

**PROCESO DE EXPORTACIÓN PARA EL CACAO EN GRANO DESDE
COLOMBIA.**



**WILLIAM AREVALO SANTIAGO
VANESSA GARIZAO TORRES
JOHANNA PAOLA MARIN ZAWADY**

**TRABAJO PRESENTADO COMO MODALIDAD DE GRADO OPTAR EL TITULO DE
PROFESIONAL EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**Asesor
ALBERTO BARRIOS**

**UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO
INTERNACIONAL
COMERCIO INTERNACIONAL
SANTA MARTA**



2022

Nota de aceptación

Asesor

Evaluador

Evaluador

Santa Marta, 12 Julio 2022

DEDICATORIA

Primeramente a Dios por permitirnos llegar con salud a esta nueva etapa de nuestras vidas, a nuestras familias por todo el apoyo en este proceso, por estar con nosotros en todo momento gracias. A nuestros profesores que con su paciencia y dedicación nos ayudaron y nos enseñaron a ser mejores personas.

TABLA DE CONTENIDO

<u>RESUMEN</u>	8
<u>ABSTRACT</u>	9
<u>0. INTRODUCCIÓN</u>	10
<u>1. DEFINICIÓN DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR</u>	12
<u>2. JUSTIFICACIÓN</u>	18
<u>3. OBJETIVOS</u>	21
<u>3.1. OBJETIVO GENERAL</u>	21
<u>3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	21
<u>4. METODOLOGÍA</u>	22
<u>4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN</u>	22
<u>4.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u>	22
<u>4.3. TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</u>	22
<u>5. RESULTADOS</u>	24
<u>5.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR CACAOTERO COLOMBIANO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS</u>	24
<u>5.2. ANÁLISIS DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DEL CACAO EN GRANO, DETERMINANDO SU MEJORA OBJETIVO INTERNACIONAL</u>	29
<u>5.3. PROCESO DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL PERTINENTE PARA EXPORTACIÓN DEL CACAO EN GRANO PARA EL MERCADO DE ALEMANIA</u>	37

5.4.	<u>PLAN EXPORTADOR DE CACAO EN GRANO AL MERCADO ALEMÁN</u>	
	<u>CON LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA GERENCIA DE NEGOCIOS</u>	
	<u>INTERNACIONALES</u>	56
6.	<u>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN</u>	68
7.	<u>CONCLUSIONES</u>	70
8.	<u>RECOMENDACIONES</u>	72
9.	<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u>	73

CONTENIDO DE IMÁGENES

<u>Imagen 1. Partida arancelaria del cacao en grano</u>	29
<u>Imagen 2. Partida arancelaria del cacao en grano</u>	29
<u>Imagen 7. Productos de importaciones</u>	39
<u>Imagen 8. Origen de las importaciones</u>	39
<u>Imagen 9. Destino de las exportaciones</u>	40
<u>Imagen 10. Evolución: PIB anual Alemania</u>	40
<u>Imagen 8. Comparativa de principales empresas exportadoras en los años 2017, 2018 y 2019.</u>	55

CONTENIDO DE TABLAS

<u>Tabla 1. Matriz DOFA</u>	26
<u>Tabla 2. Perfilación del mercado</u>	33
<u>Tabla 3. Análisis del Mercado constructor</u>	33
<u>Tabla 4. Análisis de Mercado estratégico</u>	34
<u>Tabla 5. Análisis del Mercado natural</u>	35
<u>Tabla 6. Segmentación del producto</u>	41
<u>Tabla 7. Segmentación de Mercado objetivo</u>	44
<u>Tabla 8. Declaración de vendedor y comprador</u>	62
<u>Tabla 9. Factores para la forma de embarque</u>	63
<u>Tabla 10. Documentos para exportar</u>	64

RESUMEN

Colombia es un país considerado como exportador de materia prima hacia otros países, especialmente hablando de materia prima a base de productos agrícolas, lo cual es su fuerte, debido a las características propias de sus tierras fértiles. En consecuencia con lo anterior, el presente documento investigativo, se basa en la presentación de un plan exportador del sector producto de cacao en grano, hacia el país de Alemania. Para lograr su objetivo principal fue necesario formular e implementar los siguientes objetivos específicos: realizar un análisis estratégico, identificado las oportunidades y amenazas del sector cacaotero en Colombia; desarrollar un análisis de mercado; determinar el proceso de exportación hacia otros países y; proponer un plan de exportación de cacao hacia Alemania, teniendo en cuenta las características del país receptor, que en este caso es Alemania.

Vale la pena destacar que, el proceso de obtención de información fue realizado a través de la revisión bibliográfica de documentos, páginas web nacionales e internacionales, que permitieron determinar al país de Alemania, como la opción más viable y favorable como país de exportación de cacao en grano desde Colombia.

ABSTRACT

Colombia is a country considered as an exporter of raw material to other countries, especially speaking of raw material based on agricultural products, which is its strength, due to the characteristics of its fertile lands. As a result of the above, this research document is based on the presentation of an export plan for the cocoa bean product sector, to the country of Germany. To achieve its main objective, it was necessary to formulate and implement the following specific objectives: carry out a strategic analysis, identifying the opportunities and threats of the cocoa sector in Colombia; develop a market analysis; determine the export process to other countries and; propose a cocoa export plan to Germany, taking into account the characteristics of the receiving country, which in this case is Germany.

It is worth noting that the process of obtaining information was carried out through the bibliographic review of documents, national and international web pages, which allowed us to determine the country of Germany, as the most viable and favorable option as a cocoa export country. in grain from Colombia.

0. INTRODUCCIÓN

En Colombia, el cultivo de cacao y las exportaciones que se generan alrededor de la misma cuenta con un crecimiento positivo y constante, razón por la cual el país ha logrado posicionarse como uno de los principales productores, así como también distinción, ya que el cacao que se produce contiene características peculiares y además se reconoce y se diferencia, especialmente por la textura y el olor.

Hoy, el cacao tiene a su disposición en el Magdalena alrededor de 402.725 hectáreas, que se encuentran aptas para su cultivo y que solamente 2.318 son aprovechadas para este cultivo. En este mismo sentido, se debe decir que Siete de ellas son labradas por el productor Carlos Montenegro, uno de los campesinos beneficiarios del programa Cacao para la paz, que se encuentra auspiciado por el Gobierno Norteamericano a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional – USAID y el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos – USDA (Semana, 2017).

De esta forma, se puede decir que el mercado de producción del cacao y la chocolatería se encuentra posicionada como uno de los principales puntos de generación de empleo, contribuyendo así a la economía y aumentando la vinculación del capital humano, así como también favoreciendo el fortalecimiento de los procesos operativos que aportan a los índices de competitividad de las organizaciones.

En este mismo sentido, se debe tener en cuenta que Colombia en la actualidad y en especial en el año anterior, es decir, en el año 2021 registró una producción aproximada de 20.836 toneladas, evidenciando un incremento del 47% frente a las 14.174 toneladas registradas para el año inmediatamente anterior, mostrando la cifra más alta en la historia de la producción

de cacao del país y evidenciando el crecimiento económico y comercial que ha venido presentándose (Fedecacao, 2021).

En consecuencia, con todo lo anterior y con la importancia económica y productiva que tiene el cacao dentro del país, es prudente y conveniente decir que el presente trabajo se basa en un plan exportación del producto del cacao en grano hacia Alemania.

1. DEFINICIÓN DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR

A lo largo de los años, Colombia ha sido un país que se ha destacado por la producción agrícola y las características de calidad de dichos productos. En este mismo sentido, debe decirse que la producción de cacao, también es reconocida a raíz de sus características organolépticas tales como olor y sabor, que dan potencial a las preparaciones que se van a preparar después de la compra del cacao en grano.

De acuerdo a lo anterior, el presente trabajo investigativo busca generar un plan de exportación hacia otros países desde Colombia, haciendo el proceso para el producto del cacao en grano, buscando generar oportunidades de empleo de diferentes índoles tales como agropecuarios o rurales, administrativos, profesionales y demás, que participen en la exportación del producto desde Colombia. De igual forma, con la exportación del cacao en grano, es posible lograr mejores estándares y niveles de economía al país, siendo reconocido como un potencial exportador, no solamente de cacao, sino también de otros productos.

En este mismo sentido, a continuación se caracteriza el cacao en grano procedente de Colombia:

¿Qué es el cacao?

El cacao es un árbol procedente de América que produce un fruto del mismo nombre que se puede utilizar como ingrediente para alimentos entre los que se destaca el chocolate. 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 (Cuídate Plus, 2020). De la familia de las Esterculiáceas, de tronco liso de cinco a ocho metros de altura, hojas alternas, lustrosas, lisas, duras y aovadas, flores pequeñas, amarillas y encarnadas. Su fruto brota directamente del tronco y ramos principales,

conteniendo alrededor de 20 a 40 semanas, que son empleadas como principal ingrediente en la producción del reconocido chocolate (Quiñónez, 2021).

En este mismo sentido, se debe decir que existen diferentes variantes de las producciones o productos que son realizadas a base del cacao, los cuales son definidos por la Resolución 1511 de 2011 (Ministerio de Protección Social, 2011) y son presentados a continuación:

Cacao en pasta, masa o licor de cacao: producto obtenido del cacao sin cáscara ni germen, que se obtiene de vainas de cacao de calidad comerciable, que ha sido limpiado y liberado de la cáscara del modo técnicamente más completo posible, sin quitar ni añadir ninguno de sus elementos constituyentes, el cual es molido finamente y posteriormente su contenido de agua residual es bajo.

Cacao en polvo o cocoa: producto de la molienda de la torta de cacao.

Chocolate aromatizado: producto para consumo directo, al que se le han añadido aromatizantes permitidos, en cantidades que confieren al producto final, las características organolépticas que se declaran como propiedades en el nombre del producto.

Chocolate compuesto: producto para consumo directo al que se le ha agregado productos alimenticios, tales que no modifiquen la composición del chocolate.

Nibs: son virutas o puntas de cacao tostado, se obtienen de las semillas que una vez tostadas, se descascarillan y se machacan.

Confitería de chocolate: la confitería es todo aquel conjunto de alimentos que tienen gran cantidad de azúcar o cualquier otra sustancia que endulce combinado con colorantes y saborizantes, muy a menudo con frutos secos, frutas, miel y otros. Los productos de prefabricación para el montaje de una fábrica de chocolate confitería, poseen un elevado valor nutritivo, ya que tienen una considerable cantidad de carbohidratos y materias grasas. Los

productos de confitería de chocolate más conocidos son: caramelos, turrone, mazapanes, algodones de azúcar y derivados del chocolate. El termino confitería no incluye productos como los pasteles, galletas y flanes.

