tratamientos	20%	3	0,60	Dificultad para establecer relaciones comerciales estables con proveedores	25%	4	1,00
Gran adaptabilidad de porcentaje de cacao al convertirlo en pasta	20%	3	0,60	Ubicación poco comercial	10%	1	0,10
TOTAL	100%	2	3,30	TOTAL	100%		3,12
OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Ayudas gubernamentales	20%	3	0,60	Posible contaminación durante el proceso	20%	3	0,60
Alianzas con empresas comerciales u ONG	30%	4	1,20	Numerosas empresas que comercializan cacao, alta competencia	20%	4	0,80
Ganancias por ambos lados, tanto del comprador como del vendedor	16%	2	0,32	El virus CSSV llamado "cacao swollen shoot virus" infecta los árboles de cacao, provocando una enfermedad en el árbol del cacao	25%	4	1,00
Hay muchas subvenciones que	20%	3	0,60	Vulnerables a Crisis	20%	3	0,60

se ofrecen				económicas			
Producción eficaz por experiencia	14%	2	0,28	Cambios en el clima que afectan la producción	15%	2	0,30
TOTAL	100%		3,00	TOTAL	100%		3,30

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Inteligencia de mercados

Contando con la disponibilidad de la información en las diferentes plataformas y páginas oficiales locales e internacionales donde se puede obtener información relevante, como política, comercial, y en general de los países que desarrollan comercio internacional, permitió obtener información importante en aspectos fundamentales de los países preseleccionados, datos como: Destino actual de la exportaciones colombianas del producto en estudio, afinidad cultural y comercial, preferencias, aranceles, países competidores, disponibilidad de transporte etc.

Con esta información se pudo avanzar en una investigación más a fondo y desarrollar una preselección adecuada para la exportación del producto.

4.3.1. Preselección de países: (Matriz de preselección de país)

Países Importadores	Países Exportadores	País Exportador Colombia	Socios Colombianos	Países para Investigación posibles exportaciones
Holanda	Costa de Marfil	México	México	Holanda
Usa	Ghana	Bélgica	Usa	Alemania
Alemania	Ecuador	Estonia	Venezuela	Malasia
Malasia	Bélgica	USA	Corea	Bélgica
Bélgica	Camerún	Argentina	Unión Europea	Indonesia
Indonesia	Nigeria	Holanda	Alianza del Pacifico	
Francia	Holanda	Alemania	Mercosur	
Italia	Malasia	Malasia	Caricom	
Turquía	República Dominicana	Reino Unido	Efta	
Canadá	Perú	Italia	Can	
España	Uganda	Japón	Israel	
Singapur	Papúa Nueva Guinea	Indonesia	Canadá	
Inglaterra	Guinea	Suiza	Chile	

Rusia	República Democrática del Congo	Francia	El salvador, Guatemala Honduras	
Suiza	Indonesia	Rep. Checa	Costa Rica	
Brasil	Estonia	España		
Japón	Sierra Leona	Rusia		
Austria	Liberia	China		
Bulgaria	Alemania	Canadá		
India	Venezuela	Rumania		

Fuente: Elaboración propia, información obtenida de Trademap.

La aplicación de esta herramienta de análisis basada en datos es un paso fundamental en la planificación estratégica de las actividades exportadoras. A través de la exploración y síntesis de datos críticos, se puede lograr una toma de decisiones más informada sobre posibles opciones de mercado, con el objetivo final de optimizar de manera efectiva y eficiente las oportunidades de expansión internacional.

	Holanda	Alemania	Malasia	Bélgica	Indonesia	Colombia
Ingreso Per Cápita	48.840€	43.290€	9.614€	43.680€	3.683€	5.204€
PIB	856.356 M€	3.601.750 M€	315.117 M€	506.205 M€	1.002.673 M€	265.675 M€
Población	17.590.672	83.237.124	32.776.195	11.631.136	272.249.000	51.049.000
Deuda Externa	448.110	2.475.776	200.608	548.703	429.427	155.795

Fuente: Elaboración propia, Información obtenida de datos macro.

La matriz que abarca los indicadores de ingreso per cápita, PIB, población y deuda externa ofrece una visión completa y detallada de la situación económica y financiera de diferentes países. Esta herramienta analítica permite un análisis comparativo valioso que puede

guiar decisiones estratégicas en diversos campos, desde la inversión hasta la cooperación internacional.

EMPRESA:	Productores de cacao de Tumaco - Consejos y Organizaciones Representados por Organización Chocolate Tumaco											
Investigadores:	Adriana Paola Estupiñan Solís- Andrés Felipe González Maturana.											
Producto:	Cacao en grano seco.											
VARIABLES ANALIZADAS	<i>Holanda</i>				<i>Bélgica</i>				<i>Alemania</i>			
A. INDICADORES ECONOMICOS	PA R.	DESCRIPCIÓN	CA L.	PES O	PA R.	DESCRIPCIÓN	C A L .	P E S O	PA R.	DESCRIPCIÓN	C A L .	P E S O
Moneda, PIB US\$, PIB per cápita, Devaluación de la moneda, Inflación, Tipo de cambio (TRM / 1 USD), Tasa Desempleo	10%	País con una económicas estables durante el 2021	4	0,4	10%	País con economía regular con una tasa de desempleo alta y un muy bajo crecimiento en su Pib	3	0,3	10%	País con unas variable Económica positiva principalmente en su Pib durante el año 2021	5	0,5
B. INDICADORES DEMOGRÁFICOS	PA R.	DESCRIPCIÓN	CA L.	PES O	PA R.	DESCRIPCIÓN	C A L .	P E S O	PA R.	DESCRIPCIÓN	C A L .	P E S O
Población Tasa de natalidad Religión Idioma	10%	País con un estado de población de poco crecimiento	3	0,3	10%	País con una población baja y una tasa de natalidad alta, con la ventaja de comunicación gracias al plurilingüismo con el que cuentan.	4	0,4	10%	País Con una gran población y una tasa de natalidad estable durante el año 2021	5	0,5
C. ESTABILIDAD POLÍTICA	PA R.	DESCRIPCIÓN	CA L.	PES O	PA R.	DESCRIPCIÓN	C A L .	P E S O	PA R.	DESCRIPCIÓN	C A L .	P E S O
Tipo de Gobierno Situación Actual General del país Panorama Político-Económico	10%	País con un buen desempeño en su economía, y el desarrollo de comercio	4	0,4	10%	País con un gobierno, económicamente y socialmente estable con una balanza	3	0,3	10%	País con una buena situación política, económica y socialmente estable, ocupa los	5	0,5

general Índice de Percepción de Corrupción		exterior, buena estabilidad social y económica.				comercial equilibrada.				primeros puestos en las economías más importantes del mundo		
D. COMERCIO EXTERIOR	PA R.	DESCRIPC IÓN	CA L.	PES O	P A R.	DESCRIPC IÓN	C A L.	P E S O	PA R.	DESCRIPC IÓN	C A L.	P E S O
Comportamiento Exportaciones Totales, Comportamiento de Importaciones Totales de producto	20%	País con un bajo rendimiento en este mercado	2	0,4	20 %	País con una participación en las exportaciones e importaciones muy irregular constantemente hay un cambio	3	0 , 6	20%	País con poca participación en las exportaciones, pero con un crecimiento constante	4	0, 8
E. POLÍTICA COMERCIAL	PA R.	DESCRIPC IÓN	CA L.	PES O	P A R.	DESCRIPC IÓN	C A L.	P E S O	PA R.	DESCRIPC IÓN	C A L.	P E S O
Barreras arancelarias	20%	El país cuenta con muchas restricciones previamente requeridos por la unión europea	3	0,6	20 %	El país cuenta con muchas restricciones previamente requeridos por la unión europea	3	0 , 6	20%	El país cuenta con muchas restricciones previamente requeridos por la unión europea	3	0, 6
F. ANÁLISIS DE LA COMPETENCI A	PA R.	DESCRIPC IÓN	CA L.	PES O	P A R.	DESCRIPC IÓN	C A L.	P E S O	PA R.	DESCRIPC IÓN	C A L.	P E S O
Principales Proveedores, nivel de los competidores	10%	El país cuenta con proveedores muy cercanos lo que lo hace complejo para volvemos competitivos frente a los demás	3	0,3	10 %	El país cuenta con proveedores cercanos a ellos y a nosotros como país lo que lo hace flexible para volvemos competitivos frente a los demás	4	0 , 4	10%	El país cuenta con proveedores muy cercanos desde el propio continente lo que lo hace complejo para volvemos competitivos frente a los demás	2	0, 2
F. LOGISTICA INTERNACION AL	PA R.	DESCRIPC IÓN	CA L.	PES O	P A R.	DESCRIPC IÓN	C A L.	P E S O	PA R.	DESCRIPC IÓN	C A L.	P E S O
Puertos, Rutas, Empaque y Embalaje Canales de	20%	Es un país al cual es flexible enviar mercancía por	4	0,8	20 %	Es un país al cual es difícil enviar mercancía por	3	0 , 6	20%	Es un país al cual es fácil enviar mercancía por los tiempos de	5	1, 0

distribución, Conocimiento del mercado		los tiempos de tránsito				los tiempos de tránsito				tránsito		
H. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	PA R.	DESCRIPCIÓN	CA L.	PES O	P A R.	DESCRIPCIÓN	C A L.	P E S O	PA R.	DESCRIPCIÓN	C A L.	P E S O
Sector económico de las empresas	10%	Sectores económicos de las empresas representa principal por el sector terciario a precios básicos 70% sobre el pib, sector secundario 18% pib, y el sector primario 2% del pib; El sector agricultor cuenta con una participación del 1,6% sobre el PiB nacional	3	0,3	10 %	Sector económico de las empresas se desarrolla principalmente en los servicios, por lo que es un mercado potencial para exportación agrícola y del producto objetivo y sus derivados.	4	0 , 4	10%	Sectores económicos empresas alemanas están representados principalmente en mayor % por sector servicios. seguidos del industrial y mínimo del sector agrícola - Es un mercado con requerimiento de producción agrícola y/o productos transformados para su consumo.	5	0, 5
TOTAL PONDERADO INTELIGENCIA	100 %			3,1	10 0 %			3 , 0	100 %			3, 8

Fuente: Elaboración propia, Información obtenida de datos macro.

4.3.1.1. Destino actual de las exportaciones colombianas - Departamento de Nariño de Cacao en grano seco.

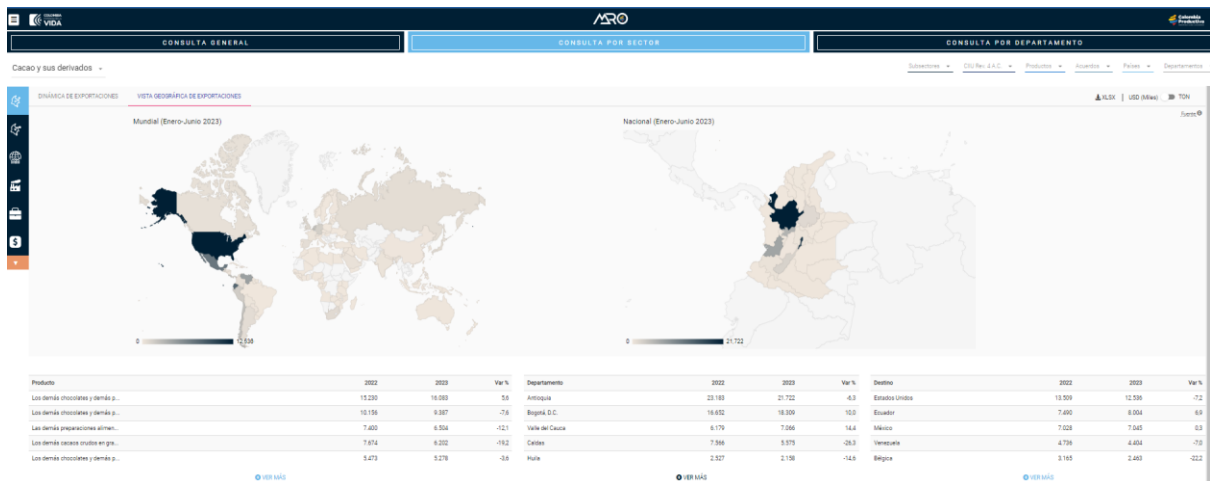


Figura: Destino de exportaciones de cacao colombiano - Fuente Maro



Figura · Exportaciones de cacao desde el departamento de Nariño. Fuente Maro

Los municipios del departamento de Nariño con mayor producción de cacao son: Tumaco con una participación del 67,52%, Policarpa con 7,45%, El Charco con 3,60%, Sotomayor con 3,18% y Francisco Pizarro con una participación de 2,80%. Los principales países de destino de las exportaciones de cacao del departamento de Nariño son: Países Bajos 39,19%, Bélgica 28,53%, España 11,75%, Japón 6,02% y México 4,25%.

Durante el periodo 2010 a 2018 la producción del departamento de Nariño fue de 49.651,23 toneladas de cacao (Agronet, 2018), de las cuales se exportaron 538,51 toneladas, en este orden de ideas, la participación en toneladas de exportación con relación a la producción es de 8,61% (Legiscomex, 2018).

La producción de cacao y participación en las exportaciones del departamento de Nariño se pronostican positivamente. Según la Asociación Nacional del Cacao, el departamento de Nariño se encuentra entre los seis principales departamentos productores y exportadores de cacao, con una participación del 5% de la producción nacional, equivalente a 3480 toneladas en el año 2021.