Composición

El cacao cuenta con un alto índice de grasas (sobre todo saturadas y en menor medida, mono insaturadas y polinsaturadas), hidratos de carbono y proteínas, pero también contiene magnesio, fósforo, potasio, teobromina, cafeína, antioxidantes y agua, entre otros materiales. El cacao, además, destaca por tener un elevado aporte de energía, por lo que suele indicarse para aquellas personas que realicen actividades deportivas o ejercicio físico de manera intensa o prolongada (Cuídate plus, 2020).

Carácter

El uso del cacao puede variar dependiendo del tipo de productos que se realicen los cuales son mostrados a continuación:

Usos como alimento: el principal uso que tiene el cacao es para hacer chocolate, para lo que se usa tanto el polvo como la grasa que se obtiene de la trituración de su fruto una vez fermentado. De este fruto se consigue tanto el polvo de cacao como la manteca. Ambas se suelen mezclar junto a azúcares refinados y leche; dependiendo de la cantidad que se utiliza de cada una surgen los distintos tipos de chocolate. La adición de estos componentes hace que el chocolate tenga aún más aportes nutritivos junto a los ya presentes en el cacao, tales como la vitamina A, la vitamina B, el calcio, el hierro o el cobre (Cuídate plus, 2020).

Como remedio medicinal: según el Consejo Europeo de Información sobre la Alimentación – EAFIC, desde su descubrimiento se han desarrollado más de cien usos medicinales del cacao. Los tratamientos que utilizan los recursos del árbol del cacao sirven para

curar o aliviar el cansancio, la delgadez extrema, la fiebre, los problemas cardíacos, la anemia o los problemas renales o intestinales (Cuídate plus, 2020).

Como cosmético: la manteca de cacao también puede ser utilizada como un cosmético que sirve para el tratamiento de ciertos problemas de la piel, tales como las arrugas, las estrías o incluso para el cabello (Cuídate plus, 2020).

Historia

El cacao era utilizado por las tribus mayas, aztecas e incas hace más de 2.500 años, primordialmente como remedio medicinal o como moneda de cambio. Su introducción en Europa no llega hasta el siglo XV tras la colonización de América, cuando se importó junto a otros alimentos como las patatas o los tomates. Aunque se introdujo entonces, la receta de la bebida de chocolate que existía por entonces no resultaba agradable para la mayoría de la población, que la consideraban muy amarga. Hasta el siglo XIX no se empezó a extender su consumo, debido a la aparición de la industria chocolatera en este siglo, que aplicó las primeras adiciones de azúcar y otros componentes que dotaban al chocolate de un sabor más apetecible (Cuídate plus, 2020).

Beneficios

Durante los últimos años se han realizado numerosos estudios que han demostrado las propiedades saludables que tiene el cacao, especialmente en cuanto al sistema cardiovascular. Los flavonoides, que generalmente se encuentran en los vegetales, también están presentes en el cacao y son antioxidantes que ayudan a prevenir algunas enfermedades del corazón. Estos antioxidantes, además, tienen beneficios sobre las células, a las que ayuda a proteger de ataques de los radicales libres para evitar que estas envejezcan. Otro de los componentes que ayuda a esta protección es el ácido oleico (Cuídate plus, 2020).

En este mismo sentido, se debe decir que los flavonoides aportan además beneficios al sistema cerebral, mejorando la memoria y otros procesos cognitivos. El estudio llamado “Enhancing dentate gyrus function with dietary flavanols improves cognition in older adults” (Brickman, et, al, 2014) publicado por la revista Nature Neoscience ofreció a un grupo de hombres de mediana edad chocolate enriquecido con flavonoides durante tres meses para comprobar sus efectos. Los resultados mostraron que la capacidad para recordar de los participantes en el ensayo había mejorado de manera significativa.

De igual forma, se debe tener en cuenta que el cacao y el chocolate además favorecen la producción de endorfinas, lo que produce un mejor estado de ánimo y a su vez permite combatir el estrés físico o mental. Otros elementos como triptófano o la feniletilamina también tiene un punto de contribución al estado anímico de las personas, presentando estados de ánimos más positivos y felices (Fedecacao, 2021).

Proceso productivo del cacao

El cacao es un producto altamente utilizado en diferentes procesos dentro de la vida diaria, sin embargo, para la alimentación a continuación se presenta el proceso productivo que tiene para la realización de un producto (Prado, et, al, 2017):

Limpieza: es la primera etapa en el procesamiento del cacao, ésta consiste en limpiar y eliminar la semilla de cuerpos extraños, como piedras, trozos de madera, entre otros. Esta operación es realizada de forma manual.

Tostado: el tostado es un proceso fundamental ya que en esta etapa se desarrolla el aroma, sabor y color del cacao, en el precalentamiento se producen los cambios físicos y químicos los cuales eliminan los ácidos y reduce la humedad del grano.

Descascarillado y trituración: es el proceso donde las semillas tostadas pasan por rodillos de impacto y son fragmentadas en porciones de diferentes tamaños y son pasadas por diferentes tamices de tamaño cada vez más pequeños, los cuales retienen las diferentes fracciones que separan la cascarilla del cacao limpio y troceado.

Molienda: es el proceso donde el cacao entra en el molino y es reducido en partículas, que posteriormente son fundidas y convertidas en una masa fluida, que permite ser moldeado de forma manual.

Mezclado y conchado: en esta fase, se mezcla el cacao con los ingredientes adicionales, a través de la agitación, con potentes agitadores mecánicos que permiten lograr las propiedades del producto.

Moldeado/refinado: después de haber mezclado y amasado el cacao, se pasa a los moldes con la forma y el peso que se especifique en la descripción del producto.

Secado/enfriado: es el proceso a través del cual se deja enfriar el chocolate para de esta forma, pasar al proceso de empaquetado.

2. JUSTIFICACIÓN

El cacao es un árbol originario de las América por un fruto del mismo nombre que puede ser utilizado como ingrediente en la elaboración de diferentes alimentos, dentro de las cuales se destaca la producción del chocolate. Su uso se remonta a la época de los mayas, aztecas e incas y desde entonces ha sido utilizado con muchos fines, tales como los alimenticios y medicinas. Su árbol hace parte de la familia Trom, teniendo como característica que su tallo es liso, de 5 a 8 metros de largo, escalonado, las hojas son lustrosas, lisas, duras y ovaladas, pequeñas flores de color rojo y amarillo. Su fruto crece directamente del tallo principal y las ramas, contienen de 20 a 40 semillas, además de que se utiliza como principal ingrediente en la producción del chocolate. Por otro lado, el cacao en polvo en presentación de pasta o alcohol, es un producto obtenido del cacao sin piel ni germen, que se obtiene de los granos de cacao de calidad comercial, completamente limpios y con piel. De igual forma, el cacao o el cacao en polvo, es un producto que sirve para moler tortas de cacao y el chocolate aromatizado es un producto para consumo directo o usado como aditivo.

De igual forma, sirve para la creación de los siguientes productos: chocolate sintético, el cual es un producto de consumo directo al que se le ha añadido el producto; alimentos, que no cambian o alteran la composición del chocolate; pico, el cual es la tapa o el tope del cacao tostado, donde se obtienen de las semillas, que después de haber sido tostadas, peladas y trituradas; caramelo de chocolate, el cual es cualquier alimento que contiene grandes cantidades de azúcar o cualquier otro edulcorante con color y sabor, especial y generalmente acompañados de frutos secos, frutas, miel, abejas, entre otros.

El cacao también es distinguido por ser un producto con un alto contenido energético, por lo que a menudo es utilizado para aquellas personas que practican deportes o ejercicios físicos de forma intensa y condensada. Es precisamente por todas razones anteriores, que los países de

origen deben centrarse en aumentar la producción de cacao centrándose en la introducción de tecnologías especialmente que contribuya al aumento del rendimiento por hectárea, como se demuestra en las fincas modernas y por ende, en la mejora de los procesos productivos del cacao en el país.

También, todas las características propias de la fruta del cacao, así como también las propiedades comerciales que ha traído al país y que han ayudado a la economía, son justificadas las intenciones de realizar un plan exportador del cacao en grano.

De acuerdo a todas las características del cacao presentadas anteriormente, se debe decir que la producción de cacao en los países de América Latina, sirven para generar ingresos a aquellas personas o agricultores que viven en zonas rurales y alejadas de la ciudad y que no tienen ingresos suficientes. En el caso de que se proponga un plan exportador de cacao, significaría que los pequeños productores tendrían más compradores y por ende, mayores ingresos, lo cual se vería reflejado en un mejoría notoria de las condiciones de vida de los pequeños y grandes cultivadores, así como también de sus familias, mejorando sus oportunidades de vida.

De igual forma, desde el punto de vista ambiental, se debe tener en cuenta que el cultivo de cacao permite realizar de forma conjunta otro tipo de cultivos, tales como café, frutales, entre otros, lo que facilita el cuidado de la fertilidad de los suelos, al no hacer monocultivos que traen consecuencias negativas para el matriz suelo. De acuerdo a lo anterior, también se debe decir que los pequeños o medianos productores de cacao, tienen la oportunidad de esperar un tiempo adecuado, para obtener ganancias del producto principal que sería el cacao, aunque podría obtener rentabilidad de los productos en conjunto que tienen planteados.

Por último, se debe tener en cuenta de que el hecho de Colombia pueda realizar procesos de exportación a otros países, le genera un renombre en el mercado competitivo y hace que pueda llegar a concursar por procesos de exportación de otros productos, materias primas o cualquier tipo de bien que sea necesitado en otros países.

3. OBJETIVOS

3.1.OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan exportador de cacao en grano de origen colombiano para la incursión y el posicionamiento en el Mercado del país alemán.

3.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis estratégico del sector cacaotero colombiano para la identificación de sus oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas.
- Desarrollar un análisis de mercado para la exportación del cacao en grano, determinando su mercado objetivo internacional
- Determinar el proceso de logística internacional pertinente para exportación del cacao en grano para el mercado de Alemania.
- Proponer un plan exportador de cacao en grano al mercado alemán con lineamientos estratégicos para la gerencia de negocios internacionales.

4. METODOLOGÍA

4.1.TIPO DE INVESTIGACIÓN

Considerando las características de la presente investigación, se puede decir que su tipo de investigación es considerada como descriptiva. En este mismo sentido, se debe decir que la investigación descriptiva es aquella encargada de analizar las características de una población específica o de un fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas. Por lo tanto, una investigación descriptiva es aquella que tiene como objetivo definir, clasificar, dividir o resumir un fenómeno o una población (Rus, 2021).

4.2.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Como se dijo anteriormente, la investigación es de tipo descriptivo, debido a que busca describir el fenómeno de la exportación del cacao en grano en Colombia hacia el país de Alemania, teniendo en cuenta diferentes factores dentro de dicho proceso.

De igual forma, se debe decir que el tipo de investigación se basa en un estudio tipo cualitativo y descriptivo, que busca describir con precisión las variables involucradas (Morales & Hurtado, 2018) dentro del proceso de producción y exportación del producto del cacao hacia el país alemán.

4.3.TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de la información fueron utilizadas fuentes de información de origen secundario, basado en una búsqueda bibliográfica donde se establecieron los siguientes parámetros de búsqueda:

- Páginas web nacionales e internacionales que brindarán información acerca del proceso exportador del cacao

- Páginas web nacionales e internacionales que brindarán información acerca de las características del cacao
- Revistas o periódicos nacionales que mostrarán avances o cambios en los procesos de exportación del país y del cacao en específico
- Trabajos de investigación o tesis colombianas o internacionales, donde la temática estuviera relacionada con los planes de exportación del cacao.
- Páginas web del Alemania que brindarán información acerca de ese mismo país.

5. RESULTADOS

5.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR CACAOTERO COLOMBIANO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Análisis político

Existen políticas creadas para la producción de cacao donde nace Ferecracio, esto con el fin de sostener los cultivos de cacao a nivel nacional; este tiene una cuota de fomento que equivale al 3% sobre el precio de venta del kilogramo de cacao (esta liquidación es realizada en base al precio con el cual se efectúa la transacción) la federación a cambio de esta cuota debe prestar los servicios de asesorías técnicas, agropecuarias y comerciales; de esta cuota también se debe establecer los gastos de inversión regulando las normas y los derechos propios de cada cultivo, regulando la exportación, las cuales son realizadas en conjunto con el Ministerio de Agricultura (Fedecacao,2021). Además de esto no se presentan a nivel nacional otras políticas encaminadas a este sector de la agricultura, por eso se presenta una falencia en el fortalecimiento de los gremios para impulsar más políticas públicas que lo favorezcan.

Análisis económico

El Ministerio de Comercio (2019) considera el cultivo de cacao como una de las seis actividades más destacadas según el Ministerio de Comercio. Estas exportaciones cuentan con un aumento en los últimos cinco años de aproximadamente 31.5%, por lo que a nivel nacional deberían formularse e implementarse estrategias para fortalecer la inversión en la investigación porque puede ser de gran potencial. En Colombia, específicamente en el departamento del Santander es donde se dan las mayores producciones de cacao en grano, para diferenciar esto es necesario que territorialmente se le de valor con innovación en el producto, ya se para fomentar otros sectores como el turismo o apuntar a mercados exclusivos o especializados socialmente.

De igual forma, se busca que el crecimiento de la producción de cacao y sus derivados aumente la cantidad y calidad de mano de obra en el municipio; lo que quiere decir, que se debe aumentar la empleabilidad de los maniceños para que éstos puedan mejorar su calidad de manera y así, mantener un desarrollo social continuo (Barrera, 2021).

Análisis tecnológico y ambiental

Siendo necesario tener en cuenta la tecnología como método para la mitigación en los impactos ambientales, se procede al establecimiento de algunos postulados, donde es posible tratar los elementos y herramientas necesarias (Galván & Reyes, 2009):

- Diseño, institución y equipamiento de la planta de transformación
- Existe una gran variedad de tecnología en procesos de innovación para el sector agropecuario
- Cultivos que se desarrollen dentro de las buenas prácticas de agricultura
- Protección del suelo contra la erosión
- El cacao es un cultivo que se puede desarrollar de manera propicia dentro de los sistemas agroforestales
- El cultivo de cacao requiere una baja cantidad de insecticidas, fertilizantes, fungicidas y pesticidas.

De igual forma, se debe decir que el cacao convencional o en su presentación en grano es asociado a cacaos corrientes de tipo forastero, incluyendo niveles diferentes de calidad, teniendo en cuenta factores tales como la genética del cacao, la poscosecha que consiste en la fermentación, el secado adecuado, tostado y posteriormente conchado, así como también las condiciones del suelo y el clima (Armas, 2015).

Análisis legal

A través del Decreto 1485 de 2008 por el cual se establece el fondo de estabilización de precios de exportación del cacao llamado “fondo de estabilización de precios del cacao”. En la ley 67 de 1983, la cuota de fomento cacaotero será del 3% en base al precio de venta de cada kilogramo producido nacionalmente. Se reglamenta la creación de las organizaciones de la cadena productiva del sector agropecuario donde se establece la articulación económica y técnica de todas las actividades de elaboración, producción y comercialización del producto establecido por la ley 811 de 2003. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural con la resolución 0329 de 2009 reconoce la organización de la cadena del cacao y su agroindustria donde también se consolida el Consejo Nacional Cacaotero.

Considerando la importancia que mantiene la ubicación del sector cacaotero y la identificación de las oportunidades y las amenazas, a continuación, es presentado un análisis de las oportunidades y amenazas del sector cacaotero en el país colombiano, con el fin de realizar exportaciones a Alemania:

Tabla 1. Matriz DOFA.

Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • El gobierno colombiano en los últimos años ha incentivado la exportación de productos agrícolas a otros países. • El cacao es reconocido por ser de gran aceptación en el mundo internacional. • Alemania es uno de los principales importadores de cacao para su producción en confitería. • Los procesos de compra y venta con Alemania tienen facilidad.
Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento desproporcionado de la competencia en la exportación de productos agrícolas. • Requerimientos internacionales para la exportación del cacao y sus niveles de calidad.

- Incidencia de plagas y enfermedades en la producción y calidad del producto.
- Reconocimiento de la competencia en el mundo exportador y nacional del cacao.
- Altos estándares de calidad en exportación de alimentos como el cacao.

Fuente: elaboración propia, 2022.

Una vez que se han identificado las oportunidades y las amenazas dentro del sector cacaotero en Colombia, es posible realizar un análisis de las mejoras que deben realizarse en dicho sector y además, de las oportunidades que hay dentro de éste. Dentro de las oportunidades, se debe destacar que el gobierno colombiano, ha realizado múltiples gestiones que han permitido que las oportunidades de exportación hacia países europeos sean mayores y generen mayores rentabilidades para el negocio. De igual forma, se debe destacar que este sector es reconocido dentro del mundo exportador considerando que el cacao puede ser utilizado dentro de diferentes contextos de comida o preparaciones como es la chocolatería. Finalmente, se debe decir Alemania es un país altamente interesado por el producto del cacao y posteriormente debido a ello, facilita los procesos de importación del cacao hacia su territorio (FAO, 2014).

En este mismo sentido, se debe decir que uno de los factores que tiene incidencia dentro de la comercialización del cacao a precios justos, se basa en el poco apoyo por parte de las entidades gubernamentales para favorecer los proyectos de inversión en el sector cacaotero, así como también la gestión de los recursos públicos para el fomento de la producción de cacao en Colombia (Pilay, et, al, 2022).

Producto a exportar

El cacao es agroforestal porque se cultiva en otras especies para obtener frutas y madera y proporciona a los agricultores otras fuentes alternativas de ingresos. No existe un mapa claro de las hectáreas de este sector, pero se han identificado muchas asociaciones organizadas que

venden la producción de cacao a empresas estatales, chocolate o cacao en Colombia. Una característica importante de las variedades de cacao en la región del Magdalena es su ubicación geográfica (Agricultura & Ganadería, 2021). En periódicos internacionales como es la EFE de América (2017) se reconoce a la la región de Sierra Nevada de Santa Marta, donde se concentran los productores, ofrece condiciones ideales para producir cacao con un sabor muy particular y es considerada por los entusiastas como la mejor del mundo. Según datos de la base de datos de registro comercial de la Cámara de Comercio de Santa Marta, hay dos empresas procesadoras registradas en la ciudad de Santa Marta (producción de cacao, chocolate y otros productos).

Según datos de la UPRA (2015) La Provincia del Magdalena cuenta con potencial de suelo apto para el cultivo comercial de cacao, con una superficie de 402.725 hectáreas, de las cuales 44.609 hectáreas son aptas para tierras altas, 226.290 hectáreas para altitudes medias y 131.826 hectáreas para tierras bajas. La ubicación cerca del puerto es otra opción en este sector. Hoy, el producto más aceptado en el mercado internacional es una mezcla de cacao certificado de Comercio Justo y cacao orgánico certificado, también cultivado en esta parte del mundo. La falta de sistemas de información, organizaciones y planes por parte de los productores conduce a una producción no orientada al mercado, grandes pérdidas para los agricultores y problemas de abastecimiento para los sectores agrícola y comercial de la industria. De esta forma, el sector Magdalena busca mejorar las oportunidades de mayores rendimientos y crecimiento de la productividad industrial. La mayoría de los cultivos necesitan estar relacionados con el establecimiento de fincas que satisfagan las necesidades de los modelos de negocio para la fragmentación de variedades vegetales que requiere el mercado global. Para la producción de cacao, es necesario apoyar muchas herramientas innovadoras para garantizar la información, la asistencia técnica, la estandarización de procesos, la investigación, la promoción, las relaciones públicas, la presentación de informes, los mercados de información, la gestión de recursos, la transferencia de tecnología, etc. El cacao colombiano

premium es un ingrediente de exportación cada vez más demandado por los consumidores de todo el mundo. Su alta calidad se complementa con muchos sabores y aromas sutiles que conquistan las experiencias gustativas más exigentes. Esto demuestra una vez más que Colombia puede brindar grandes oportunidades de exportación y ayudar a los agricultores colombianos a mejorar su calidad de vida mediante el fortalecimiento de sus cadenas productivas.

5.2. ANÁLISIS DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DEL CACAO EN GRANO, DETERMINANDO SU MEJORA OBJETIVO INTERNACIONAL

Partida arancelaria del cacao en grano

Imagen 1. Partida arancelaria del cacao en grano

Sección	IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo	18	Cacao y sus preparaciones
Partida	1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.
Código	Designación de mercancías	Notas
1801.00.10	- Crudo:	
1801.00.20	- Tostado	

Fuente: Aduanet, 2022.

Imagen 2. Partida arancelaria del cacao en grano

Descargar		Período (número de columnas): 3 por página		
Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde Colombia		
		Valor en 2019	Valor en 2020	Valor en 2021
1801000000	Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted	1.644	827	1.123

Fuente: Aduanet, 2022.

Diagnóstico de la cadena del cacao

Según Agrocadenas citado por FINAGRO (2018):

“El cacao como negocio presenta problemas competitivos en el sentido de que las prácticas realizadas por los agricultores no son suficientes para generar mayores rendimientos y granos de buena calidad. Además, las variables que explican la merma en la producción también se basan en el envejecimiento de los cultivos, falta de mejoramiento genético, mayor presencia de enfermedades y falta de capital humano que permita una mayor transferencia de tecnología”.