Producción discriminada por departamentos

Según las cifras de producción 2021, los siguientes son los principales departamentos productores de grano, con su respectiva participación.

Departamento	Producción (t) 2021	Participación nacional (%)
Santander	28.037	40,6%
Arauca	7.894	11,4%
Antioquia	6.661	9,6%
Tolima	4.027	5,8%
Huila	3.510	5,1%
Nariño	3.480	5,0%

Fuente: Tabla de Fedecacao

Exportaciones

A corte de 31 de diciembre de 2021, Colombia había exportado 11.689 toneladas de grano seco, equivalentes a US\$29.915.322, lo que representa un crecimiento de 4,9% con respecto al mismo corte de 2020, cuando la cifra llegó a 11.148 toneladas.

Y con respecto a derivados, o producto transformado (convertidos a grano) las exportaciones llegaron a 14.647 toneladas, equivalentes a US\$ 95.496.857, donde la chocolatería representó un 70,7% de las exportaciones en este rubro y la manteca de cacao un 17,9%. En derivados el crecimiento fue de 7,1% con respecto al corte de diciembre de 2020, cuando la cifra llegó a 13.451 toneladas.

Fuente: Oficina de comunicaciones - www.fedecacao.com.co

4.3.1.2. Datos Macroeconómicos mercado internacional - Alemania.

Alemania, situada en Europa occidental, tiene una superficie de 357.590 Km².

Alemania, con una población de 84.358.845 personas, es un país muy poblado y tiene una densidad de población de 236 habitantes por Km². Su capital es Berlín y su moneda Euros.

Alemania es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2022 fue de 2.563.081 millones de euros, con una deuda del 66,3% del PIB. Su deuda per cápita es de 30.383 € euros por habitante.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en Alemania es de julio de 2023 y fue del 6,2%.

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Alemania, en 2022, fue de 46.260 € euros, por lo que se encuentra en una buena posición, ya que ocupa el puesto 22 del ranking, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación a los 196 países del ranking de PIB per cápita. Fuente: Datosmacro.com

Economía de Alemania

Cuentas Nacionales - Gobierno

PIB Trim Per Capita [+]	II Trim 2023	12.181 k
PIB anual [+]	2022	3.876.810 M€
PIB Per Capita [+]	2022	46.260 €
PIB Trimestral [+]	II Trim 2023	1.027.533 M€
Deuda total (M.€) [+]	2022	2.563.081
Deuda (%PIB) [+]	2022	66,30%
Deuda Per Cápita [+]	2022	30.383 €
Déficit (M.€) [+]	2022	-101.325
Déficit (%PIB) [+]	2022	-2,60%
G. Público (M.€) [+]	2022	1.922.078,0
Gasto Educación (M.€) [+]	2018	167.457,1
Gasto Educación (%Gto Pub) [+]	2018	11,23%
Gasto Salud (M.€) [+]	2022	423.311.000.000,0
G. Salud (%G. Público Total) [+]	2017	19,88%
Gasto Defensa (M.€) [+]	2021	48.379,2
Gasto Defensa (%Gto Pub) [+]	2021	2,52%

Gasto público (%PIB) [+]	2022	49,70%
Gasto público Per Capita [+]	2022	22.785 €
Gasto Educación Per Capita [+]	2018	2.020 €
G. Público Salud Per Capita [+]	2022	5.086 €
Gasto Defensa Per Capita [+]	2021	581 €
Rating Moody's [+]	10/02/2023	Aaa
Rating S&P [+]	17/08/1983	AAA
Rating Fitch [+]	17/01/2020	AAA
Índice de Corrupción [+]	2022	79
Ranking de Competitividad [+]	2019	7º
Índice de Fragilidad [+]	2018	25,8
Ranking de Trans. [+]	28/09/2018	116º
Ranking de la Innovación [+]	2018	9º

Mercado Laboral		
Tasa de desempleo [+]	Junio 2023	3,0%
Tasa de desempleo [+]	I Trim 2023	3,0%
Parados [+]	I Trim 2023	1.336 k
SMI [+]	2023	1.997,0 €
Salario Medio [+]	2022	55.041 €
Ranking de Capital Humano [+]	2017	6°
Mercados - Cotizaciones		
Tipo de cambio del dólar [+]	21/08/2023	0,9168
Bono 10 años [+]	21/08/2023	2,69%
Bolsa (Var. este Año %) [+]	21/08/2023	12,06%
Precios		
IPC General [+]	Julio 2023	6,2%
IPCA [+]	Julio 2023	6,5%
IPRI Interanual [+]	Julio 2023	-5,8%
Mercado de dinero		
Tipos de interés [+]	02/08/2023	4,25%

Negocios		
Doing Business [+]	2020	22°
IPI Interanual [+]	Junio 2023	-1,4%
Vehículos pasajeros Año [+]	Diciembre 2022	2.651.357
Vehículos Año/1000 hab. [+]	Diciembre 2022	35,13
Producción anual de vehículos [+]	2022	3.677.820
Vehículos / 1000 habitantes [+]	2021	633,46
Impuestos		
Presión fiscal (%PIB) [+]	2021	42,2%
IVA General [+]	01/01/2007	19,00%
Tipo máximo [+]	2022	47,5%

4.3.1.3. Afinidad cultural y comercial

Alemania es el segundo mayor mercado de alimentos ecológicos del mundo. Las ventas de alimentos ecológicos en Alemania aumentaron rápidamente en los últimos años, alcanzando más de 11.970 millones de euros (14.680 millones de dólares) en 2019. Esto representa casi un tercio de las ventas totales de alimentos orgánicos en la Unión Europea y el 5,6 por ciento de las ventas totales de alimentos en Alemania. Las ventas de alimentos ecológicos en Alemania se han triplicado entre el año 2000 y la actualidad.

La producción nacional no es capaz de satisfacer la demanda, lo que provoca un aumento de los volúmenes (y valores) de las importaciones.

En Alemania no existen cultivos de cacao. Sin embargo, se le considera como uno de los países más importantes para el procesamiento de este producto.

La necesidad de consumir alimentos saludables hace que los alemanes se interesen por el cacao en grano. La exigencia de calidad está en toda la cadena productiva; existe una oferta de marcas reconocidas en el mercado alemán, las cuales deben estar en constante cambio, teniendo en cuenta las tendencias a nivel ambiental y saludable que el mercado alemán tiene en cuenta en su proceso de compra.

Actualmente los consumidores tienen un criterio de compra que, dependiendo del origen, tratamiento y calidad y beneficio a la salud de los productos, eligen comprar, esta información la verifica antes de la selección. En el caso de las empresas que importan, prefieren el cacao que cuente con el certificado de comercio justo que garantice a los compradores que están adquiriendo productos con buenas prácticas agrícolas, el buen trato a sus trabajadores, la transparencia en la cadena de suministro y el respeto a las comunidades indígenas.

El cacao con certificación orgánica tiene buena presencia en el mercado alemán y se pueden encontrar en una diversidad de puntos de venta, como tiendas o supermercados en dónde los consumidores pagan en efectivo o tarjetas en el punto de más fácil acceso para ellos, lo que se debe tener en cuenta para incurrir con el cacao colombiano.

Los alemanes demandan una buena calidad de cacao, no sólo puro sino también en chocolate con rellenos diversos, entre ellos; nueces, pasas, frutas exóticas, picante, entre otros. El cacao cultivado de manera responsable es una preferencia para los consumidores alemanes, la sostenibilidad es cada vez más importante en este mercado.

(S/f). Procolombia.com. Recuperado el 13 de mayo de 2023, de <http://ProColombia.com/MiCetur.com>

Uso de lenguas extranjeras: Alemania autoriza el uso de idiomas extranjeros.

Población total: 83.196.078 - Crecimiento natural: 0,0% - Densidad: 238 habitantes/km²

Población urbana: 77,5% - Población de áreas metropolitanas principales: Berlín (3.669.500); Hamburgo (1.847.300); Múnich (1.484.300); Colonia (1.087.900); Fráncfort (763.400); Stuttgart (636.000); Düsseldorf (621.900); Leipzig (593.200); Dortmund (588.300); Essen (582.800); Bremen (567.600); Dresde (556.800)

Orígenes étnicos: De acuerdo a las autoridades alemanas, más del 91% de la población es de origen alemán. El grupo étnico de origen no-alemán más grande es el turco, representando a más del 3% de la población. Alrededor del 6% de la población está integrada por griegos, italianos, polacos, rusos, serbo-croatas y españoles. (Agencia Nacional de Estadística). En 2015, más de un millón de migrantes (poco más del 1% de la población) se integraron al país, principalmente provenientes de Siria, Irak, y Afganistán.

Lengua oficial: Alemán.

Otras lenguas habladas: La mayoría de los alemanes tiene un buen conocimiento del inglés.

Algunos dominan también el francés. Por otro lado, también se habla italiano, español y ruso, aunque es menos frecuente.

Idioma(s) de negocios: Muy utilizado. Los idiomas utilizados para los negocios son el alemán y el inglés.

Religión: cristianos 62,5% (católicos 31,4%, protestantes 31,1%), musulmanes 4%, judíos 0,2%.

Tasa de crecimiento del mercado de Alemania.

Se pronostica que el mercado de chocolate de Alemania alcance los USD 9.6 mil millones para 2025, creciendo en 3.09% durante el período de pronóstico.

Fuente: Santander Trade

Lista de productos al nivel de 4 dígitos importado por Alemania en 2021 ¹
productos detallados en la siguiente categoría: 18 Cacao y sus preparaciones ¹

SA6	Código	Descripción del producto	Valor importado en 2021 (miles de USD)	Balance comercial 2021 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2017-2021 (% p.a.)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2017-2021 (% p.a.)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2020-2021 (% p.a.)	Tasa de crecimiento anual del mundo exportaciones entre 2017-2021 (% p.a.)	Participación en el mundo importaciones (%)	Posición en el mundo importaciones	Distancia media de los países proveedores (km)	Concentración de los países proveedores	Arancel medio (estimado) aplicado por Alemania
	TOTAL	Todos los productos	1.421.195.357	205.192.436	3	-1	21	4	6,4	3	3.376	0,05	1
	1806	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	2.562.175	2.811.535	2	3	6	4	8	2	645	0,13	0,1
	1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	1.240.885	-1.200.581	1	-1	3	2	11,5	3	4.200	0,25	0
	1804	Manteca, grasa y aceite de cacao	860.476	-314.581	1	3	-3	1	15	1	2.905	0,31	2,3
	1803	Pasta de cacao, incl. desgrasada	333.142	12.364	7	4	-1	4	8,6	4	1.231	0,29	2,9
	1805	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	122.610	191.941	-4	-9	10	5	4,1	5	1.089	0,39	2,3
	1802	Cáscara, películas y demás desechos de cacao	5.404	486	73	49	102	5	19,9	2	1.196	0,38	0

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Federal Statistical Office of Germany.



4.3.1.4. Referencias arancelarias

El 23 de junio de 2005 la Comisión Europea adoptó el nuevo reglamento del SGP, N°.980, el cual fue publicado en el Diario Oficial de la Comunidad el 30 de junio de 2005.

Del análisis del proyecto de reglamento presentado por el Colegio de Comisarios al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y Social, se encontró que el nuevo régimen SGP fue expedido en una forma bastante ajustada a lo que habían anunciado las autoridades europeas.

El nuevo reglamento contempla tres sistemas de preferenciales: el General SGP, el SGP Plus y el régimen en beneficio de los Países Menos Adelantados, PMA.

En esta nueva versión la lucha contra la droga toma un papel secundario y se disminuye la corresponsabilidad. Aunque la lucha contra la droga es un requisito secundario a cumplir no se reconoce ningún beneficio a los países que enfrentan problemas por tener en su territorio la producción de sustancias ilícitas, es decir, no se refleja la responsabilidad compartida.

El régimen General SGP contempla mayores beneficios que el especial ya que en el primero se incluyeron productos que solo tenían beneficio en el régimen droga, se igualaron de esta manera el número de productos contenidos en los dos regímenes.

La principal diferencia consiste en la liberación total arancelaria para los productos sensibles en el régimen especial de estímulos, frente a una rebaja parcial, para los mismos productos sensibles, en el régimen general. Respecto a los productos no sensibles en ambos regímenes la liberación es total.

El reglamento No. 980 entró en vigencia a partir del 1° de julio de 2005 y su primera fase para evaluación por parte de la Unión Europea será hasta el 31 de diciembre de 2008.

Principales cambios del SGP “Régimen Drogas” al SGP Plus:

- a. Acceso a nuevos productos.
- b. Acceso a nuevos miembros.
- c. Transferencia de ciertos productos clasificados como sensibles a la categoría de no sensibles.
- d. Mantenimiento o ampliación de preferencias.
- e. Enfoque en países más necesitados.
- f. Propuesta de un SGP simplificado.
- g. Hacer la graduación más transparente.
- h. Evaluación de criterios para fomentar el desarrollo sostenible y buen gobierno.

Principales productos beneficiados con arancel cero:

- Flores, frutas tropicales, plátano hortaliza, mandarinas (que estaban gravadas en el régimen droga), cebollas, puerros, coles, coliflores, repollos y ensaladas de verduras.
- Camarón (3,6%), atún, y en general productos de la pesca,
- Extractos de café, café descafeinado, tostado, molido y liofilizado, aceite de palma, tabaco, **cacao**, jugos de frutas,
- Cueros y pieles (liberalizados), bolsos de mano, calzado,
- Textiles, confecciones, lencería, ropa interior, terciopelo, medias pantalón,
- Polímeros, polipropileno, vidrio templado, herbicidas, peces ornamentales, alimentos para perros y gatos.