La tecnología utilizada actualmente en Colombia para cultivos de cereales de bajo nivel. Esto significa que hay una tasa muy baja de renovación de cultivos en relación con la tasa de envejecimiento de los cultivos, menores rendimientos por hectárea y que son más susceptibles a las enfermedades. El cacao se cultiva localmente en cuatro (4) zonas agroecológicas. El primero es la Sierra de Santandina, que comprende las provincias de Santander y Norte de Santander, y el segundo son los valles secos de los Andes centrales, que comprende las provincias del Huila, el sur del Tolima y el norte del Magdalena. La tercera es la selva tropical, que comprende las regiones de Urabá, Tumaco, Catatumbo, Arauca, Meta y Magdalena Medio. Finalmente, está la región cafetalera marginal que comprende el territorio de Gran Caldas, el suroeste de Antioquia y el norte del Tolima (FAO, 2014).

Ámbito social

En el ámbito social, el cacao es una alternativa al cultivo ilegal, principalmente porque las condiciones de clima y suelo del cultivo de coca son similares. Como se mencionó anteriormente, este es un factor importante ya que puede alentar a los agricultores a regresar a sus tierras y evitar derrames a gran escala en la ciudad (Sierra, 2016).

Ámbito económico

El cacao se caracteriza por tener un proceso productivo, donde se encuentran establecidos procesos tales como el beneficio, la cosecha, el pelado, el fermentado, el secado, el lavado y

finalmente la clasificación. De acuerdo al proceso productivo, es posible establecer un precio interno, donde sea posible obtener ganancias. De igual forma, se debe decir que es fundamental obtener granos de alta calidad, manteniendo características como el aroma y al sabor que puede aplicarse al chocolate, lo que también genera una influencia en el establecimiento de los precios de venta ya sea a nivel nacional o internacional.

De igual forma, se puede decir que el cultivo de cacao es una opción amplia de beneficio para la sociedad de un país, así como también su economía. Se debe tener en cuenta que la producción de cacao solicita la disponibilidad de grandes superficies de tierra, para que pueda considerarse como una actividad con generación de ingresos económicos. Por último, el hecho de que en las zonas rurales haya producción de cacao aporta a que los habitantes de este tipo de zonas, no migren hacia las ciudades y se aumenten problemáticas de la ciudad, tales como el desempleo y la mendicidad (UNCTAD, 2001).

Ámbito tecnológico

La tecnología que se utiliza actualmente para el cultivo de granos en Colombia es de bajo nivel. Esto significa que las tasas de renovación de los cultivos son muy bajas en comparación con las tasas de envejecimiento de las plantas, los rendimientos por hectárea son bajos y la susceptibilidad a las enfermedades es alta. En la etapa de producción se realizan actividades como control de malezas y plagas, podas, podas y cosechas, pero solo unos pocos agricultores se dedican a las actividades de fertilización, riego, drenaje y siembra (Technoserve, 2015).

Ámbito ambiental

Desde el punto de vista ambiental, se debe decir que existen alternativas de implementación de tecnologías amigables con el suelo y con el cuidado del medio ambiente, donde existen aspectos como los productores de biomasa, eliminadores de dióxido de carbono y

agentes eficientes de liberación de oxígeno. De igual forma, se debe tener en cuenta que la siembra de cacao, normalmente es respetuosa con el cuidado del medio ambiente y además, agrega una cosecha tradicional de la economía de los agricultores, lo que genera la contratación de mano de obra.

Ramos, Puentes & Olaya (2015) en su artículo científico llamado Diagnóstico y manejo ambiental del cultivo de cacao, con énfasis en sus recursos hídricos en el municipio de Campoalegre (Tolima), establecen la siguiente información:

“Los procesos agropecuarios del cultivo de cacao ejercen sobre el medio ambiente una serie de impactos que repercuten de manera diferente y que causan beneficios o daños sobre él” (pp. 66).

Variables internas

La producción de cacao en Colombia, tiene variables internas que pueden ayudar a establecer y tener relación con la comercialización nacional e internacional, tal como lo establece Agrocadenas (2005):

“El cacao como actividad presenta problemas de competitividad en la medida en que las prácticas realizadas por los agricultores no son las adecuadas para generarles mejores rendimientos de la producción y buena calidad del grano. Existen múltiples factores que afectan la competitividad del cultivo, en este sentido el Ministerio de Agricultura en el marco de la Agenda Nacional de investigación en Cacao, identificó los principales problemas que se presentan en el ámbito tecnológico, entre los que es recurrente la deficiencia en la formación de capital humano, el mejoramiento genético de las plantaciones, la productividad de los cultivos y las condiciones agroecológicas necesarias para el desarrollo del cultivo” (p. 21).

Perfilación del mercado

A continuación se presentan los países importadores de cacao en grano (mercado de constructor de cuota de mercado), 3 países importadores del mundo de la subpartida por valor importado:

Tabla 2. Perfilación del mercado

SAB	Importadores	Selección de sus indicadores ▼											
		Valor importado en 2020 (miles de USD) ▼	Saldo comercial 2020 (miles de USD) ↓	Cantidad importada en 2020	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2020 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2016-2020 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2019-2020 (%) ↓	Participación en las importaciones mundiales (%) ↓	Distancia media de los países proveedores (km) ↓	Concentración de los países proveedores ↓	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%) ↓
	Mundo	9.688.924	-635.213	3.580.549	Toneladas	2.706	-2	2	1	100	6.949	0,25	
	Países Bajos ↓	1.814.234	-1.601.056	681.307	Toneladas	2.663	-7	-3	-21	18,7	5.333	0,29	Q
	Alemania ↓	1.210.151	-1.173.737	441.903	Toneladas	2.738	-3	1	2	12,5	4.628	0,28	Q
	Estados Unidos de América ↓	1.026.871	-993.657	377.049	Toneladas	2.723	-8	-4	10	10,6	8.194	0,32	Q

Fuente: Trademap, 2022.

Análisis del mercado constructor

Tabla 3. Análisis del Mercado constructor

MERCADO CONSTRUCTOR DE CUOTA DE MERCADO						
Tres principales importadores del mundo de la subpartida por valor importado (180100)						
cacao en grano						
VARIABLE	PAISES BAJOS	CALIFICACIÓN	ALEMANIA	CALIFICACIÓN	ESTADOS UNIDOS	CALIFICACIÓN
VALOR IMPORTADO MILES DE USD	1.814.234	5	1.210.151	3	1.026.871	1
SALDO COMERCIAL MILES DE USD	-1.601.056	5	-1.173.737	3	-993.657	1
VALOR UNITARIO	2.663	1	2.738	5	2.723	3
CRECIMIENTO ENTRE 2016 Y 2020 %	-7%	3	-3%	5	-8%	1
DISTANCIA MEDIA DE LOS PAÍSES KM	5.333	3	4.628	1	8.194	5
CONCENTRACIÓN DE LOS PAÍSES PROVEEDORES	0,29	3	0,28	5	0,32	1
TOTALES		20		22		12

Fuente: elaboración propia, 2022.

Según la **tabla 2. Análisis del mercado constructor** es posible identificar que el mercado más ocionado para exportar el cacao en grano con la subpartida 180100. es ALEMANIA, ya que

este cuenta con importaciones por valor de 1.210.151.000 de dólares en el último año. su saldo comercial es de -1.173.737.000 de dólares lo cual indica lo cual indica que es el segundo país con mayor importación de cacao en grano. Teniendo en cuenta el valor unitario es de 2.738.000 de dólares se puede observar que el pago es mayor a diferencia de los países como estados unidos y países bajos. A pesar de que el crecimiento es de (-3%) entre los años del 2016-2020 es baja y supera los valores de compra en comparación a los demás países. La distancia que tiene con el país proveedor es de 4.628 km lo que nos indica que es la mejor ubicación siendo rentable para la exportación del producto. La concentración de los países proveedores en Alemania es de 0.28. Esto quiere decir que este país es un mercado meta para muchos exportadores, en comparación con Países bajos (0.29) y estados unidos (0.32) que nos indica que debemos tener un producto competitivo para poder estar en ventaja con nuestra competencia.

Análisis mercado estratégico

Tabla 4. Análisis de Mercado estratégico

MERCADO ESTRATEGICO						
30 Principales mercados de importación de la subpartida						
Tres mercados de mayor crecimiento						
VARIABLE	BULGARIA	CALIFICACIÓN	AUSTRIA	CALIFICACIÓN	CANADA	CALIFICACIÓN
VALOR IMPORTADO USD	68,904	1	74,954	3	329,834	5
SALDO COMERCIAL USD	-68,744	1	-74,774	3	-329,035	5
VALOR UNITARIO	2,831	3	3,204	5	2,632	1
CRECIMIENTO ENTRE 2016 Y 2020	71	5	25	3	15	1
DISTANCIA MEDIA DE LOS PAÍSES	4,782	3	911	1	8,474	5
CONCENTRACIÓN DE LOS PAISES PROVEEDORES	45	1	3	5	4	3
TOTALES	0	14	0	20	0	20

Fuente: elaboración propia, 2022.

De acuerdo a la **tabla 3. Análisis de mercado estratégico** es posible identificar que el mercado más opcionado para exportar el cacao en grano con la subpartida 180100. Es AUSTRIA, ya que este cuenta con importaciones por valor de 74.954.000 de dólares en el último año. su saldo comercial es de -74.744.000 de dólares lo cual indica lo cual indica que es el segundo país con mayor importación de cacao en grano. Teniendo en cuenta el valor unitario es de 3.204.000 de

dólares se puede observar que el pago es mayor a diferencia de los países como Bulgaria y Canadá. Su crecimiento fue del (25%) entre los años del 2017-2021 este estuvo por debajo Bulgaria, pero supera los valores de crecimiento de Canadá. La distancia que tiene con el país proveedor es de 911 km lo que nos indica que es la mejor ubicación siendo rentable para la exportación del producto. La concentración de los países proveedores en AUSTRIA es de 0.3. Esto quiere decir que este país es un mercado meta para muchos exportadores, en comparación con Bulgaria (45) y Canadá (0.4) que nos indica que debemos tener un producto competitivo para poder estar en ventaja con nuestra competencia.

Análisis mercado natural

Tabla 5. Análisis del Mercado natural

MERCADO NATURAL						
Países importadores de la subpartida arancelaria en América Latina						
País de origen: a que países exporta la subpartida arancelaria						
VARIABLE	MEXICO	CALIFICACIÓN	ARGENTINA	CALIFICACIÓN	BRASIL	CALIFICACIÓN
VALOR IMPORTADO	49.691	3	1.334	1	160.188	5
SALDO COMERCIAL	-49.492	3	-1.334	1	-157.941	5
VALOR UNITARIO	2.573	1	3.191	5	2.678	3
CRECIMIENTO ENTRE 2017 Y 2021	-16	1	4	5	-2	3
DISTANCIA MEDIA DE LOS PAÍSES	3.490	1	4.218	3	5.420	5
CONCENTRACIÓN DE LOS PAISES PROVEEDORES	0,95	1	0,46	3	0,6	5
TOTALES		10		18		26

Fuente: elaboración propia, 2022.

De acuerdo a la **tabla 4. Análisis del mercado natural** es posible identificar que el mercado más ocionado para exportar el cacao en grano con la subpartida 180100. Es BRASIL, ya que este cuenta con importaciones por valor de 160.188.000 de dólares en el último año. su saldo comercial es de -157.941.000 de dólares lo cual indica lo cual indica que es el primer país con mayor importación de cacao en grano. Teniendo en cuenta el valor unitario es de 2.678.000 de dólares se puede observar que es el segundo país que mejor paga el producto exportado a diferencia de México. Su crecimiento fue del (-2%) entre los años del 2017-2021 a pesar que no fue un crecimiento positivo, supera los valores de crecimiento de México. La distancia que tiene con el

país proveedor es de 5.420 km lo que nos indica que a pesar de que esta más alejado de sus proveedores su ubicación sigue siendo rentable para la exportación del producto. La concentración de los países proveedores en BRASIL es de 0.6. Esto quiere decir que este país es un mercado meta para muchos exportadores, en comparación con Argentina (0,46) y México (0,95) que nos indica que debemos tener un producto competitivo para poder estar en ventaja con nuestra competencia.

Capacidad de producción

“El cultivo de cacao se establece entre un rango de altura sobre el nivel del mar de 0 a 1.200 metros, los terrenos ubicados en esta altura están clasificados como óptimos, sin restricciones para este cultivo. Se cultiva conjuntamente con otras especies vegetales, principalmente café, plátano, frutales y maderables, los cuales le producen sombra y permiten al agricultor acceder a otras alternativas de ingreso. El tiempo vegetativo del cacao alcanza en general los tres primeros años, aunque este periodo puede variar dependiendo del tipo de cacao sembrado” (Reyes, 2020, p. 33).

En este mismo sentido, debe decir que la planta de cacao tiene su inicio de producción, una vez ha cumplido el 3 a 5 años de sembrado, sin tener en cuenta la variedad del sembrado y alcanza su punto máximo de rendimiento alrededor del año número 8 al 10 (Quintero & Díaz, 2004).

Composición de los granos de cacao

Según Mena (2017), los granos de cacao cuenta con la siguiente composición:

- 54% manteca de cacao
- 11,5% proteínas
- 9% celulosas
- 7,5% almidón y pentosanos

- 6% taninos
- 5% agua
- 2,6% olio elementos y sales
- 2% ácidos orgánicos y esencias
- 1,2% teobromina
- 1% azúcares
- 0,2% cafeína.

PROCESO DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL PERTINENTE PARA EXPORTACIÓN DEL CACAO EN GRANO PARA EL MERCADO DE ALEMANIA

Alemania es considerada como la economía más grande de Europa y la segunda nación más poblada después de Rusia. Alemania es un miembro clave de la economía del continente, organizaciones políticas y de defensa. Se encuentra dividido después de la segunda guerra mundial, en su declive de la URSS y el fin de la guerra fría que permitió la reunificación alemana en 1990 (CIA, 2022).

Aspectos técnicos

Alemania es la economía más grande de Europa y la segunda nación más poblada después de Rusia, Alemania es un miembro clave de la economía del continente, organizaciones políticas y de defensa. Dividido después de la segunda guerra mundial, el declive de la URSS y el fin de la guerra fría permitió reunificación alemana en 1990.

Balanza comercial

La balanza comercial alemana está desequilibrada. Los investigadores aseguran que la guerra y las respuestas políticas están teniendo un impacto negativo en la actividad económica

alemana por el lado de la oferta y la demanda. En este sentido, los destacan el papel del aumento masivo de la incertidumbre sobre el suministro de materias primas, para los productos energéticos clave, que ha alimentado aún más la tendencia alcista de los precios que ya estaba en marcha antes de la invasión rusa de Ucrania: "En consecuencia, fluye más poder adquisitivo hacia el extranjero a través de la mayor factura de importación de energía, lo que debilita la demanda en Alemania. Al mismo tiempo, las perturbaciones provocadas por la guerra están provocando nuevos cuellos de botella en el suministro, que afectarán sobre todo a la industria del automóvil a corto plazo" (Cinco días, 2022).

En 2021 Alemania registró un superávit en su Balanza comercial de 178.390,5 millones de euros, un 5% de su PIB, inferior al superávit alcanzado en 2020, de 183.716,9 millones de euros 209.212,3 millones de dólares, el 5,46% del PIB. La variación de la Balanza comercial se ha debido a un incremento de las exportaciones de Alemania, pero acompañado de un incremento aún mayor de las importaciones

“Si tomamos como referencia la balanza comercial con respecto al PIB, en 2021 Alemania ha empeorado su situación. Se ha movido del puesto 31 que ocupaba en 2020, hasta situarse en la posición 38 de dicho ranking. Si miramos la evolución del saldo de la balanza comercial en Alemania en los últimos años, el superavit ha caído respecto a 2020 como ya hemos visto, aunque ha subido respecto a 2011, cuando el superavit fue de 157.410,6 millones de euros, que suponía un 5,84% de su PIB” (Datos Macro, 2022).

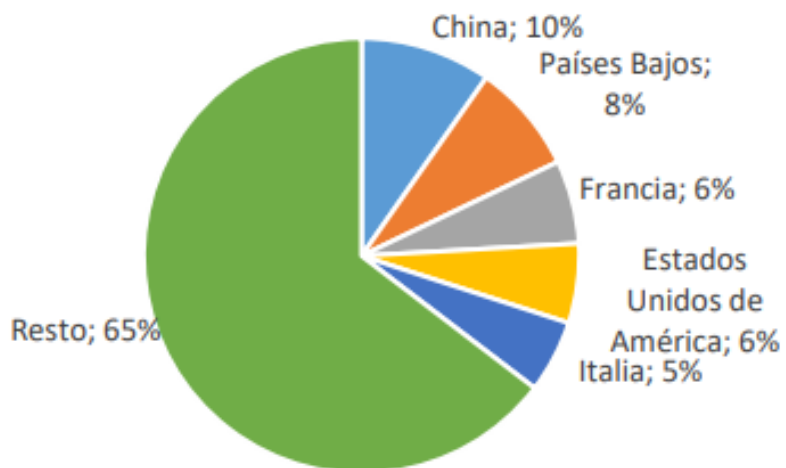
Productos de importaciones

Imagen 7. Productos de importaciones

Producto	Monto* (USD Mn)	%
ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO	36.212	3,1%
GAS NATURAL	27.115	2,3%
MEDICAMENTOS	22.438	1,9%
AUTOMÓVILES DE TURISMO	19.053	1,6%
ACEITES MEDIOS DE PETRÓLEO	14.127	1,2%
AUTOMÓVILES DE TURISMO (CL >1,5 LTS Y < 3LTS)	12.776	1,1%
TELEFONÍA CELULAR	11.882	1,0%
AUTOMÓVILES DE TURISMO (CL >1L Y <1,5L)	11.360	1,0%
COMPUTADORAS	11.020	0,9%
PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS DE TRANSPORTE	9.896	0,8%

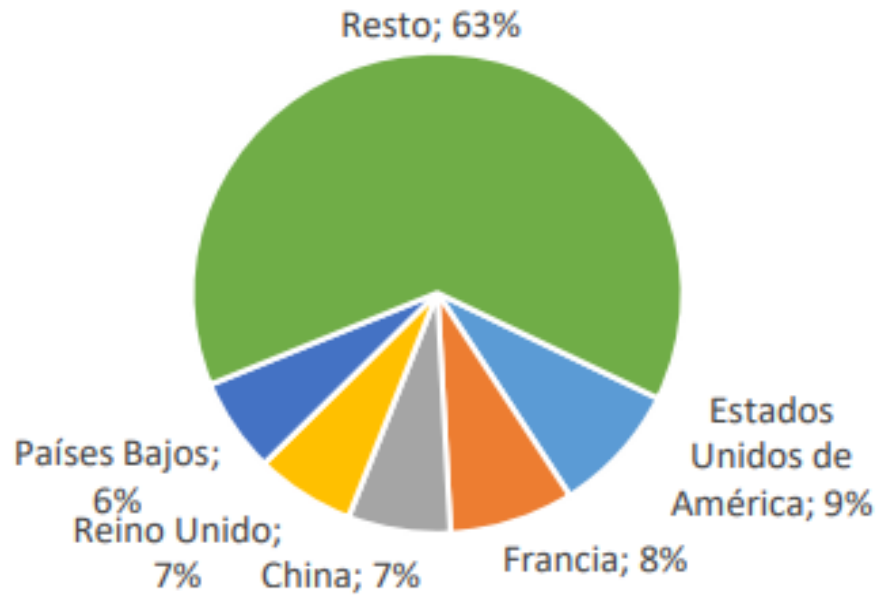
Origen de las importaciones

Imagen 8. Origen de las importaciones



Destino de las exportaciones

Imagen 9. Destino de las exportaciones



Comportamiento económico en los últimos 10 años

Imagen 10. Evolución: PIB anual Alemania

Evolución: PIB anual Alemania		
Fecha	PIB anual	Var. PIB (%)
2021	3.570.620 M€	2,9%
2020	3.367.560 M€	-4,6%
2019	3.449.050 M€	0,6%
2018	3.356.410 M€	1,3%
2017	3.267.160 M€	2,7%
2016	3.134.740 M€	2,2%
2015	3.026.180 M€	1,5%
2014	2.927.430 M€	2,2%
2013	2.811.350 M€	0,4%
2012	2.745.310 M€	0,4%
2011	2.693.560 M€	3,9%

En los últimos años Alemania ha tenido una evolución y un alto crecimiento económico. Según Datos Macro (2022) Alemania es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2021 fue de 2.475.776 millones de euros, con una deuda del 69,3% del PIB. Su deuda per cápita es de 29.773 € euros por habitante. La última tasa de variación anual del IPC fue del 7,4%. Alemania es uno de los países con menos porcentaje de personas desempleadas del mundo.

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Alemania, en 2021, fue de 42.920 € euros, por lo que se encuentra en una buena posición, ya que ocupa el puesto 20 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 (Datos Macro, 2022).

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 tienen.

En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Alemania ha sido de 80 puntos, así pues, sus habitantes tienen un bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental.