Mediante el Reglamento SGP 732 del Consejo del 22 de julio de 2008, por el que se aplica un sistema de preferencias arancelarias generalizadas para el período del 1 de enero de 2009 al 31 de diciembre de 2011, Colombia fue incluido para los próximos tres años, a partir del 1º de enero de 2009 y hasta el 31 de diciembre de 2011, como beneficiario de las preferencias arancelarias otorgadas por la Unión Europea, como estímulo especial al desarrollo sostenible, más conocido como Régimen “SGP Plus”.

La Decisión emanada de la Comisión Europea, contiene la lista de países beneficiarios, entre ellos Colombia, por haber presentado en orden y a tiempo todos los documentos que lo acreditan como país que ha cumplido plenamente los requisitos para acceder al Régimen Especial de Estímulo al Desarrollo Sostenible y buen Gobierno “SGP Plus”.

Las preferencias arancelarias del SGP Plus las otorga la UE para incentivar el desarrollo sostenible, la protección a los derechos humanos, la protección ambiental, la lucha contra las drogas ilícitas y el buen gobierno. Con este propósito, la Unión Europea exige a los países que se benefician de las preferencias ratificar y efectivamente implementar 27 convenciones internacionales en tales áreas.

El nuevo régimen de preferencias arancelarias incluye 6.600 productos diferentes, 4.037 sensibles y 2.563 no sensibles, si son de origen colombiano, todos con arancel cero, excepto camarón que estará gravado con un arancel preferencial de 3,6%, el cual es menor que el arancel general que llega al 12%.

Las exportaciones de Colombia a los 27 Países Miembros del bloque europeo para el período enero – agosto de 2008 alcanzaron los US\$3.463 millones, monto superior en un 17,2% al valor vendido en igual período de 2007, cuando fueron de US\$2.953 millones.

Estas preferencias han permitido que el 22,6% de los productos colombianos que ingresan a la Unión Europea tengan un arancel del cero por ciento o un arancel muy bajo. De este porcentaje, los productos industriales representan el 14,2% y los productos agrícolas y agroindustriales el 8,5%.

Vale la pena destacar que el comercio bilateral se ha ido paulatinamente equilibrando, en especial a partir del año 2004, con respecto a finales de la década de los noventa y primeros años de este siglo. Así, para el año 2007 nuestro país presentó el mayor superávit comercial de lo corrido de la presente década con US\$320 millones y para enero – agosto de 2008, nuestra balanza comercial con el bloque de la Unión Europea presentó un superávit de US\$222 millones.

El bloque de la Unión Europea es muy importante en nuestro esquema externo, dado que las exportaciones no tradicionales de Colombia durante el 2007 sumaron 1.248,2 millones de dólares. Este comercio está formado por un gran número de productos manufactureros de todo tipo; se destacan, por haber alcanzado valores superiores al millón de dólares en el periodo analizado: flores, camarón, atún, aceite de palma, extractos de café, frutas, cueros y pieles, lencería, ropa interior, tabaco, calzado, polímeros, polipropileno, vidrio templado, medias pantalón para mujeres, herbicidas, *cacao*, plátano hortaliza, terciopelos, peces ornamentales,

alimentos para perros y gatos, bolsos de mano, jugos de frutas, entre otros. Todos estos productos son beneficiados en el SGP Plus con cero aranceles.

Los 1.248,2 millones de dólares exportados en una variada oferta de productos manufactureros, es un valor que superó para el año 2007 en más del doble a las exportaciones colombianas al MERCOSUR, casi tres veces las exportaciones a México, son el 25% de las exportaciones a Venezuela, similares a las exportaciones a Ecuador y están muy por encima de las realizadas a Perú y Bolivia, unidos. Es bueno resaltar que vender a Europa, por el grado de integración que alcanza este mercado y la libre circulación total de bienes y servicios que hoy representa, es como vender a un solo país.

Cuando hablamos del mercado europeo nos referimos a más de 485 millones de habitantes con un promedio de ingreso anual de más de 22.900 Euros, conformado por 27 Estados Miembros, entre los cuales están Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, España, Holanda, todos ellos compradores de nuestros productos.

Las preferencias del esquema “SGP Plus” ayudan al fortalecimiento del sector externo de la economía, al aumento de la producción nacional, a la generación de nuevos empleos y una mayor eficiencia en las empresas orientadas hacia la exportación. Además, mientras negociamos el Acuerdo de Asociación, continuarán brindando certidumbre y estabilidad a las inversiones y al comercio creciente entre Colombia y los 27 países de la Unión Europea.

Fuente:<https://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/temas-de-interes/preferencias-arancelarias#>

4.3.1.5. Condiciones de acceso y Normatividad de los mercados.

Nivel de calidad exigido en el mercado de Alemania (normas técnicas).

Los requisitos reglamentarios ^①

Para el producto 1801000000 – Granos de cacao, enteros o partidos, crudos o tostados

Exportado de **Colombia** a **Alemania**

Revisión del SA: **SA Rev.2017**

Clasificación de las MNA: **NTM rev. 2019**

Año NTM: **2018**

Fuente: **EU Access2Markets** ([fuentes de datos y derechos de autor de la UE](#))

Requisitos de importación aplicados a este producto	Medidas totales 11 [^]
A120- Restricciones geográficas de elegibilidad ^①	1 ▼
A140- Requisito de autorización por razones sanitarias y fitosanitarias para la importación de determinados productos ^①	1 ▼
A210- Límites de tolerancia para residuos o contaminación por ciertas sustancias (no microbiológicas) ^①	1 ▼
A310- Requisitos de etiquetado ^①	2 ▼
B310 - Requisitos de etiquetado ^①	4 ▼
E100- Procedimientos de licencias de importación no automáticas distintos de las autorizaciones contempladas en los capítulos MSF y OTC ^①	2 ▼

Nota: Tabla refleja los requisitos de importación aplicados a este producto, extraída de la dirección de aduanas e impuestos nacionales DIAN

Regulaciones en Alemania:

Etiquetado de productos alimenticios, existen dos (2) tipos de disposiciones de etiquetado aplicables a los productos alimenticios: Normas generales sobre etiquetado de alimentos: Nombre del alimento; Lista de ingredientes; Cantidad neta; Fecha de duración mínima; Fecha de duración mínima; condiciones de almacenamiento o condiciones de uso; País de origen o lugar de procedencia; Instrucciones de uso; Grado alcohólico ;Marcado de lotes; Declaración nutricional Disposiciones específicas para determinados grupos de productos: Etiquetado de alimentos genéticamente modificados (GM) y nuevos alimentos

Etiquetado de productos alimenticios para propósitos nutricionales específicos
Etiquetado de aditivos alimentarios y saborizantes
Etiquetado de materiales destinados a entrar en contacto con alimentos
Etiquetado de productos alimenticios específicos
El nuevo Reglamento (UE) No 1169/2011 de la Parlamento Europeo y del Consejo sobre el suministro de información alimentaria al consumidor (DO L-304 de 22/11/2011) (CELEX 32011R1169) modifica la legislación vigente en materia de etiquetado de alimentos. Dicho reglamento establece disposiciones sobre: Información nutricional obligatoria sobre alimentos procesados; Etiquetado obligatorio de origen de la carne sin procesar de porcino, ovino, caprino y aves de corral; Destacando los alérgenos en la lista de ingredientes; Mejor legibilidad, es decir, tamaño mínimo del texto; Los requisitos sobre la información sobre alérgenos también cubren los alimentos no preenvasados, incluidos los que se venden en restaurantes y cafeterías.

Los productos orgánicos de terceros países solo pueden comercializarse en la UE cuando están etiquetados como productos con indicaciones que hacen referencia a la producción orgánica, si se han producido de acuerdo con las normas de producción y sujetos a acuerdos de inspección que cumplen con, o equivalente a la legislación comunitaria. Fuente: TradeMap.com

Requisitos exigidos en Colombia:

- Reglamento para productos agropecuarios ecológicos
- Reglamento técnico de los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano.
- Reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasados para consumo humano.
- Reglamento técnico de rotulado o etiquetado de los envases o empaques e identificación de materias primas de alimentos derivados de OGM.

- Reglamento técnico sobre los requisitos que deben cumplir los alimentos que contengan grasas trans y/o grasas saturadas, con destino al consumo humano.
- Reglamento técnico de etiquetado de productos preempacados.
- Reglamento técnico metrológico aplicable a productos preempacados.
- Reglamento técnico sobre los requisitos de etiquetado nutricional y frontal para los alimentos envasados o empacados para consumo humano.

Documentos requeridos para exportación e importación.

Importación de estados no miembros de la UE:

- Factura: 2 facturas comerciales, firmadas por el transportista, deberá acompañar al envío el número de licencia de importación, si es necesario, y también a los países tanto de la venta y la producción.
- Licencia de importación
- Certificado de origen.
- Certificado de circulación

Documentos para exportación:

- Certificado fito y zoosanitario de exportación
- Cuota de promoción del cacao
- certificado de inspección sanitaria (CIS) para exportación
- Presentación y actualización de empresas exportadoras ante la Policía Antinarcoóticos a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, VUCE.

Fuente: legizcomex.com

4.3.1.6. Países competidores

Países exportadores a Alemania:

Exportadores	Valor importado en 2021 en miles de USD
Cote d' Ivoire	548.754
Países Bajos	190.984
Bélgica	128.506
Nigeria	119.913
Ghana	117.625

Fuente: Elaboración propia, información obtenida de trademap.com

Competidores Empresas Nacionales:

- Compañía Nacional de Chocolates S.A.S
- Casa Luker.
- Colombina S.A.
- Super de Alimentos S.A.S
- Asociación De Cacaoteros De Santander
- Asociación De Cacaoteros Del Municipio De Remedios

Competidores Empresas Internacionales:

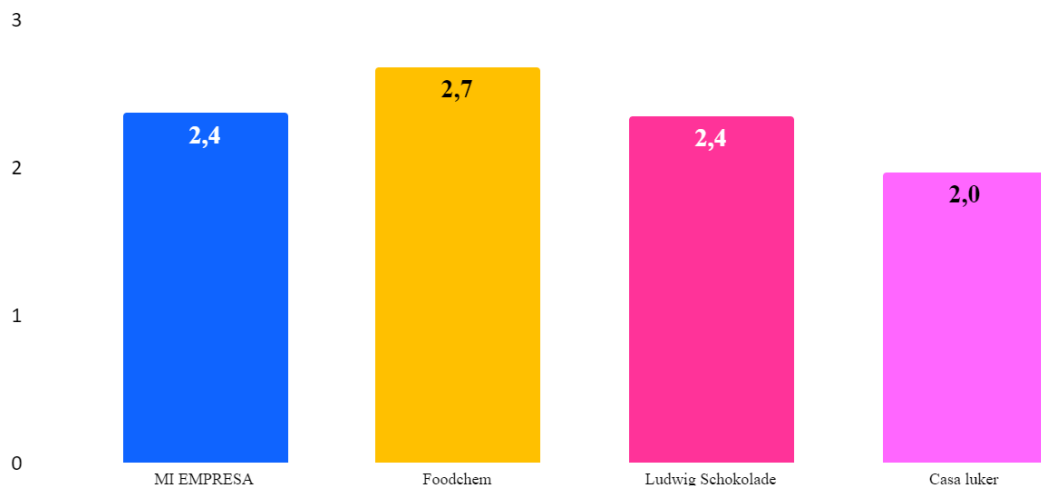
- FoodChem International
- Ludwig Schokolade

Matriz del perfil competitivo - MPC

Factores de ponderación		COMPETIDORES							
Factores críticos para el éxito	Importancia en el factor	MI EMPRESA		Foodchem		Ludwig Schokolade		Casa luker	
		Puntos	Valor	Puntos	Valor	Puntos	Valor	Puntos	Valor
Cuota mercado	10%	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Precios	30%	4	1,2	4	1,2	2	0,6	3	0,9
Calidad productos	10%	4	0,4	3	0,3	5	0,5	3	0,3
Posición financiera	5%	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Imagen de marca	10%	4	0,4	5	0,5	4	0,4	4	0,4
Atención al cliente	5%	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Fidelización de clientes	5%	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Relaciones gobierno	10%	3	0,3	4	0,4	5	0,5	3	0,3
Ubicación	7%	1	0,1	4	0,3	5	0,4	1	0,1
Condiciones venta	8%	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	100%	2,4		2,7		2,4		2,0	

Fuente: Elaboración propia

Matriz del perfil competitivo M.P.C



Fuente: Elaboración propia

Para analizar los perfiles de las principales empresas competidoras que comercializan cacao y sus derivados se tuvieron en cuenta los siguientes criterios: Precios, calidad del producto, imagen de marca, relaciones de gobierno y ubicaciones geográficas; siendo los resultados favorables para la organización Chocolate Tumaco quien alcanza un buen nivel gracias a la calidad, precios, y a su imagen y formas de producción, ante el mismo promedio de los competidores como Casa Luker que se encuentra ubicado en Colombia y hace parte de una de los dos principales compañías, que además de comprar la gran parte de la producción nacional para su transformación y comercialización, específicamente también le compran actualmente gran parte de la producción a la organización Chocolate Tumaco, evidentemente las otras empresas calificadas, las compañías calificadas FoodChem International y Ludwig Schokolade se destacan por su reconocimiento y su robusto modelo comercial con las que ya se encuentran posicionadas en varios países además de Alemania y que podrían convertirse en posibles clientes comerciales de la Organización Chocolate Tumaco, ya que estas empresas también desarrollan comercio internacional con el producto en grano y productos transformados en pasta, grasas y confiterías de chocolate.