Segmentación del producto

Tabla 6. Segmentación del producto

BASES PARA LA SEGMENTACIÓN	POSIBLES SEGMENTOS DE MERCADO
GEOGRÁFICA	
Región	Alemania, ciudad Hamburgo
Tamaño de la población	84,316,622 habitantes
Urbana o rural	Urbano
Clima	Frío y lluvioso

BASES PARA LA SEGMENTACIÓN	POSIBLES SEGMENTOS DE MERCADO
DEMOGRÁFICA	
Ingreso	De 40,000 a 60,000 euros anuales
Edad	15 - 54 años
Sexo	Hombres y Mujeres
Ciclo vital de la familia	Solteros y casados, con o sin hijos
Clase social	Alta y media alta
Educación	Licenciatura
Ocupación	Profesional
Origen Étnico	Europeo, oriental, latinoamericano
PSICOGRÁFICA	
Personalidad	Ambicioso, sociable, confiado
Estilo de Vida	Personas que buscan calidad, suelen buscar cosas nuevas
Valores	Seguridad, diversión y gusto a vivir, ser respetado, autorealización
CONDUCTUAL	
Beneficios Deseados	Calidad, buen sabor, aroma
Tasa de Uso	Usuarios esporádicos, usuarios habituales

Fuente: elaboración propia, 2022.

Según Medina (2018) el País al cual se tendrá el primer acceso al mercado alemán; en la ciudad de Hamburgo principalmente por la facilidad de la llegada al puerto y la cercanía a la ciudad, evitando algún costo adicional de traslado hacia una ciudad aledaña. Considerar que la población que será tomada en consideración corresponde al 51.18%, hombres y mujeres desde los 15 hasta los 54 años; esto debido a que en ese rango de edad el consumo de chocolate y sus derivados es mayor y más constante.

El mercado objetivo de esta idea se enfoca a industrias para el procesamiento del cacao en grano. Como ya se ha mencionado, el cacao es el producto sustituto perfecto para la cocoa y/o

chocolate instantáneo, con la diferencia que no está procesado lo cual hace que sus propiedades y beneficios sean mayores por porción.

Una característica en particular de las tendencias de consumo de los alemanes según un informe publicado por (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013), las personas buscan productos de buena calidad a buen precio, siendo capaces de ser selectivos y muy comparativos al momento de realizar una compra, todo esto respaldado por sus instituciones gubernamentales que velan por la inocuidad de los productos que se ofrecerán en el mercado alemán.

Alemania es considerado el mercado orgánico más grande de la Unión Europea, y es el segundo más grande en el mundo. De acuerdo al Research Institute of Organic Agriculture (FiBL por sus siglas en alemán), se ha tenido un crecimiento en los últimos 15 años respecto a la inversión en la producción de productos orgánicos, en las áreas de producción, consumo y su comercio

Después de demostrar que el mercado de productos orgánicos tiene potencial, que la demanda y las áreas de cultivo del cacao en grano orgánico siguen creciendo, y que el mercado orgánico alemán es el segundo del mundo, cabe mencionar que uno de los factores que hicieron ir a Europa y no a Estados Unidos, son la tendencia de consumo y la búsqueda de calidad.

Tendencia debido a que las personas europeas cada vez requieren mejores productos, no solo en el sabor y aroma sino en cuidado del medio ambiente y en la historia que tiene que contar; como también en la calidad, siendo capaces de aumentar su capacidad adquisitiva con tal de obtener un producto con reconocimiento que garantice que la experiencia será distinta a lo convencional.

Segmentación de mercado objetivo

La ciudad a la que realizará la exportación es a Hamburgo, debido a que es la puerta de Alemania al mundo, se encuentra su puerto más importante donde pasa más de 75% de todos los productos que ingresan al mercado alemán, y donde se cuenta con mucho turismo y comercio,

haciéndola una de las economías más fuertes de Europa. A continuación, se presentarán indicadores macroeconómicos de Alemania y Hamburgo.

Tabla 7. Segmentación de Mercado objetivo

ALEMANIA
Capital: Berlín
Población Total: 82,667,685
Lengua: Alemán
Moneda: Euro
Superficie: 357,376 km ²
Ciudades Principales: Berlín, Hamburgo, Múnich

Fuente: elaboración propia, 2022.

Tendencias de consumo

El mercado alemán es el primer mercado de la Unión Europea y el segundo en el mundo después de Estados Unidos, por lo que la exigencia y requisitos para el ingreso a su mercado es regulado por entes gubernamentales, teniendo como objetivo ofrecer a sus consumidores productos de calidad a precios accesibles. Todas estas exigencias deberán de ser sustentadas en toda la cadena productiva, desde el primer momento de su cultivo hasta la entrega del producto al consumidor (Fedecacao, 2021).

Un punto clave para las agencias gubernamentales involucradas son la sanidad y la protección al consumidor, garantizado que todo producto que ingrese a tierra alemana sea inocuo, más aún cuando son ingresados por mayoristas o brokers de esa labor.

Los alemanes al momento de realizar compras, consideran mucho la protección del medio ambiente, la biodiversidad y con desarrollo sostenible, por eso que prefieren consumir productos que han sido cultivados bajo ciertas medidas que no dañan los ecosistemas en donde se producen.

El mercado orgánico es el más importante en la región europea, por lo que se considera un mercado maduro y muy comprometido con llevar una vida sana y consumidor productos que no solo sean favorables con su salud, sino que también protejan el medio ambiente. “Los consumidores orgánicos o “verdes” son exigentes y buscan productos de alta calidad, que estén bien presentados y empaquetados.

Aprecian los productos innovadores y funcionales que procuren la buena salud y bienestar, además de productos que tengan una “historia” que contar.” (Plan de Desarrollo de Mercado – Alemania, MINCETUR). De acuerdo a un estudio del BOWL (Federación Alemana para la Industria de Productos Orgánicos), el factor precio quedó en un segundo plano, siendo desplazado por la certificación de “producto orgánico”. Indica además que los alemanes son capaces de pagar hasta un 30% más por un producto orgánico, haciendo que su consumo per cápita de estos productos sea de €86 en promedio, más del doble que el consumo per cápita de Europa.

Motivación de la compra

Los alemanes son reconocidos por ser grandes consumidores de chocolate. Este país importa en su mayoría el cacao en grano, pues la calidad del producto depende del proceso que se le dé, así que, si una empresa está interesada en generar valor agregado a sus chocolates a partir del uso del fruto fino y de aroma, muy probablemente querrá desarrollarlos por sí misma (Colombia Trade, 2022).

De acuerdo con el International Cocoa Organization (ICCO), el 95% del cacao producido en Colombia es fino y de aroma. Además, este cultivo en Latinoamérica genera mayor bienestar en los productores, en comparación a los de Costa de Marfil y Ghana. Esto se debe a que, según los expertos en Europa, en América Latina el cultivo de cacao no es un monocultivo, sino que se mezcla con otros productos, por lo cual quienes lo producen no dependen de la venta del cacao para su supervivencia.

El caso latinoamericano es presentado como ejemplo para las plantaciones de cacao en África. Estas características representan mayores oportunidades de exportación para el cacao colombiano al mercado alemán. Y aunque la mayoría de los consumidores alemanes no diferencian entre el cacao fino y de aroma, y el cacao bulk (cacao común) si valoran las buenas condiciones para quienes trabajan en los cultivos. La preferencia de alimentos saludables hace que los alemanes se inclinen por el chocolate oscuro.

Las múltiples marcas alemanas y suizas con tradición en el mercado han generado una cultura de consumo estable. La mayoría de los alemanes prefieren el chocolate de leche, caracterizado por un sabor dulce y suave.

En este mercado la importancia por la salud sigue creciendo, tendencia que lleva a los consumidores a informarse más sobre el tipo de alimentos que deben ingerir para su cuidado, impulsando el consumo de los denominados “súper alimentos” o “super foods”, como la quinua, el amaranto, las bayas de goji, entre otros (Procolombia, 2022).

El chocolate oscuro se considera parte de esta categoría, gracias a las propiedades antioxidantes que se le atribuyen al cacao, generando un aumento de chocolates con alto porcentaje de este fruto. Aun así, se ha establecido que solo el cacao crudo mantiene las propiedades antioxidantes. Una vez que se aumenta la temperatura y se procesa el producto, como normalmente se hace en la elaboración de chocolate, se pierden dichos atributos. Lo cual ha generado que aparezcan en el mercado varias marcas que ofrecen chocolate crudo o “raw”.

Esta presentación se vende en forma de cacao en polvo sin azúcar, en barras de chocolate hechas con un proceso diferente, en el que la temperatura no aumenta los 42 grados; otra forma es como ingrediente para snacks.

Vale la pena destacar que la tendencia por productos crudos, la cual no solo está vigente para el chocolate sino para muchos otros productos, tiene aún una participación muy pequeña. Para

la mayoría de los consumidores, el chocolate oscuro sigue siendo el “saludable”. Crecen las exportaciones colombianas de manteca y pasta de cacao hacia este mercado.

De acuerdo con Euro monitor, en 2015 Alemania fue el cuarto consumidor de chocolates en el mundo, después de Estados Unidos, Reino Unido y Rusia. El consumo durante 2014 fue de 3.574,4 miles de toneladas.

Actualmente, los productos intermedios que más se producen en este mercado son la cobertura y el licor de cacao. El principal uso de la cobertura es para productos de panadería, mientras que el licor de cacao es destinado a la realización de chocolates. Lo que denota la importancia de Alemania como procesador de cacao.

Entre más especiales sean las características del cacao mayor es su precio

Los precios del cacao dependen de los índices de Nueva York y de Londres, pues este producto se negocia en bolsa. Sin embargo, la mayor parte del cacao fino y de aroma no es transado de esa manera, sino que se negocia directamente entre el importador y el productor. Aun así, los precios de la bolsa sirven de referencia.

El precio del cacao criollo puede estar entre el doble y el triple del precio del cacao “bulk”, dependiendo de las características. Entre más especiales sean las propiedades del cacao más se valoriza. El cacao porcelano de Venezuela, por ejemplo, es un tipo muy escaso, cuyas semillas son blancas y la cascara es brillante. Esta especie de cacao criollo es muy apreciada en el mercado y tiene un precio muy alto en comparación con el “bulk”. En los últimos años el precio de este producto ha mostrado una tendencia al alza debido a la inestabilidad política de Costa de Marfil, el principal proveedor de cacao del mundo, la cual influyó negativamente en su producción.

Aspectos culturales – negociación

Según Legiscomex (2022) Inteligencia de Mercados/Cultura de Negocios con Alemania La calidad en los productos y servicios son los factores que determinan el cierre de las negociaciones en Alemania.

Alemania es uno de los mercados de mayor importancia en la Unión Europea por lo que se ha convertido en un estratégico aliado comercial para varios países alrededor del mundo que quieren incursionar o ya hacen parte del mercado de este gigante europeo, razón por la cual muchos productos y servicios similares están en constante competencia. Es por esto que las características y la calidad de los productos son la principal exigencia para entrar al mercado alemán, así como también toma bastante importancia la manera en la que los interesados en hacer negocios con este país presentan su empresa. Así que no solo se trata de la calidad de los productos y servicios ofrecidos, sino que también de la calidad del personal designado para establecer las relaciones comerciales. Es claro que alrededor del mundo existen muchas culturas y pautas sociales que se deben conocer y tener en cuenta al momento de comenzar una relación comercial, ya sea que se lleven a cabo en las distintas ferias de negocios o directamente en las instalaciones de su empresa o las de sus futuros socios. En cualquiera de los casos conocer y aplicar de manera adecuada la cultura de negocios alemana, las necesidades y expectativas del mercado le dará una ventaja sobre su competencia y lo llevará a generar en primera instancia la confianza suficiente para cerrar con éxito sus negociaciones.

Según LegixComex (2022) los Horarios La semana laboral en Alemania es de lunes a viernes, algunas empresas y establecimientos trabajan los días sábados. Los domingos por lo general no se trabaja. Las tiendas que se encuentran en las ciudades pequeñas cierran a la media día una hora durante el almuerzo.

Horarios de atención y servicio en los establecimientos de Alemania

Lunes a sábado de 8:00 a 20:00 horas

Domingos de 10:00 a 16:00 horas

Centros Comercial Lunes a sábado de 10:00 a 20:00 horas

Domingo: cerrado

Oficinas Públicas Lunes a jueves de 9:00 a 17:00 horas

Viernes de 9:00 a 14:00 horas

Bancos Lunes a viernes de 8:30 a 16:00

Sábados y Domingos: Cerrado

Oficinas lunes a jueves de 9:00 a 17:30 horas

Viernes: 9:00 a 16:00 horas

Citas y lugares de encuentro

Para poder agendar la primera reunión debe mostrar su interés mediante una llamada telefónica, esto con el fin de asegurarse que está hablando con la persona indicada, luego puede confirmar mediante un correo electrónico.

Los alemanes son conocidos por ser puntuales así que es muy importante que usted también lo sea, es bien visto que llegue a las citas de negocios unos quince minutos antes. En lo posible evite cancelar las citas y reuniones a menos que tenga un motivo sumamente importante. El tráfico a veces puede complicarse, así que si va retrasado a una cita es recomendable avisar. Las horas sugeridas para realizar las reuniones son entre las 10:00 y las 16:00 horas, tenga en cuenta las horas de almuerzo que van desde las 13:00 a 15:00 horas y los viernes en la tarde. Las comidas de negocios entre los alemanes no son muy comunes, estas se dan solo cuando ya existe un grado de confianza más alto. De darse este tipo de encuentros es posible que pueda abordar temas distintos

a los estrictamente profesionales y hacer contactos con los que posteriormente podrá continuar hablando de negocios. Puede invitar a sus futuros socios a visitar su empresa y su país, esto irá generando un ambiente más confiable para llevar a cabo las negociaciones.

Vestuario

Es importante siempre estar vestido de acuerdo a la ocasión, esto dejará ver su respeto no solo por las relaciones comerciales, sino que también por sus anfitriones. La ropa informal como los jeans, camisetas o ropa deportiva, no es aconsejable en especial si está reunido con sus futuros socios. Se recomienda para los hombres traje, corbata y zapatos formales, para las mujeres sastre con chaqueta y tacones. Obsequios Dentro de la cultura de negocios alemana no se acostumbra llevar regalos a las reuniones de negocios. De hecho, el intercambio comercial ampliado con otros países ha facilitado que se puedan adquirir objetos que no se encuentra en Alemania, lo ha hecho menos novedosos los regalos, además los alemanes prefieren concentrarse más en los negocios que en este formalismo. Sin embargo, si los lleva es aconsejable que no sean tan costosos, es más apreciado el gesto que el valor; si es invitado a una comida de negocios es bien visto llevar algún detalle a su anfitrión. Saludos En los ambientes de negocios alemanes se saluda con un apretón de manos, debe extenderla primero a la persona de mayor rango en la empresa, así como también a las personas más adultas. Los alemanes dan mucha importancia a los títulos profesionales de las personas. Así que debe saludar primero diciendo “señor/Herr”, luego el título de la persona y después el apellido. No es recomendable tutear. Reuniones La persona con más jerarquía en la empresa es quien lo introducirá y presentará ante los demás miembros asistente a la reunión. Siempre use el usted formal “Sie” ya que el “Du” es más de uso (LegisComex, 2022).

Familiar

Al comienzo de la reunión se hace el intercambio de tarjetas las cuales deben estar en inglés. Los alemanes no son muy dados a las conversaciones informales, sin embargo, le harán

unas breves preguntas acerca de cómo estuvo su viaje para luego comenzar a tratar los temas de negocios. Se incomodan si un extraño les hace preguntas personales, así que evite tocar este tipo de temas. Los empresarios de Alemania son muy directos y esperaran lo mismo de su parte, así que asegúrese de que toda la información que va a suministrar durante la reunión este bien documentada y cuente con argumentos suficientes para convencer a sus socios. Las primeras reuniones no suelen tardar demasiado, alrededor de una hora. Es recomendable que cuente previamente con todos los recursos tanto tecnológicos como logísticos para hacer su presentación y de este modo la pueda desarrollar con éxito. La mayoría de los empresarios alemanes hablan inglés, así que dependiendo de la audiencia puede hacer sus presentaciones en este idioma y dejar claro los detalles (LegisComex, 2022).

Negociaciones

Los empresarios alemanes se caracterizan por ser directos y francos, en ocasiones pueden dar la impresión de querer ser superiores a sus interlocutores, así que sea muy prudente en la manera como maneja este tipo de comportamientos. Existen varias regiones en Alemania, cada una con su cultura particular, por ejemplo, los alemanes de origen bávaro son más tradicionales, los mecklemburgo son introversos, los suabos son ahorradores y los de origen sajón son disciplinados y astutos. Las bromas y la ironía no son bien vistas dentro de la cultura de negocios alemana ya que podrían tomarse como una falta de respeto y les restaran validez a sus propuestas, procure ser convincente y concreto en sus pretensiones comerciales. Los alemanes buscan artículos y servicios de calidad, por lo que evitan adquirir productos baratos y preferiblemente adquieren aquellos que cumplen como mínimo los estándares técnicos de calidad establecidos en las normas de calidad DIN. Esta es una ventaja que puede aprovechar, pues al momento de negociar el precio de su producto y/o servicio, este no se verá disminuido, además otra ventaja es que en Alemania los plazos de pago no superan los 30 días, algo que tiene que revisar muy bien al momento de adquirir

compromisos en las entregas. Los empresarios alemanes le dan mucho valor a la palabra, por lo que los compromisos adquiridos verbalmente son igual de valiosos que los que se realizan por escrito, en cualquier caso, debe primar el cumplimiento y desde luego la calidad. Al momento de tomar las decisiones para cerrar un negocio la jerarquía no pesa tanto, los empresarios alemanes tendrán en cuenta el punto de vista de los profesionales y especialistas invitados a la reunión, es por esto que sus presentaciones deben ser argumentadas con hechos suficientes para convencer a todos de que su oferta cubre con las expectativas.

Tendencias del mercado

El mercado alemán es un mercado muy competitivo que busca ofrecer a sus consumidores productos de buena calidad a precios asequibles. La calidad se exige en toda la cadena productiva, desde que el producto se cultiva o procesa, hasta llegar a manos del consumidor alemán.

Alemania es también un mercado que valora la protección del medio ambiente, la biodiversidad y el desarrollo sostenible. Por tanto, apoya y busca aquellos productos que hayan sido cultivados y/o elaborados bajo medidas que no dañan y resguardan la “buena salud” del medio ambiente y los ecosistemas propios de cada país, además de favorecer el desarrollo continuo de comunidades y regiones (MINCETUR. 2021).

Competidores

1. Costa De Marfil

Costa de Marfil es un país que se encuentra ubicado en la región tropical del África Occidental y que cuenta con una población cercana a los 26 millones de habitantes, de los cuales se puede decir que aproximadamente 6 de ellos, se dedican a la producción o plantación del cacao. De igual forma, se debe decir que los agricultores del país de Costa de marfil ganan alrededor de 0,97 centavos de dólar por cada día producido (Netnews, 2021).

2. Ghana

Por su parte, Ghana, al ser considerado como el vecino del país Costa de Marfil, se tiene en el mundo internacional como el segundo mayor exportador de cacao hacia otros países del mundo. Se puede decir que su producción de cacao se encuentra representada a través del 30% del total de sus ingresos a través de los procesos de exportación. De igual forma, se debe decir que aproximadamente 800.000 agricultores del país, son participantes activos durante el proceso productivo del cacao (Netnews, 2021).

3. Indonesia

Seguidamente, se debe decir que Indonesia, es considerado como el único país que se destaca por su producción cacaotera, pero que no se encuentra ubicado en África, sino por el contrario se encuentra ubicado en el sudeste del continente asiático. Sin embargo, a pesar de ser reconocido como generador de cacao, se puede decir que su producción es de poco tiempo, debido a que solo desde 1980 ha comenzado a realizar producción del cacao (Netnews, 2022).

4. Nigeria

Por su parte, Nigeria, es un país que se encuentra ubicado cerca de Ghana y de Costa de Marfil, así como que también es considerado como uno de los países de mejor producción de cacao en todo el mundo. Se dice que Nigeria produce alrededor de 300.000 toneladas de cacao, aunque sus habitantes no son capaces de aprovechar su potencial productor y comercial, a raíz de diferentes razones tales como las siguientes: los árboles de cacao que se encuentran en Nigeria, se encuentran desactualizados, así como también sus productores, es decir, la mano de obra; seguidamente, se encuentra que las formas o métodos de cultivos se encuentran obsoletos y desmejorados, produciendo cacao de calidad inferior a la de sus competidores; finalmente, la tercer razón se basa en que los productos químicos que son utilizados en el proceso productivo del cacao, son utilizados de forma incorrecta, ocasionando perjuicios en lugar de beneficios a la

producción. Sin embargo, los habitantes de Nigeria han aprendido a diversificar el uso de cacao favoreciendo la producción de productos diferentes al cacao, tales como la manteca, el cacao el polvo y hasta el licor de cacao (Netnews, 2021).

5. Camerún

Finalmente, el país que se lleva el nombre del quinto productor de cacao con más niveles de producción es Camerún, el cual tiene a su favor que del total de su territorio nacional, más del 37% se encuentra destinado a la producción y cultivo del cacao, por lo que es considerado como uno de los principales ingresos a su mano de obra y en especial a la población rural (Netnews, 2021).