4.3.1.7. Disponibilidad de transporte en los países preseleccionados.

La dinámica del comercio y las exportaciones internacionales a lo largo de muchas décadas ha permitido a los países contar e integrar rutas comerciales y alternativas al transporte de mercancías, por lo que en los países estudiados se caracterizan por tener la misma accesibilidad en términos de transporte internacional; con una variedad en el transporte por diferentes tiempos de llegada, por aspectos relacionados con viajes más largos y/o rutas con escalas en otros países; estos países cuentan con alternativas de transporte entre sus principales ciudades con puertos y aeropuertos así como rutas ferroviarias también dispuestas para el transporte internacional de mercancías.

4.4. Selección del mercado

Se definió el mercado de Alemania como resultado del estudio y análisis de aspectos generales, comerciales y políticos requeridos con el fin de reducir los riesgos de la exportación, se tuvo en cuenta aspectos relevantes como: Reseña histórica, ingresos per cápita de la población, los controles de cambio, tendencias de consumo, exigencia de entrada del producto y régimen comercial, geografía y política, disponibilidad del transporte, costo estimado del transporte, además de requisitos fundamentales para que la mercancía a exportar ingrese al País correctamente tales como aranceles, restricciones, certificados, licencias previas, requerimientos técnicos, fitosanitarios, certificados entre otros; todos estos aspectos con el fin de conocer el panorama y el estado del País seleccionado y minimizar los riesgos en las posibles negociaciones.

4.4.1. Contexto general de Alemania

Alemania es la mayor potencia económica de Europa y la cuarta mundial. Después de sufrir una recesión histórica tras la pandemia del COVID-19, la economía del país creció durante los tres primeros trimestres de 2022, impulsada por la actual recuperación del consumo privado. Sin embargo, Alemania solo creció un 1,5% en 2022, cifra más lenta que un año antes (2,6%, FMI), debido a las consecuencias del conflicto entre Rusia y Ucrania: antes de la invasión, Alemania era muy dependiente del gas, petróleo y carbón rusos (en torno a un tercio de la energía primaria provenía de Rusia).

La situación política y las sanciones posteriores de la UE contra Rusia obligaron a Alemania a reducir esta dependencia; no obstante, se produjeron diferentes perturbaciones en la cadena de suministro (especialmente en los sectores químico y automotriz, que juntos representan casi el 6,5% del PIB) y en las importaciones energéticas. Los indicadores de

confianza se deterioraron considerablemente hacia fines de 2022, con una caída del consumo privado ante la elevada inflación y el aumento de los costos energéticos.

El FMI prevé una baja del PIB del 0,3% en 2023 (-0,6% según la Comisión de la UE), y un repunte del 1,5% en 2024. El riesgo de pronósticos a la baja sigue latente, sobre todo en relación con los retrasos en la diversificación de suministros energéticos, que podrían ocasionar escasez y elevar la inflación en el invierno de 2023-2024.

Las medidas sin precedentes adoptadas para luchar contra la pandemia y estabilizar la economía centradas en las subvenciones a las empresas, la prolongación del régimen de jornada reducida y el aumento del gasto sanitario para vacunación y pruebas impulsaron un aumento del déficit presupuestario de Alemania en los últimos años. Los programas de apoyo relacionados con la pandemia fueron suprimidos a mediados de 2022, pero tres paquetes de apoyo a la energía, estimados en EUR 95 mil millones en gasto directo y un fondo de apoyo energético del 5,5% del PIB, financiados por subsidios crediticios, contribuyeron al tercer año consecutivo de déficit fiscal (-3% según el FMI); esto, a pesar de una recaudación fiscal más elevada. Aunque el FMI prevé que el déficit se reduzca al 1,8% este año y el 1,1% en 2024, las estimaciones de la Comisión Europea son menos optimistas (3,1% y 2,6%). Tras marcar un máximo del 71,1% en 2022, la relación entre deuda pública y PIB debiera bajar a 68,3% en 2023 y 65,6% el año siguiente (FMI), gracias al crecimiento del PIB nominal como resultado de la elevada inflación, la reducción en el portafolio de bancos tóxicos y la baja de la reserva de efectivo.

La inflación alcanzó la cifra récord de 8,5% en 2022, impulsada por el ya mencionado aumento de los precios de la energía, el aumento de los costos de insumos y el alza de los sueldos del sector de servicios. Un mercado laboral más reducido y el sorprendente costo de transferencia de los precios de energía mayoristas debieran contribuir a una baja gradual de la

inflación, proyectada en un 7,2% este año y un 3,5% en el siguiente (FMI). Para 2023, se estima que el crecimiento de las exportaciones debiera recuperarse gracias a una mejora de la congestión en la cadena de suministro y una cifra récord de pedidos pendientes.

Políticos: estructura política, estabilidad del gobierno, papel del gobierno local.

Forma de gobierno: Alemania es una república democrática, federal y parlamentaria. Alemania cuenta con 16 estados ("Länder") o provincias, que tienen gobiernos y legislaturas locales, que gozan de una considerable descentralización respecto del Gobierno Federal.

Nivel de desarrollo: País de renta alta, Miembro de la OCDE, Miembro del G8.

Primera potencia europea; segundo exportador más grande del mundo.

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los alemanes se encuentran entre los que mejor calidad de vida tiene.

En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Alemania ha sido de 79 puntos, así pues, se encuentra entre los países con menos corrupción del mundo, al menos así lo creen los alemanes. Fuente: Datosmacro.com

Cifras del comercio internacional

Indicadores de comercio exterior	2017	2018	2019	2020	2021
Importación de bienes (millones de USD)	1.162.907	1.284.353	1.233.978	1.170.441	1.420.129
Exportación de bienes (millones de USD)	1.448.191	1.560.539	1.489.412	1.380.647	1.631.931
Importación de servicios (millones de USD)	329.246	371.207	369.368	307.130	381.033
Exportación de servicios (millones de USD)	303.366	344.033	341.078	305.169	377.236

Fuente: *WTO – World Trade Organisation*, Últimos datos disponibles.

Indicadores de comercio exterior	2017	2018	2019	2020	2021
Comercio exterior <i>(en % del PIB)</i>	87,2	88,5	87,7	80,4	88,7
Balanza comercial <i>(millones de USD)</i>	288.053	263.292	241.286	218.002	227.904
Balanza comercial (incluyendo servicios) <i>(millones de USD)</i>	260.592	244.737	221.128	221.117	228.573
Importación de bienes y servicios <i>(crecimiento anual en %)</i>	5,2	4,0	2,9	-8,5	9,0

Fuente: Santander Trade

El sector agrícola alemán es más bien limitado, pues representa tan solo el 0,8% del PIB y emplea al 1% de la población activa (Banco Mundial, últimos datos disponibles). Los principales productos agrícolas son la leche, el cerdo, la remolacha azucarera, la papa, el trigo, la cebada y los cereales. Según la oficina nacional de estadística Destatis, en Alemania existen unas 262.776 explotaciones agrícolas, la mayoría de las cuales corresponden a propietarios únicos, lo que significa que en general los agricultores administran su negocio solos o con sus familias. En los últimos años, el número de explotaciones dedicadas a la agricultura ecológica no ha dejado de crecer, hasta alcanzar las 26.133. Especialmente tras el estallido de la pandemia del COVID-19, cada vez más explotaciones agrícolas han tratado de reducir el riesgo de fuertes fluctuaciones de ingresos mediante la diversificación.

Fuente: Santandertrade.com/es

Indicadores de crecimiento	2020	2021	2022 (E)	2023 (E)	2024 (E)
PIB (miles de millones de USD)	3.886,56	4.262,77	4.075,40	4.308,85	4.446,47
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	-3,7	2,6	1,8	-0,1	1,1
PIB per cápita (USD)	46.735	51.238	48.636	51.384	53.007
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-2,9	-3,0	-2,6	-3,2	-1,4
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	68,0	68,6	66,5	67,2	66,5
Tasa de inflación (%)	0,4	3,2	8,7	6,2	3,1
Tasa de paro (% de la población activa)	3,6	3,6	3,1	3,3	3,3
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	274,18	329,84	171,04	201,16	227,94
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	7,1	7,7	4,2	4,7	5,1

Fuente: *IMF – World Economic Outlook Database*, Últimos datos disponibles.

Nota : (E) Datos estimados

Gastos de consumo

Paridad del poder adquisitivo	2020	2021	2022	2023 (e)	2024 (e)
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,74	0,73	0,72	0,73	0,74

Fuente: *IMF – World Economic Outlook Database*, Últimos datos disponibles.

Definición: La paridad de poder adquisitivo es el número de unidades de moneda de un país requeridas para comprar las mismas cantidades de bienes y servicios en el mercado interior que los USD comprarían en los Estados Unidos.

Nota: (e) Datos estimados

Gastos de consumo de los hogares	2019	2020	2021
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD, precio constante de 2000)	1.906.034	1.798.256	1.805.726
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	1,6	-5,7	0,4
Gastos de consumo de los hogares per capita (USD, precio constante de 2000)	22.939	21.624	21.704

Fuente: *World Bank*, Últimos datos disponibles.

La balanza comercial del País es estructuralmente positiva, aunque el superávit de su balanza en el comercio de bienes bajó, el sector del objeto de estudio no muestra afectación por esta variación en la dinámica comercial y de las exportaciones a este mercado.

Previsiones de comercio exterior	2022	2023 (e)	2024 (e)	2025 (e)	2026 (e)
Volumen de las exportaciones de bienes y servicios (Variación porcentual anual)	3,0	2,5	3,2	3,6	3,4
Volumen de las importaciones de bienes y servicios (Variación porcentual anual)	6,1	2,8	3,7	3,7	3,4

Fuente: IMF, World Economic Outlook ; Latest available data

Nota: (e) Datos estimados

Fuente: <https://santandertrade.com/es>

4.5. Aspectos operacionales y logísticos

El comportamiento de compra del consumidor de chocolate en Alemania se basa en comprar chocolates por impulso, como un regalo o para satisfacer los antojos de dulce. Alemania es un país reconocido por ser un gran consumidor de chocolate, el cacao y sus derivados hacen parte de la cultura alimentaria alemana.

La mayoría es importada ya que en Alemania existe un déficit en la producción y cultivo de cacao. Según el International Cocoa Organization (ICCO), el 95% del cacao producido en Colombia es fino y de aroma lo que lo convierte en un producto competitivo y con valor agregado reconocido en el mercado alemán. El cultivo de cacao en Colombia y Latinoamérica genera bienestar a los productores, ya que se considera que no es un monocultivo, caso contrario a lo que sucede en otros países como Costa de Marfil y Ghana; los consumidores

alemanes valoran las buenas condiciones de quienes trabajan en los cultivos de cacao, lo que afecta en la decisión de compra generando grandes oportunidades para el cacao colombiano.

En este mercado la importancia por la salud también sigue en aumento, por lo tanto, es una tendencia que lleva a los consumidores a informarse sobre el beneficio saludable que contienen los alimentos; además, el fomento de las buenas prácticas en los cultivos de cacao y el trato que reciben los productores, las comunidades y el medio ambiente. Es un mercado muy competitivo que busca ofrecer a los clientes productos de alta calidad a precios asequibles, los consumidores exigen niveles de calidad en toda la cadena productiva; cultivos, proceso, hasta llegar al consumidor final.

El mercado alemán se preocupa por la protección del medio ambiente, la biodiversidad y el desarrollo sostenible. Así que, tiende a apoyar aquellos productos cultivados y procesados bajo el marco de estas medidas que resguardan la “buena salud” de medio ambiente y los ecosistemas, además de favorecer el desarrollo continuo de comunidades y regiones. Fuente: ProColombia. / MinCetur.

Proceso de compra del consumidor de Alemania - saludable, atributos.

La necesidad de consumir alimentos saludables hace que los alemanes se interesen por el cacao en grano. La exigencia de calidad está en toda la cadena productiva; existe una oferta de marcas reconocidas en el mercado alemán, las cuales deben estar en constante cambio, teniendo en cuenta las tendencias a nivel ambiental y saludable que el mercado alemán tiene en cuenta en su proceso de compra.

Actualmente los consumidores tienen un criterio de compra que, dependiendo del origen, tratamiento y calidad y beneficio a la salud de los productos, eligen comprar, esta información la verifica antes de la selección. En el caso de las empresas que importan, prefieren el cacao que cuente con el certificado de comercio justo que garantice a los compradores que están adquiriendo productos con buenas prácticas agrícolas, el buen trato a sus trabajadores, la transparencia en la cadena de suministro y el respeto a las comunidades indígenas.

El cacao con certificación orgánica tiene buena presencia en el mercado alemán y se pueden encontrar en una diversidad de puntos de venta, como tiendas o supermercados en dónde los consumidores pagan en efectivo o tarjetas en el punto de más fácil acceso para ellos, lo que se debe tener en cuenta para incurrir con el cacao colombiano.

Los alemanes demandan una buena calidad de cacao, no sólo puro sino también en chocolate con rellenos diversos, entre ellos; nueces, pasas, frutas exóticas, picante, entre otros. El cacao cultivado de manera responsable es una preferencia para los consumidores alemanes, la sostenibilidad es cada vez más importante en este mercado.

Fuente: Procolombia.com. Recuperado el 13 de mayo de 2023, de <http://ProColombia.com/MiCetur.com>

Localización del consumidor de Alemania.

Para identificar la localización del consumidor en Alemania hay que tener en cuenta que la estructura de distribución está caracterizada por:

1. El número considerado de pequeñas tiendas independientes.
2. Poco nivel de concentración del sector, a diferencia de los principales mercados europeos (Francia, Reino Unido, Bélgica).

3. El predominio de la distribución en el centro de las ciudades y en zonas urbanas.
4. Pequeña proporción de hipermercados.

En términos de porcentaje la localización del consumidor se encuentra de la siguiente manera:

Venta al por menor tradicional	24,8%
Grandes tiendas especializadas	22%
Cadenas de tiendas de productos no alimentarios	13%
Grandes tiendas de bricolaje	11,7%
Tiendas de descuento	11%
Supermercados	7,9%
Venta a distancia	5,8%
Grandes almacenes	8,8%

Fuente Santander Trade: Tabla 3 Localización del consumidor alemán.

Las ciudades objetivo más atractivas son Berlín y Hamburgo con una población de 3.699.500 y 1.874.300 habitantes respectivamente. Esta población permite que sea un mercado llamativo, la calidad de vida de sus habitantes es media alta, así como sus niveles de ingresos. Teniendo en cuenta las exigencias de un mercado que quiere consumir alimentos saludables cada vez más, estas dos ciudades marcan la pauta de esas tendencias y ofrecen oportunidades para establecer relaciones comerciales y llevar el cacao fino y de aroma colombiano con éxito a estas ciudades.

Elementos que inciden en la decisión de compra en Alemania.

Un elemento que incide en la decisión de compra es el impulso. La mayor fortaleza del cacao colombiano en los mercados internacionales es su calidad, distinción “fino de aroma”, la cual fue otorgada por el International Cocoa Organization (ICCO) que describe un cacao de exquisito aroma y sabor. Al ser fino de aroma, el cacao colombiano tiene oportunidades en el mercado alemán cuyos consumidores valoran las buenas condiciones para quienes trabajan en cultivos, el comercio justo.

El cacao de aroma es adquirido por los chocolateros gourmet los cuales comercializan su producto hacia segmentos altos y consumidores con alto poder adquisitivo, quienes, a su vez, tienen un gran sentido por la responsabilidad social. Esto específicamente lleva a que se valore el producto y que el precio supere los precios incluso, de la bolsa, por razones de calidad, lo que permite la distinción entre el cacao africano.

Los cultivos en Colombia son principalmente de cacao criollo, el cuál es un grano de cáscara fina, suave y muy aromático y es reconocido ser de gran calidad, exclusivo para fabricación de chocolates finos por el nivel de equilibrio y acidez. Las certificaciones le dan un valor agregado al cacao que se convierte en un precio más alto de venta. Por lo tanto, la marca del cacao colombiano con o sin certificación tiene más prestigio dentro del mercado alemán.

Fuente: proolombia.co

Segmentación

Alemania tiene una alta población a nivel nacional, así como también ciudades muy atractivas para exportar el cacao colombiano. A continuación, se muestran diferentes aspectos del segmento de mercado alemán:

Edad de la población:

esperanza de vida en años	
Hombre:	78,6
Mujeres:	83,4

Fuente: Santandertrade.com - Tabla 4 Edad poblacional alemana.

Distribución de la edad por edades

Menos de 5 años:	4,1%
De 5 a 14 años:	9,3%
de 15 a 24 años:	11,2%
De 25 a 69 años:	60,7%
Más de 70 años:	14,8%
Más de 80 años:	5,1%

Fuente: santandertrade.com - tabla 5 Distribución de la edad alemana.

Composición de los hogares

Número total de hogares (en millones)	40,1
Tamaño promedio de los hogares	2,2 personas
% hogares de 1 persona	39,0%
% hogares de 2 personas	29,0%
% hogares de 3 a 4 personas	23,0%
% hogares de más de 5 personas	3,7%

Fuente: santandertrade.com - Tabla 6 Composición de hogares alemanes.

Gastos de consumo

	2019	2020	2021	2022	2023
Paridad del poder adquisitivo	0,74	0,74	0,73	0,73	0,72

Fuente: santandertrade.com - Tabla 7 Gastos de consumo alemán. Gastos de consumo de los hogares.

	2018	2019	2020
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	1.874.445	1.902.779	1.791.311
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	1,4	1,6	-5,9
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	22.597	22.899	21.520

Fuente: santandertrade.com - Tabla 8 gastos de consumo de los hogares alemanes.

Tamaño de los clientes en Alemania.

Amplio, exigente y concentrado, así es el mercado de la confitería de Alemania. Con un potencial de 80 millones de consumidores, es una plaza atractiva para cualquier empresa. Sin embargo, ingresar y posicionarse no es una tarea fácil, se requiere de tiempo, recursos, estrategia y, sobre todo, de productos innovadores. Alemania es el principal mercado de chocolate y confitería en la UE, con destacadas industrias para el chocolate, bebidas y confitería.

Según la Asociación Alemana de la Industria Confitera (BDSI, por su sigla en alemán) se ha convertido en uno de los principales dinamizadores del sector agrícola, ya que anualmente procesa 350.000 toneladas de cacao. De acuerdo con el informe The Food & Beverage Industry in Germany (2011-2012), elaborado por Germany Trade & Invest, el alto nivel de innovación

y las bajas barreras para la entrada de nuevos productos al mercado permitieron que la producción alemana aumentará, por lo tanto, la demanda del cacao también. Fuente: legiscomex.com

En Colombia

El cultivo de cacao en Colombia consolida la paz y desarrollo en las regiones, por lo que ha sido priorizado por el Gobierno Nacional y Cooperación Internacional para la ejecución de proyectos tendientes a mejorar la productividad y calidad de vida de los productores.

Datos mundiales del sector

Según TradeMap, las importaciones mundiales de confitería de cacao han rondado los US\$23.000 millones anuales. De acuerdo con Euromonitor, se espera que las ventas de chocolatería de chocolate registren un crecimiento anual compuesto del 4,4% de aquí al 2024. El top 5 de importadores de derivados del cacao son Estados Unidos, **Alemania**, Países Bajos, Bélgica y Francia. Mientras que el top 5 de exportadores está compuesto por Países Bajos, Bélgica, Costa de Marfil, Alemania e Indonesia, según TradeMap.

CBI indica que, dado el aumento en la popularidad del chocolate especial, el consumidor europeo demanda sostenibilidad y cacao fino y de aroma, características que podrían aprovechar los exportadores colombianos. Fuente: procolombia.co

“Como estrategia se vienen adelantando gestiones comerciales por parte de las federaciones de los países productores y exportadores del Caribe a México, de Perú a Venezuela, de Bolivia a Colombia y en todo el Amazonas. El cacao fino tiene ADN latinoamericano, y se extiende por un continente que no siempre ha sabido reconocerlo ni sacarle el suficiente provecho comercial, pero que en los últimos años parece haber redescubierto su valor.” Fuente: www.portafolio.co

La creciente demanda internacional de chocolates finos provocó que las grandes marcas crearán nuevas líneas de cacao fino, y con ellas nació la oportunidad de fortalecer a miles de comunidades campesinas y de sumar al cacao a una cadena de valor global. También provocó que productores latinoamericanos lograran cierto reconocimiento internacional.

Actualmente la región produce el 80% del cacao fino de aroma del mundo, y la materia prima es abundante: está el cacao fino del Caribe, el blanco de Venezuela y Perú y los nativos de Bolivia, Colombia y México, por mencionar solo algunos.

Esta madurez del mercado genera una nueva oportunidad que América Latina tradicionalmente no tuvo: un mercado masivo donde promover su cacao y su chocolate fino. “Para aprovechar la ventaja comparativa de América Latina será necesario atraer tecnología y conocimientos que permitan innovar y desarrollar una oferta de calidad, posibilitando que la producción de cacao fino, chocolates, bombones, chocolate en polvo y otros insumos asociados, alcancen escala global y refuercen la posición competitiva de la región”, dice Federico Vignati, experto en negocios verdes de CAF.

Pero cuanto más grande es el mercado potencial, más grande es la competencia. En varios rincones del mundo están surgiendo nuevos productores y, según Vignati, “si no nos organizamos, el ‘market share’ que tenemos en el momento puede reducirse drásticamente”.

Actualmente, una tonelada de cacao bulk (el más común) tiene un valor promedio de entre 3.100 y 3.500 dólares por tonelada. El precio del cacao fino de aroma puede oscilar entre 3.500 y 10.000 dólares por tonelada. La producción de cacao promueve directa e indirectamente la inclusión económica de más de 3 millones de personas en la región, en una muestra de que el cacao puede no solo ser lucrativo sino mejorar las condiciones de vida de millones de latinoamericanos.

Hasta ahora se han unido nueve países (México, Panamá, República Dominicana, Colombia, Ecuador, Perú, Brasil, Costa Rica y Bolivia), y se espera que, gracias a la promoción de la productividad y a la integración de conocimiento y tecnología, logren entrar en mercados que privilegian el biocomercio y la oferta de calidad, como por ejemplo el **alemán**, el francés o el norteamericano. Fuente: www.portafolio.co

The screenshot shows the website interface for 'Colombia Potencia de la Vida'. The header includes the logo 'COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA' and 'Colombia Productiva' with the tagline 'PRODUCTIVIDAD - CALIDAD - VALOR AGREGADO'. The navigation menu includes 'Inicio', 'Conózcenos', 'Servicios', 'Convocatorias', 'Publicaciones', 'Capacitate', and 'Comunicaciones'. A blue banner highlights 'Alianza El Agro Exporta' with sub-items 'Asistencia Técnica Gremial' and 'Encadenamientos Productivos'. Below this, the main heading reads 'ASISTENCIA TÉCNICA GREMIAL' with a breadcrumb trail: 'Inicio / Servicios / Proyectos / Alianza El Agro Exporta / Asistencia Técnica Gremial'. The featured project title is 'Proyecto para producir cacao nariñense de óptima calidad para Europa y Estados Unidos'.

Proyecto que busca incrementar la producción y la calidad del cacao en Tumaco. También incluye un acompañamiento socio empresarial con miras a fortalecer el proceso comercial para incrementar las exportaciones de cacao de Tumaco.

Sobre la Alianza

Este proyecto forma parte de la Alianza El Agro Exporta, estrategia que articula a los ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural, y de Comercio, Industria y Turismo, a través del Programa de Transformación Productiva (PTP), con la cual se busca fortalecer toda la cadena productiva del agro nacional, con el fin de mejorar su productividad, calidad y comercialización.

La Alianza El Agro Exporta reúne a 60 entidades entre ellas gremios, empresas, asociaciones de productores, gobernaciones y alcaldías para el crecimiento y fortalecimiento de 11.000 agricultores de 18 departamentos, a través de 29 proyectos.

Ejecutor: Fedecacao

Tipo de proyecto: Asistencia Técnica Gremial

Eje: productividad y calidad

Recursos totales: \$1.400 millones

Impacto

Número de beneficiarios Totales: 800, de los cuales todos están ubicados en zonas Zomac.

Departamentos: Nariño

Municipios: 1 (San Andrés de Tumaco - Zomac)



The screenshot shows the website interface for Colombia Productiva. At the top left is the logo for 'COLOMBIA PRODUCTIVA LA VIDA'. To the right is the 'Colombia Productiva' logo. Below these are navigation links: 'Inicio', 'Conózcenos', 'Servicios' (highlighted with a blue border), 'Convocatorias', 'Publicaciones', 'Capacitate', and 'Comunicaciones'. A search icon is on the far right. Below the navigation bar is a yellow banner that says 'Convocatoria abierta'. Underneath, it reads 'CONVOCATORIA 826' followed by the main title: 'Accede a cofinanciación para certificaciones de calidad con la convocatoria de Calidad para la Internacionalización'. Below the title is a calendar icon and the date 'agosto 15 de 2023'. The main text of the announcement states: 'Como parte de la estrategia Calidad para la Reindustrialización, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de Colombia Productiva, abre la convocatoria Calidad para la Internacionalización, con la que se brindarán recursos de cofinanciación no reembolsable para adelantar proyectos de certificación de calidad para acceder a mercados internacionales.'

Actualmente se encuentra abierta esta convocatoria que desde el gobierno nacional - Colombia productiva busca apoyar con cofinanciación, condonable a sectores como el cacaotero para el desarrollo de proyectos de certificación de calidad para poder acceder a mercados internacionales.

Por medio de la convocatoria Calidad para la Internacionalización se seleccionarán proyectos para que empresas logren certificaciones de calidad requeridas para exportar (exportación por primera vez o para ampliar mercados internacionales o lograr acceso a nuevos mercados internacionales) y/o para apoyar a laboratorios para que acrediten ensayos requeridos por los sectores productivos para exportar.

Se cofinanciará hasta el 70 % del valor total del proyecto, otorgando un máximo de recursos por empresa o laboratorio de 130 millones de pesos. El proponente deberá aportar el 30 % restante como contrapartida en efectivo. Si el valor de la ejecución del proyecto supera estas cifras, los recursos deberán ser aportados por el proponente (tener en cuenta en los términos de referencia los rubros no cofinanciables).

¿Qué beneficios tendrán las empresas que hagan parte del proyecto?

Las empresas o laboratorios que postulen sus proyectos podrán obtener recursos de cofinanciación no reembolsables para contratar:

- Empresas: servicios de asistencia técnica-consultoría requerida para la adecuación de procesos, formación (cursos, diplomados) relacionados con la certificación, pago de ensayos de laboratorio para los casos en que la certificación los requiera y el pago de los servicios del Organismo Evaluador de la Conformidad.
- Laboratorios: servicios de asistencia técnica-consultoría requerida para la adecuación de procesos, formación (cursos, diplomados) relacionados con la acreditación, participación en ensayos de aptitud requeridos para la acreditación y el pago de los servicios del Organismo de Acreditación.

Sector(es) o tipo de empresas que pueden participar

Pueden participar micro, pequeñas y medianas empresas de cualquier parte del país que pertenezcan a sectores de agroalimentos, manufactura y servicios priorizados por Colombia Productiva:

- Agroalimentos
- Sistema Moda
- Químicos
- Plástico
- Industrias para la Construcción
- Industrias del Movimiento
- Servicios: turismo, BPO, ITO
- Y sectores de las apuestas de la Política de Reindustrialización: agroindustria y soberanía alimentaria, salud, defensa y vida.

Este tipo de proyectos que se encuentran disponibles, abren una posibilidad de obtener certificaciones requeridas para lograr cumplir con los estándares de calidad exigidos por países como Alemania para lograr hacer negociaciones comerciales favorables con el cacao.

4.5.1. Modalidad de Exportación

La modalidad de exportación más adecuada para enviar cacao en grano seco desde Tumaco, Nariño, hacia Alemania es la Exportación con intermediación y/o Comercializadoras internacionales debido a que es un producto con una vida útil relativamente corta, por ser un producto perecedero, es muy importante una rápida logística y distribución para mantener su calidad.

4.5.2. Medio de transporte

El transporte utilizado y sugerido es el marítimo en contenedores, ya que proporciona una plataforma segura, confiable y más económica como medio de transporte para el cacao seco en grano, garantizando su llegada en condiciones óptimas y cumpliendo con los estándares de calidad requeridos para la exportación.

4.5.3. Alternativas de Transporte

La alternativa de transporte preferida es el transporte aéreo en contenedor estándar debido a que garantiza un menor tiempo en el transporte y un manejo seguro en la manipulación de la mercancía hasta el país de destino. Esta opción es especialmente adecuada para mantener la calidad y la vida útil del cacao seco en grano durante el viaje.

Principales puertos

Colombia tiene dos puertos de contenedores principales: Cartagena, en el Caribe, y Buenaventura, en el Pacífico.

Los principales puertos marítimos en Alemania son: Hamburgo, Puertos de Bremen (Bremerhaven y Bremen), Lübeck, Rostock y Wilhelmshaven.

Aeropuertos

Los aeropuertos más importantes de Alemania son: Frankfurt (FRA), Düsseldorf (DUS), Berlín-Schönefeld (SXF), Múnich (MUC) y Hamburgo (HAM).

Los aeropuertos más importantes de Colombia son: Aeropuerto Internacional de Bogotá, Aeropuerto Internacional de Rionegro, Aeropuerto Internacional de Cali, Aeropuerto Internacional de Barranquilla.

4.5.4. Rutas

Salida terrestre desde Tumaco, Nariño llegada a Puerto de Buenaventura, Valle del Cauca.

Salida marítima desde Puerto de Buenaventura, Valle del Cauca llegada a Puerto de Bremerhaven - Alemania.



Fuente: imagen tomada de procolombia.co

Servicios marítimos: Alemania cuenta con una ubicación estratégica, por lo tanto, cuenta con una amplia y moderna infraestructura portuaria, con más de 60 puertos y subpuertos auxiliares, abiertos para el manejo de carga. Desde Colombia la oferta de servicios de exportación se dirige principalmente a los puertos Bremen-Bremerhaven y Hamburgo.

En servicios existen diferentes opciones para los exportadores colombianos a cualquiera de los puertos antes mencionados. Desde Buenaventura hacia los puertos de Alemania existen 7 navieras, las conexiones se realizan en los puertos de Panamá, Países Bajos, Alemania, Bélgica y Brasil.

Figura 7 Navieras con servicios a Alemania. Fuente: Líneas Marítimas, información procesada por la coordinación de Logística y competitividad ProColombia.

Servicios aéreos

Líneas navieras con oferta de servicios a Alemania



Fuente: imagen tomada de procolombia.co: Alemania cuenta con 539 pistas aéreas a lo largo de su territorio.

Aproximadamente 18 aeropuertos tienen facilidades aduaneras, además de estar dotados para el manejo y almacenamiento de carga incluyendo almacenamiento frío y protección de valores.

La mayoría de carga aérea ingresa por Frankfurt y de ahí es transportada por carretera a los centros de distribución regionales. Desde Colombia la oferta de servicios se dirige principalmente a los aeropuertos de: Berlín, Bremen, Cologne-Bonn, Dusseldorf, Frankfurt, Hamburgo, Hannover, Múnich, Núremberg y Stuttgart.

Actualmente, desde Bogotá existen más de 3 aerolíneas que prestan servicios de transporte hacia Alemania. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Turquía, Países Bajos, España y Francia.

Fuente: Aerolíneas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad ProColombia.

4.5.5. Tiempos de entrega

Los tiempos estimados de entrega están contemplados mayormente por el medio de transporte utilizado, para el producto en estudio el transporte sugerido requiere transporte marítimo hasta el puerto en destino en Alemania, en este caso el tiempo de entrega conlleva los tiempos de trayecto desde Tumaco Nariño, al puerto de Buenaventura (24 horas aprox), 8 días en bodegas en puerto de origen, 18 a 20 días de transporte marítimo y 6 días en bodegas puerto de destino para un total de 34 días aproximadamente.

4.5.6. Embalajes

Los granos de cacao seco se empacan en sacos de 60 kg de bramante o yute. Los granos deben estar enteros, libres de insectos, basuras y piedras. Los sacos se estiban o colocan sobre polines de madera para evitar que entren en contacto con el suelo. También se puede optar por el manejo de carga a granel en contenedores.

Regulaciones para el empaque, etiquetas en Colombia y en Alemania.

Según información registrada en Santander Trade, el empaque debe estar conforme a la legislación europea sobre prevención de riesgos para la salud de los consumidores y protección del medio ambiente; especialmente lo concerniente al tratamiento de los desechos. Los envases de madera o hechos con materiales vegetales podrán verse sometidos a controles fitosanitarios.”

Todos los actores, incluyendo a vendedores en línea, que ingresan productos embalados (inclusive material relleno) al mercado alemán, y que termina como basura entre los consumidores, están sujetos a la ley alemana de embalaje VerpackG.

Los idiomas autorizados en el embalaje y etiquetado son el alemán. aunque, es usado como estrategia de imagen internacional de una marca. La unidad de medida autorizada es el Sistema métrico decimal. La marca de “hecho en” es obligatoria para los productos alimenticios

y las bebidas alcohólicas; el acuerdo de Madrid prevé sanciones en caso de información falsa sobre la procedencia del producto.

La legislación europea establece reglas específicas de etiquetado para ciertos productos como los alimentarios, los electrodomésticos, la ropa deportiva, los textiles, los medicamentos, los productos químicos, etc. Fuente: Santander TRADE.

4.5.7. Término de Negociación

Para la implementación de este plan de exportación, se aplicará la cláusula INCOTERM FOB (Free On Board).

4.5.8. Lugar de Entrega y Destino (Puerto, Aeropuerto, Zona Franca)

La carga se dirigirá al puerto de Bremerhaven en Alemania para su entrega.

4.5.9. Contratos y formas de pago y riesgos Críticos

El tipo de contrato y la forma de pago se realizará mediante un enfoque más formal y estructurado en el proceso de exportación de cacao desde Tumaco, Nariño, hacia Alemania. La tradicional práctica de acuerdos verbales ha evolucionado hacia contratos por escrito, donde se especifican en detalle elementos esenciales como la cantidad de cacao, el precio unitario, la fecha estimada de entrega y las condiciones de pago. En línea con estándares internacionales, se ha establecido un período de 30 a 60 días posteriores a la entrega en el país destino para los pagos.

Riesgos Críticos: Sistemas de cambios de monedas.

Sistema de cambio de monedas

La moneda local	Euro (EUR)
Régimen de cambio de monedas	Tasa de cambio flotante.
Nivel de inestabilidad de la moneda	Riesgo de cambio limitado ya que el euro es una divisa muy importante.
Tipo de cambio 22/08/2023:	1 EUR = 1.0913 USD, 1 USD = 0.9164 EUR

Indicadores monetarios	2016	2017	2018	2019	2020
Dólar estadounidense (USD) - Tasa de cambio anual media por 1 EUR	1,06	1,13	1,18	1,12	1,14

Fuente: World Bank - Ultimos datos disponibles.

4.6. Aspectos de Costos y Financieros

4.6.1. Utilidad del producto (Precio puesto en fábrica EXW)

La utilidad del producto en EXW es de USD\$21.246.3

4.6.2. Distribución física internacional:

4.6.3. Matriz de costos de la exportación

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	CACAO EN GRANO
	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	KILO
	UNIDAD DE EMPAQUE	SACO CON 60 KILOS
	PESO TOTAL KG/TON	25000
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	TOTAL, DE UNIDADES DE EMPAQUE	416,67
	CANTIDAD ARTÍCULOS X UNIDAD DE EMPAQUE	1
	DIMENSIONES	
	TOTAL, UNIDADES COMERCIALES	416,67
	# CAMIONES	1
	# CONTENEDORES	1
	BODEGAJE DÍAS PUERTO ORIGEN	8
	BODEGAJE DÍAS PUERTO DESTINO	6
	PUNTO DE CARGUE - ORIGEN	Buenaventura
	PUERTO DE DESEMBARQUE - DESTINO	Bremerhaven - Alemania
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	UTILIDAD (%)	35%
	POSICIÓN ARANCELARIA	1801001900
	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	4.053,59

CONCEPTO COSTOS	VALOR EN COP	VALOR EN USD	COSTO TOTAL USD	COSTO UNITARIO USD	PRECIO X UNIDAD DE EMPAQUE
Costo neto Unitario del producto	390.000,00	*****	40.088,28	96,21	96,21
Cálculo utilidad			61.334,58	147,20	147,20
Manipulación Operativa en instalaciones del exportador	4.000.000,00	*****	986,78	2,37	2,37
Marcado	200.000,00	*****	49,34	0,12	0,12
VALOR EN FÁBRICA O EXW			62.370,70	149,69	149,69

Cargue al camión	336.000,00	*****	82,89	0,20	0,20
Transporte interno o local país de origen	5.000.000,00	*****	1.233,48	2,96	2,96
Seguro interno o local país de origen	59.236,54	*****	14,61	0,04	0,04
Trámites de exportación (Agencia de aduana)	1.348.000,00	*****	332,55	0,80	0,80
Gastos locales	90.000,00	*****	22,20	0,05	0,05
Gastos de Administración de Archivo	50.000,00	*****	12,33	0,03	0,03
Formato Dex y Certificado de origen	10.000,00	*****	4,93	0,01	0,00
Transmisión Electrónica de cada documento (Dex - certificado Origen)	15.000,00	*****	7,40	0,02	0,02
Elaboración de documentos de Exportación	20.000,00	*****	9,87	0,02	0,02
VALOR FCA			64.090,96	153,82	153,81

Bodegajes	*****	18,15	145,20	0,35	0,35
Uso de Instalaciones	*****	94,00	94,00	0,23	0,23
Movimiento contenedor para	1.017.000,	*****	250,89	0,60	0,60

inspección	00				
Movimiento contenedor para inspección antinarcóticos	1.147.000,00	*****	282,96	0,68	0,68
Cargue y descargue	1.007.000,00		248,42	0,60	0,60
Visto bueno Invima	146.345,00	*****	36,10	0,09	0,09
Visto Bueno Fitosanitario Ica	110.118,00	*****	27,17	0,07	0,07
VALOR FAS			65.175,70	156,27	156,26

Cargue al transporte principal (Grúa de Carga)		115,00	115,00	0,28	0,28
VALOR FOB			65.290,70	156,54	156,53

Transporte internacional		3.575,06	3.575,06	8,58	8,58
Combustible		500,00	500,00	1,20	1,20
Seguridad		6,00	6,00	0,01	0,01
BL		50,00	60,00	0,14	0,14
VALOR CFR/CPT			69.431,76	166,48	166,47

Seguro Internacional	*****	304,09	304,09	0,73	0,73
VALOR CIF/CIP			69.735,85	167,21	167,20

4.7. Estudio financiero

4.7.1. Diagnóstico Financiero Empresa (Razones de liquidez, Razones de endeudamiento y Razones de rentabilidad)

INDICADORES FINANCIEROS			
Indicador	Fórmula	Año 1	Interpretación
Indicadores de Liquidez			
Razón Corriente	Activo corriente / pasivo corriente	1,18	La empresa se encuentra en un alto grado de solidez, por lo que desde el punto de vista de liquidez es una señal positiva ya que podrá cubrir sus pasivos en el corto plazo.
Prueba Ácida	(Activo corriente - inventario) / pasivo corriente	1,18	Es una empresa que puede pagar su deuda de corto plazo sin depender demasiado de los suministros, esto tiene un impacto positivo en la liquidez, el nivel de solidez es alto, por lo que desde una perspectiva de liquidez es una señal positiva porque será capaz de cubrir sus obligaciones a corto plazo.
Capital Neto de Trabajo	Activo corriente - pasivo corriente	31.530.000	La empresa tiene un exceso de activos líquidos para cubrir sus obligaciones a corto plazo para este primer año.
Indicadores de Rentabilidad			
Margen Bruto	Utilidad bruta / Ingresos operacionales	35,00%	El margen bruto del 35% refleja una eficiente gestión de costos y una estrategia de precios efectiva, lo que resulta en un aumento constante de la utilidad por cada peso vendido.
Margen Operacional	Utilidad operacional / Ingresos operacionales	21,41%	Un margen operacional saludable como este es una señal positiva de la rentabilidad de la empresa.
Margen UAI (antes de impuestos)	UAI / Ingresos operacionales	19,68%	Margen de ganancia antes de impuestos del 19.68% sobre sus ingresos operacionales. Esto sugiere que la empresa está generando un beneficio sólido antes de deducir los impuestos.

Margen neto	Utilidad neta / Ingresos operacionales	13,18%	El margen neto del 13,18% es positivo y demuestra que la empresa tiene la capacidad de generar beneficios sólidos en comparación con sus ingresos totales. En general, un margen neto saludable indica una empresa rentable y eficiente en la gestión de sus costos y operaciones.
Rendimiento Neto del Patrimonio	Utilidad neta / patrimonio	434,83%	por cada unidad de patrimonio invertido, la empresa está obteniendo un beneficio neto que es aproximadamente 4.35 veces mayor. Esto sugiere una rentabilidad sólida y eficiente en la utilización de los recursos propios.
Rendimiento del activo total	UAI/ total activos	105,28%	La empresa está generando un rendimiento que es aproximadamente 1.05 veces el valor de esos activos. En general, esto es una señal positiva de eficiencia en la utilización de los activos de la empresa para generar ganancias.
Indicadores de Endeudamiento			
Nivel de endeudamiento	Total pasivos/ total activos	85,09%	Un nivel de endeudamiento del 85.09% indica que la empresa tiene una carga considerable de deuda en relación con sus activos totales y sugiere la necesidad de una gestión cuidadosa de la deuda y un análisis detallado de su capacidad para manejar estas obligaciones financieras.
Endeudamiento financiero	(Obligaciones financieras corto plazo + largo plazo) / total activo	85,09%	Un nivel de endeudamiento del 85.09% indica que la empresa tiene una carga considerable de deuda en relación con sus activos totales y sugiere la necesidad de una gestión cuidadosa de la deuda y un análisis detallado de su capacidad para manejar estas obligaciones financieras.
Impacto de la carga financiera	Gastos financiero s/ ventas netas	1,74%	Un impacto de carga financiera relativamente bajo sugiere que la empresa está dedicando una pequeña proporción de sus ventas netas para cubrir sus gastos financieros, como el pago de intereses por deudas. Esto puede ser interpretado de manera positiva, ya que indica que la empresa no está abrumada por costos financieros significativos en relación con sus ingresos generados.
Cobertura de interés 1	Utilidad operacional / gastos financieros	12,3	Un índice de cobertura de interés del 12.3% sugiere que la empresa tiene la capacidad financiera para cumplir cómodamente con sus obligaciones de deuda, lo que es positivo en términos de su salud financiera y su capacidad para mantener la rentabilidad.
Indicadores de Apalancamiento			
Leverage Total	Total pasivo / Total patrimonio	5,71	Un bajo nivel de apalancamiento financiero es positivo en términos de riesgo financiero, ya que implica que la empresa tiene menos deuda en relación con su capital y, por lo tanto, tiene menos riesgo de dificultades financieras relacionadas con el pago de intereses o vencimientos de deuda.

Leverage Financiero Total	(Obligaciones financieras corto plazo + largo plazo) / Patrimonio	0,57	Nivel extremadamente bajo de apalancamiento indica que la empresa depende en su mayoría de su capital y tiene una carga de deuda mínima en comparación
----------------------------------	---	------	--

4.7.2. Costos de exportación (Matriz de DFI)

El costo de la exportación incluye los servicios de aduana, formularios, procesos y trámites que realiza la agencia de aduanas a contratar para la exportación en términos FOB desde el puerto de Buenaventura Colombia hasta el puerto de destino en Alemania por USD 65.290,70.

4.7.3. Recursos financieros

La modalidad en la que funciona la Organización Chocolate Tumaco, les permite contar con algunos recursos financieros propios como base para la compra y venta del cacao y gran parte de la rentabilidad que se obtiene se reinvierte en mejoras de los procesos que ejerce la organización y gestiones comerciales y a administrativas que aportan valor a la misma; Por lo que para llevar a cabo un plan exportador tendrán que gestionar financiación para los productores y la propia organización, para desarrollar el proyecto que los lleve a lograr aumentar su capacidad de producción, obtener maquinarias, disponer del recurso humano capacitado necesario, capacitación, tecnificación, certificaciones entre otros.

Crédito
i(Tasa de Interés Efectivo Anual)
i(Tasa de Interés Mensual)
N
Cuota
Abono

Tasa actual: 13,25% (Vigente desde Martes 02 de Mayo de 2023)

	Periodo	Cuota	Capital	Interés	Saldo
	0				\$ 180.000.000
	1	\$ 8.532.489,83	\$ 6.626.949,63	\$ 1.905.540	\$ 173.373.050
	2	\$ 8.532.489,83	\$ 6.697.104,73	\$ 1.835.385	\$ 166.675.946
	3	\$ 8.532.489,83	\$ 6.768.002,53	\$ 1.764.487	\$ 159.907.943
	4	\$ 8.532.489,83	\$ 6.839.650,86	\$ 1.692.839	\$ 153.068.292
	5	\$ 8.532.489,83	\$ 6.912.057,69	\$ 1.620.432	\$ 146.156.235
	6	\$ 8.532.489,83	\$ 6.985.231,05	\$ 1.547.259	\$ 139.171.004
	7	\$ 8.532.489,83	\$ 7.059.179,04	\$ 1.473.311	\$ 132.111.824
	8	\$ 8.532.489,83	\$ 7.133.909,87	\$ 1.398.580	\$ 124.977.915
	9	\$ 8.532.489,83	\$ 7.209.431,83	\$ 1.323.058	\$ 117.768.483
	10	\$ 8.532.489,83	\$ 7.285.753,28	\$ 1.246.737	\$ 110.482.729
	11	\$ 8.532.489,83	\$ 7.362.882,71	\$ 1.169.607	\$ 103.119.847
	12	\$ 8.532.489,83	\$ 7.440.828,64	\$ 1.091.661	\$ 95.679.018
	13	\$ 8.532.489,83	\$ 7.519.599,74	\$ 1.012.890	\$ 88.159.418
	14	\$ 8.532.489,83	\$ 7.599.204,74	\$ 933.285	\$ 80.560.214
	15	\$ 8.532.489,83	\$ 7.679.652,47	\$ 852.837	\$ 72.880.561
	16	\$ 8.532.489,83	\$ 7.760.951,83	\$ 771.538	\$ 65.119.609
	17	\$ 8.532.489,83	\$ 7.843.111,87	\$ 689.378	\$ 57.276.497
	18	\$ 8.532.489,83	\$ 7.926.141,67	\$ 606.348	\$ 49.350.356
	19	\$ 8.532.489,83	\$ 8.010.050,46	\$ 522.439	\$ 41.340.305
	20	\$ 8.532.489,83	\$ 8.094.847,53	\$ 437.642	\$ 33.245.458
	21	\$ 8.532.489,83	\$ 8.180.542,29	\$ 351.948	\$ 25.064.916
	22	\$ 8.532.489,83	\$ 8.267.144,25	\$ 265.346	\$ 16.797.771
	23	\$ 8.532.489,83	\$ 8.354.663,01	\$ 177.827	\$ 8.443.108
	24	\$ 8.532.489,83	\$ 8.443.108,26	\$ 89.382	-\$ 0
24 meses	Totales	\$ 204.779.756	\$ 180.000.000	\$ 24.779.756	
12 meses		\$ 102.389.878	\$ 84.320.982	\$ 18.068.896	
	Kd (Costo de la deuda)	21,43%			

Fuente: Proyección del financiamiento - Elaboración propia

4.7.4. Estado de Resultados proyectado

La elaboración del estado de resultados, recopila toda la información financiera, dentro de la cual se consideran ingresos, gastos y costos de la empresa. En esta tabla se adiciona el impuesto a la renta equivalente al 33%. El estado de resultados ilustra un panorama positivo para la empresa pues en todos los periodos se obtienen saldos positivos que incrementan con el paso de los años.

Proyección Costos Totales de Producción					
Concepto	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 1.040.000.00	\$ 1.068.874.400	\$ 1.189.686.960	\$ 1.351.364.062	\$ 1.532.707.372
(-) Costo de Mercancía Vendida	\$ 676.000.000	\$ 639.845.960	\$ 716.626.841	\$ 815.295.078	\$ 924.602.009
(=) Utilidad Bruta	\$ 364.000.000	\$ 429.028.440	\$ 473.060.119	\$ 536.068.984	\$ 608.105.362
(-) Gasto de Admin y Ventas	\$ 141.303.326	\$ 149.244.573	\$ 158.199.248	\$ 167.691.203	\$ 177.752.675
(=) Utilidad antes de Intereses e Impuestos	\$ 222.696.674	\$ 279.783.867	\$ 314.860.871	\$ 368.377.781	\$ 430.352.688
(-) Gastos Financieros	\$ 18.068.896	\$ 6.710.860	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 204.627.778	\$ 273.073.007	\$ 314.860.871	\$ 368.377.781	\$ 430.352.688
(-) Impuesto de Renta (33%)	\$ 67.527.167	\$ 90.114.092	\$ 103.904.087	\$ 121.564.668	\$ 142.016.387

		\$	\$		
(=) Utilidad Neta	137.100.611	\$ 182.958.915	\$ 210.956.783	\$ 246.813.113	\$ 288.336.301

4.7.5. Flujo de caja libre (5 años)

Proyección Costos Totales de Producción					
Concepto	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas de Contado	\$ 728.000.000	\$ 748.212.080	\$ 832.780.872	\$ 945.954.843	\$ 1.072.895.160
(+) Recaudo de Ventas Mismo Año	\$ 286.000.000	\$ 293.940.460	\$ 327.163.914	\$ 371.625.117	\$ 421.494.527
(+) Recaudo de Ventas Año Siguiente	\$ -	\$ 26.000.000	\$ 26.721.860	\$ 29.742.174	\$ 33.784.102
(+) Iva por Ventas	\$ 52.000.000	\$ 53.443.720	\$ 59.484.348	\$ 67.568.203	\$ 76.635.369
(=) Total de Ingresos del Año	\$ 1.066.000.000	\$ 1.121.596.260	\$ 1.246.150.994	\$ 1.414.890.337	\$ 1.604.809.158
Egresos					
Pago Materia Prima	\$ 676.000.000	\$ 639.845.960	\$ 716.626.841	\$ 815.295.078	\$ 924.602.009
(+) Mano de Obra	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) CIF (sin depreciación)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Iva por Compras	\$ 33.800.000	\$ 31.992.298	\$ 35.831.342	\$ 40.764.754	\$ 46.230.100
(+) Pago Iva Mismo Año	\$ 15.166.667	\$ 17.876.185	\$ 19.710.838	\$ 22.336.208	\$ 25.337.723
(+) Pago Iva Año Siguiente	\$ -	\$ 3.033.333	\$ 3.575.237	\$ 3.942.168	\$ 4.467.242
(+) Gastos de Admin y Ventas	\$ 141.303.326	\$ 149.244.5	\$ 158.199.2	\$ 167.691.203	\$ 177.752.675

		73	48		
		\$	\$		
Impuesto de Renta	\$ 67.527.167	90.114.09	103.904.0	\$ 121.564.668	142.016.387
		\$	\$		\$
(=) Total de Egresos del Año	933.797.160	\$ 932.106.4	1.037.847.	\$ 1.171.594.077	\$ 1.320.406.13
		42	594		7
		\$	\$		\$
Efectivo Generado en el Año	132.202.840	\$ 189.489.8	208.303.4	\$ 243.296.260	284.403.021
		18	00		
		\$	\$		\$
(+) Saldo Inicial	\$ -	132.202.8	189.489.8	\$ 208.303.400	243.296.260
		40	18		
		\$	\$		\$
(=) Saldo Final	132.202.840	\$ 321.692.6	397.793.2	\$ 451.599.660	527.699.281
		58	18		

El flujo de caja permite conocer la información necesaria acerca de los recursos que genera la empresa, tomando en consideración los flujos de entrada y salida, en un periodo de tiempo determinado. Como parte del desarrollo del análisis financiero del proyecto, se toma en consideración un periodo de cinco años para establecer la variación del flujo de caja. Para iniciar la operación la empresa adquiere un préstamo por 180.000.000 por un periodo de 24 meses, tras esta inversión inicial se proyecta para el primer año un flujo de caja de \$132.202.840 y para el último año \$527.699.281. Al resultar positivo el flujo de caja se evidencia como los ingresos fueron mayores que los gastos, a pesar de las obligaciones financieras adquiridas a tan corto plazo.

4.7.6. Evaluación financiera (V.P.N. y T.I.R.)

Evaluación Financiera Proyecto	
Inversión Inicial	-\$ 180.000.000
Flujo Futuro de Caja Año 1	\$ 132.202.840
Flujo Futuro de Caja Año 2	\$ 321.692.658
Flujo Futuro de Caja Año 3	\$ 397.793.218
Flujo Futuro de Caja Año 4	\$ 451.599.660

Flujo Futuro de Caja Año 5	\$ 527.699.281
Valor de Empresa Hoy	\$ 776.818.389
Costo de Capital	21,43%
Tasa Interna de Retorno (TIR)	127%

En la tabla anterior se presenta la evaluación financiera del proyecto, de la cual se toma como inversión inicial un crédito bancario por \$180.000.000 a un interés efectivo anual de 13.47% por un periodo de 24 meses. Los dos indicadores de mayor relevancia para evaluar la viabilidad de este proyecto son el valor actual neto y la tasa interna de retorno. Para el VNA este indicador arrojó un resultado positivo, lo que significa que es pertinente realizar la inversión en el proyecto ya que este genera beneficios. Adicionalmente se considera la TIR que para este proyecto también arrojó un resultado positivo lo que representa un beneficio para los inversionistas.

Capítulo 5

Conclusiones y Recomendaciones

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Los retos y las acciones inmediatas del sector cacaotero en Nariño y en especial en la Costa Pacífica se relacionan con capacidad tecnológica de la región, el mejoramiento de la calidad de los productos, denominación de origen, trabajo asociativo, modelos endógenos de mercadeo, finanzas, producción y acceso a tecnologías. El desarrollo económico y social sostenido en Tumaco implicaría, sin embargo, promover dinámicas de producción a través de esfuerzos que van más allá de la inversión pública y de los proyectos que puedan poner en marcha agencias internacionales, cuya permanencia en el tiempo no está garantizada. Demanda, más bien, un impulso a la inversión privada y condiciones adecuadas para el establecimiento de actividades empresariales formales –y legales– que catalizan la generación de riqueza, de empleo y de capacidades individuales.

En la investigación se pudo evidenciar los avances que se tiene en cuanto a la organización y formalización del sector cacaotero de todos los cultivadores campesinos del sector en Tumaco Nariño, pero requieren recibir apoyo sostenido y con trazabilidad por parte del gobierno nacional y de todas las entidades que representan la agroindustria y al sector cacaotero del País, se reconoce la necesidad de volcar la atención a este sector productivo que tiene gran proyección, pues hablamos de un producto de gran demanda local, nacional e internacional.

Una ventaja competitiva que tiene el sector es que ya está incluido dentro de la organización mundial del cacao. “ La ley de la República permite a Colombia hacer parte de la Organización Internacional del Cacao – ICCO, que representa al 96% de la producción de cacao en el mundo, y que, con el ingreso de Colombia, reúne ahora a 52 países, de los cuales 23 son exportadores de cacao y 29 importadores.

Esta ley permite el ingreso formal de Colombia como miembro de la ICCO, organización intergubernamental establecida en 1973 bajo los auspicios de las Naciones Unidas y que opera en el marco de sucesivos Acuerdos Internacionales del Cacao.

La firma de esta ley es un paso trascendental hacia el posicionamiento internacional del cacao colombiano, al ser la ICCO el máximo órgano de agremiaciones de cacao a nivel mundial. (fedecacao).

Se evidencia un gran potencial en el mercado internacional, pero también barreras que los productores aún no logran superar y es que afirman es el mismo gobierno mediante la representación de algunas de sus entidades y sus políticas establece trámites poco admisibles que más allá de aportar soluciones retrasan el avance comercial internacional enfatizando en la gestión, procedimientos y trámites para lograr obtener los certificados que exige el mercado internacional, y esto cada vez afecta toda la cadena que participa en la producción de este producto, debido a que, de acuerdo a lo enunciado por el Sr. José Hermes Klinger gerente y representante legal de la organización chocolate Tumaco, actualmente no están realizando exportaciones debido a que no logran completar los procesos técnicos y de certificaciones, visto bueno; considerando que el visto bueno, se basa en el documento o check list que establece que el producto cumple con los requisitos de protección de la salud humana y animal, así como también la inocuidad y salubridad de los productos de exportación, se deben solicitar registros tales como los siguientes: ICA e INVIMA, los cuales son aplicados al producto de exportación del cacao en grano, que consiste en materia prima para la elaboración de productos de consumo humano, estos certificados entre otros, como Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ, Orgánico y buenas prácticas agrícolas, exigidos por el mercado internacional, se deben completar como requisitos para poder exportar, por lo que afirman se volvió una tarea muy complicada y costosa de cumplir, pues cada día la tramitología es más compleja, costosa y requiere estar renovándose constantemente, con todas las normas nacionales, internacionales

y los costos que conllevan, en la actualidad la organización Chocolate Tumaco ha decidido no exportar hasta que mejoren los procesos y los costos de certificaciones. Actualmente la organización Chocolate Tumaco comercializa su producción actual a través de su cliente principal nacional, Casa Luker y en menor cantidad a otros clientes y así garantizan la venta total de su producción. La comercialización actual no les permite avanzar ni crecer como organización, por lo que aún no se puede explotar es el gran potencial de producción y exportación que tiene la región, a falta de investigación y apertura de nuevos mercados, recursos humanos y financieros, herramientas y maquinarias, capacitación y tecnificación de algunos procesos necesarios para mejorar sus formas de cultivo, producción, transformación y comercialización.

Análisis financiero

Variaciones en precio y demanda

El precio del cacao varía dependiendo de la época y de las características del cacao, el precio interno también está sujeto a las volatilidades presentadas dada la ley de oferta y demanda de este producto a nivel mundiales, más la especulación propia del mercado, así como a inicio de abril de 2022, el precio de la tonelada de cacao tenía un precio alrededor de US\$2.800, para posteriormente disminuir significativamente a US\$2.382.

Colombia es un país tomador de precios y no formador de los mismos, y en el cacao, así como el petróleo, el café y otros productos, se toman los precios determinados por la cotización de la bolsa de Nueva York o Londres y el comportamiento del dólar.

Se toma como referencia la exportación de 25 toneladas de cacao en grano crudo -seco desde Tumaco - Hamburgo (Alemania) a la fecha se cotiza en término Incoterm FOB USD\$65.290.70 la utilidad que resulta de esta transacción comercial debe cubrir en mayor parte los costos y gastos de certificación y trámites correspondientes, razón por la que sustentan

prefieren comercializar local de una manera más segura y rentable y no someterse a una serie de trámites y costosos certificados.

Chocolate Tumaco aspira que el nuevo gobierno reconozca y solucione las barreras que están obstaculizando el ejercicio productivo, comercial nacional e internacional del sector cacaoero y con la oportunidad de abrir nuevos mercados internacionales, los beneficios que esto trae al desarrollo económico de la región y poder llevar la organización al logro de su objetivo - su visión a mediano plazo, a la vez mejorar la calidad de vida de las comunidades productoras.

Esperan que el gobierno nacional, por medio de políticas públicas para el sector productivo, en especial al sector cacaoero le beneficie y acompañe con trazabilidad en todos los procesos que actualmente se identifican como debilidades y que ameritan atención y solución inmediata, con cambios e implementación de soluciones reales.

5.2. Recomendaciones

Como resultado del análisis de la investigación a continuación se detallan aspectos que deberían ser priorizados en su identificación y solución para empezar a generar los avances que mejoren el sector cacaotero de Tumaco y los procesos de producción y transformación del cacao como producto exportable.

- Financiamiento para implementación de procesos y proyectos productivos que mejoren la eficiencia en toda la cadena de cultivo, producción y transformación.
- Requieren maquinaria especializada para transformar y obtener productos con valor agregado, equipo de laboratorio, personal formado y calificado en las áreas de operación técnicas y administrativas y capacitación para promover el mejoramiento continuo.
- Posibilidad de denominación de origen (Mantener una calidad del cacao Tumaco)
- Fortalecer el trabajo con asociaciones (Producción y comercialización)
- Identificar las organizaciones articuladas a un proyecto de buenas prácticas agrícolas.
- Se requieren centros de beneficio unificados y empresas asociativas que hagan la agregación de valor. Manejo del cacao tecnificado.
- Desarrollo de un modelo tecnológico endógeno que permita de acuerdo con las condiciones locales mejorar la calidad del empleo.
- Acompañamiento y trazabilidad en el beneficio para mantener la calidad del cacao producido.
- Fortalecer el chocolate orgánico Como una estrategia de posicionamiento y que permita acompañar la marca de denominación de origen.

- Controlar el costo de los insumos, el cambio drástico de los insumos afecta directamente el precio final del producto y sus ganancias y alcanzar sus metas de financiación.
- Creación de una estrategia de marketing, una estrategia conjunta, que desarrolle el producto, el precio, la promoción, y la distribución y los puntos de venta de este.
- Desarrollo de Mercados nacionales y mercados internacionales.
- Gestión del mercado, proyectos de innovación, planes de negocio y de mercadeo; Acceso a TIC's La posibilidad de fortalecer mediante servicios informáticos para que los pequeños empresarios puedan llevar un mejor control de sus procesos agroindustriales y sus cultivos.
- Fortalecer la cultura del agricultor cacaotero (elemento social y cultural)
- Garantizar la producción y la proyección requerida, la baja productividad, a la falta de mejoramiento de procesos de cosecha y poscosecha mayor desarrollo social para el cultivo tradicional cacaotero; Se requiere hacer una caracterización cultural de lo hereditario del cultivo, desde lo sociológico y lo afro, de tal forma que se retomen los modelos ancestrales y se le dé importancia al cultivador integrarlo con mejores prácticas de cultivo.
- Gestionar y obtener mayor apoyo del gobierno regional y nacional para enfrentar el conflicto social desde lo económico, lo familiar y lo educativo.
- Además de la sustitución de cultivos ilícitos, garantizar condiciones económicas y de salubridad adecuadas para los habitantes de estas zonas de producción.

6. Referencias:

<https://www.chocolatetumaco.com/>

[http://intranet.procolombia.co/sites/default/files/2014-02-27%20An%C3%A1lisis
mincit.gov](http://intranet.procolombia.co/sites/default/files/2014-02-27%20An%C3%A1lisis%20de%20mercado%20de%20chocolate%20en%20Colombia.pdf)

<https://www.fedecacao.com.co/>

[http://www.icpcolombia.org/dev/wp-content/uploads/2018/06/18.06.08-DIGITAL-
TUMACO.pdf](http://www.icpcolombia.org/dev/wp-content/uploads/2018/06/18.06.08-DIGITAL-TUMACO.pdf)

<http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v22n1/2539-0554-tend-22-01-279.pdf>

[https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/lo-que-debe-saber-para-
exportar-cacao-fino-de-aroma](https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/lo-que-debe-saber-para-exportar-cacao-fino-de-aroma)

[https://www.fedecacao.com.co/post/colombia-ingresa-a-la-organizaci%C3%B3n-
internacional-del-cacao](https://www.fedecacao.com.co/post/colombia-ingresa-a-la-organizaci%C3%B3n-internacional-del-cacao)

Alemania - Derivados del cacao. (s/f). Com.co. Recuperado el 12 de mayo de 2023, de [https://www.colombiatrader.com.co/oportunidades-de-negocio/alemania-derivados-
del-cacao](https://www.colombiatrader.com.co/oportunidades-de-negocio/alemania-derivados-del-cacao)

Cacao: el precio necesario para una vida digna. (s/f). DW.COM; Deutsche Welle (www.dw.com). Recuperado el 13 de mayo de 2023, de <https://www.dw.com/es/cacao-el-precio-necesario-para-una-vida-digna/a-56908232>

Chocolate Tumaco. (s/f). Chocolatetumaco.com. Recuperado el 12 de mayo de 2023, de <https://www.chocolatetumaco.com/>

CPM de anuncios de televisión para población de 14 a 49 años Alemania 2002-2020. (s/f). Statista. Recuperado el 13 de mayo de 2023, de

<https://es.statista.com/estadisticas/636963/cpm-de-anuncios-de-television-14-49-anos-en-alemania/>

Libro. (2010). Comercio y marketing Internacional, cuarta edición, Cengage Learning.

<https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/lo-que-debe-saber-para-exportar-cacao-fino-de-aroma>

PDM Alemania - 7.1 Sector de Alimentos. (s/f). Gob.pe. Recuperado el 12 de mayo de 2023, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/07_01.html

(S/f-a). Procolombia.co. Recuperado el 12 de mayo de 2023, de <http://intranet.procolombia.co/sites/default/files/2014-02-27%20An%C3%A1lisis>

(S/f-b). Legiscomex.com. Recuperado el 12 de mayo de 2023, de <https://www.legiscomex.com/informacion-universidades-abc-del-comercio-internacional/abc-del-comercio>

(S/f-c). Com.co. Recuperado el 13 de mayo de 2023, de <https://arancel.legis.com.co/Subpartidas/ResultadoBusqueda?id=991>

<https://www.rcnradio.com/colombia/pacifico/cacao-de-tumaco-gana-premio-mundial-a-la-excelencia-en-el-salon-de-chocolate-de-paris>

<https://www.colombiatrade.com.co/noticias/cacao-colombiano-oportunidad-de-exportacion>
www.larepublica.co/finanzas/cuales-son-los-bancos-que-cuentan-con-las-tasas-de-interes

7. Anexos

- Matriz Inteligencia de mercados, preselección de países, Perfil de competidores
- Matriz DOFA
- Matriz DFI
- Matriz de Estudio Financiero
- Archivo Word - Respuesta escrita entrevista al gerente Organización Chocolate Tumaco
- Grabación Entrevista al gerente Organización Chocolate Tumaco google meet