Principales exportadores de cacao en grano

- La Compañía Colombiana Agroindustrial S.A. ocupa el primer lugar como la empresa con la mayor cantidad de toneladas exportadas durante la vigencia 2019, llegando a 2.823 toneladas para una participación del mercado de 31% y una variación con respecto al año 2018 del 77% (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020).
- Sucesores de José de Jesús Restrepo y CIA S.A. (Casa Luker) se encuentra ubicada en el segundo lugar con 2.033 toneladas de cacao exportadas, seguido de la Federación Nacional de Cacaoteros con 1.601 toneladas. Se posicionan nuevas exportadoras como CAFEXPORT y VON ALM MR por encima de las 600 toneladas cada una, la empresa SURCACAO presenta un decrecimiento del 40% frente al año anterior (FEPCACAO, 2020).
- La empresa VON ALM MR COLOMBIA S. A. registró exportaciones por 651 Toneladas, siendo una de las nuevas exportadoras para la vigencia, la compañía CAFEXPORT S A R

L SUC COL, paso de exportar 50 toneladas en el 2018 a 905 Toneladas para 2019, crecimiento del 1.702% (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020).

- PRODUCOMEX es una empresa comercializadora de productos orgánicos y convencionales se encuentra ubicado en Cali, Valle del cauca- Colombia (Producomex, 2022).
- PROCOLCACAO son una empresa productora de cacao en Colombia, ubicados en la ciudad de Bogotá – Colombia (PROCOLCACAO, 2022).

Imagen 8. Comparativa de principales empresas exportadoras en los años 2017, 2018 y 2019.

EXPORTACIONES DE CACAO POR EMPRESA AL MES DE DICIEMBRE							
EMPRESA	2017		2018		2019		CREC/DREC - 2018 2019
	TOTAL TON.	Part. %	TOTAL TON.	Part. %	TOTAL TON.	Part. %	%
COMPANIA COLOMBIANA AGROINDUSTRIAL S A	2.922	25%	1.599	23%	2.823	31%	77%
SUCESORES DE JOSE JESUS RESTREPO Y CIA S A	1.603	13%	1.219	17%	2.033	22%	67%
FED NACIONAL DE CACAOTEROS	1.751	15%	1.701	24%	1.601	18%	-6%
CAFEXPORT S A R L SUC COL	-	0%	50	1%	905	10%	1702%
SURCACAO S A S	251	2%	621	9%	375	4%	-40%
VON ALM MR COLOMBIA S A S	-	0%	-	0%	651	7%	100%
IAB GROUP S A S	-	0%	25	0%	125	1%	400%
D ORIGENN S A S	50	0%	190	3%	144	2%	-24%
CACAO DE COLOMBIA S A S	76	1%	43	1%	98	1%	127%
EXPO COSURCA S A C I	28	0%	75	1%	25	0%	-67%
CIA NACIONAL DE CHOCOLATES S A S	50	0%	209	3%	10	0%	-95%
OTRAS EMPRESAS	5.194	44%	1.324	19%	326	4%	-75%
TOTAL	11.926	100%	7.056	100%	9.116	100%	29%

Tabla 7: Comparativo de principales empresas exportadoras en los años 2017, 2018 y 2019, fuente (SICEX)

Fuente: SICEX, 2020.

5.3. PLAN EXPORTADOR DE CACAO EN GRANO AL MERCADO ALEMÁN CON LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA LA GERENCIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Creación de empresa

Para la comercialización del producto, es necesaria la creación de una empresa con el siguiente nombre: “CACAO POR COLOMBIA”, localizada en la ciudad de Santa Marta. Dicha empresa será constituida según los lineamientos de la ley y bajo los procedimientos establecidos en la Cámara de Comercio de Santa Marta.

La empresa será creada a través de la modalidad de Sociedad Anónima Simplificada – SAS y estará constituida por William Arévalo, Vanessa Garizao y Johana Marín, los cuales tendrán las acciones de la empresa de forma equitativa.

Registro como exportador

Teniendo en cuenta que en Colombia cualquier empresa o persona natural que desee realizar exportaciones, debe contar con el documento del Registro Único Tributario – RUT, el cual debe ser solicitado ante la DIAN (Procolombia, 2018), se procede a la solicitud del RUT una vez haya sido creada la empresa comercial. De igual forma, con la adquisición de dicha documentación, la empresa se compromete a realizar el trámite ante la DIAN sobre su resolución de facturación y la responsabilidad tributaria, donde debe declarar IVA, facturación, retenciones, exógena, entre otras.

Clasificación arancelaria

De acuerdo a la información suministrada anteriormente, se debe decir que la subpartida o clasificación arancelaria tenida en cuenta para el país alemán es de 180100, lo que permite tener

el detalle acerca de los impuestos y derechos de aduana que deben ser pagados de acuerdo a las mercancías que son ingresadas a un país, que en este caso se trata de Alemania.

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 para consumo humano.

Selección de mercado

El mercado escogido se trata del país Alemán, el cual es considerado como uno de los principales importadores de cacao en el mundo, a raíz de sus fábricas de confitería y chocolatería. De igual forma, la selección de mercado fue realizada a través de un análisis de la partida arancelaria, perfilación de mercado, análisis del mercado constructor, del mercado estratégico y del mercado natural, trayendo como conclusión que el país más opcionado es el de Alemania, por sus características económicas y de importación del producto.

Términos de Negociación Internacional – INCOTERMS

Los Términos de Negociación Internacional, se basan en el proceso donde se estipulan costos, punto de entrega, documentación y riesgos involucrados o que pueden tener lugar dentro de la distribución física de la mercancía, tanto para el importador como para el exportador (Procolombia, 2018). De acuerdo a lo anterior y teniendo en cuenta que el método de envío será basado en procesos marítimos, se podrán exigir FAS, FOB, CFR, CIF.

Registro ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE

“La Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE es la principal herramienta de facilitación del comercio del país, a través de la cual se canalizan trámites de comercio exterior de los usuarios vinculados a 21 entidades del Estado con el fin de intercambiar información, eliminar redundancia de procedimientos, implementar controles eficientes y promover actuaciones administrativas transparentes” (Procolombia, 2018). De acuerdo a lo anterior, se debe solicitar los siguientes documentos o procesos:

- Firma digital ante la DIAN
- Ingreso a la VUCE.
- Efectuar trámites asociados a la subpartida arancelaria.

Procedimiento aduanero de exportación de bienes

Si el valor de las mercancías que serán exportadas supera el monto de 300.000 USD, se procede a realizar el procedimiento ante la agencia de la aduana y se deben preparar los siguientes documentos (Procolombia, 2019):

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Visto bueno
- Certificado de origen si se requiere

Variaciones en precio y demanda

El precio del cacao para la realización de chocolate varía dependiendo de la época y de las características del cacao, es así como a inicio de abril del 2022, el precio de la tonelada de cacao tenía un precio alrededor del US\$2.800, para posteriormente disminuir significativamente a US\$2.382,

Estrategias del producto

La principal ventaja del cacao para exportación, se basa en que éste puede ser transportado en grano hacia el mercado de Alemania, con fin de mejorar la productividad del sector y duplicar el mercado y las exportaciones, por lo que en el futuro se pretenden sustituir alrededor de 27.000 hectáreas de cultivo ilegales de cacao, para posteriormente ser novados en hectáreas con más de 60 años e invertir en plantas de poscosecha y transferir conocimiento y tecnología a los productores de cacao del país.

Estrategias de precios

Al momento de hablar de precio del producto de cacao, se puede decir que se hace la conversación más importante, porque a través de este precio se permite la determinación del punto de equilibrio en el mercado tan competitivo que tiene el cacao en grano. Para lograr una tabla de precios justa y efectiva, es necesario basarse en los costos y precios ya existentes dentro del mercado capital, para tener un punto de referencia y así poder mejorarlos y lograr llegar a impactar al comprador, teniendo en cuenta los siguientes factores determinantes:

- Logro de objetivos
- Cumplimiento de metas
- Estandarización de precios competitivos
- Esparcimiento a nivel nacional e internacional
- Reconocimiento a nivel nacional e internacional
- Crecimiento en las ventas

De acuerdo a todo lo anterior, el precio del producto del cacao en grano, serán establecidos teniendo en cuenta al momento en que sea realizada una negociación formal con un posible cliente y además con el gremio de cacao del país. De igual forma, se debe tener en cuenta

que en estos momentos ya se encuentran establecidos y manejados por una demanda competitiva, que a pesar de ser un proceso manual es el momento de establecer un costo real teniendo en cuenta el embalaje, la presentación y la utilidad que puede dar el producto frente al mismo mercado que pretende ofertar.

Estrategias de ventas y distribución

Para la estrategia de distribución, que es considerada como el principal punto del plan de exportación, se puede decir que el producto será distribuido en grano, buscando el equilibrio en las ventas y el reconocimiento del producto. Por ende, entran en juego dos roles dentro del proceso: el primer es el productor, el cual es el encargado de todo el proceso de recogida y selección del cacao en grano con sus mejores características, de tal forma que posteriormente salga hacia el proceso de empaque y embalaje del producto para la exportación y; el distribuidor, quien es el encargado de distribuir el producto terminado, de tal forma que los posibles consumidores, que en este caso es Alemania pueda aspirar a lo más representativo del cacao en grano colombiano.

Estrategias de promoción

Para las estrategias de promoción que tienen por objetivo el crecimiento de las ventas y el enfoque positivo para generar ingresos, se deben establecer procesos tales como las ventas, los clientes potenciales, los proveedores, los productores y todos aquellos actores que tengan un rol dentro del proceso de producción y exportación del cacao en grano.

En este sentido, la promoción en ambientes de producción de materias primas, debe incluir aspectos institucionales que muestren el producto, las investigaciones, la producción, la satisfacción de otros compradores para fortalecer la confianza de los clientes potenciales (Mendoza, 2021).

Almacenaje y distribución

Para el almacenaje del cacao en grano, éste debe mantener a una temperatura óptima y adecuada, que oscile entre los 12 y 15 grados centígrados. El almacenamiento del cacao debe ser realizado en recipientes herméticos a gases y a la humedad, debido a que éstos son capaces de conservar las notas aromáticas y amargas que caracterizan al producto, así como también la calidad fina de conserva evitando que los granos se expongan al aire y se produzca la oxidación que no es beneficiosa para el producto.

Por su parte, Martínez & Herrera, (2015) establecen las siguientes condiciones mínimas para el almacenamiento y el transporte del cacao:

- Almacenamiento en lugares secos con bastante aireación.
- Utilizar tarimas de madera que separen el producto del contacto directo con el suelo.
- Dejar un espacio de 1 metros entre el techo del lugar de almacenamiento y los sacos almacenados.
- Realizar inspecciones frecuentes y regulares verificando niveles de humedad, generación de hongos, insectos, roedores, etc.
- Se recomienda no almacenar con otro producto.
- Prever niveles de condensación de humedad durante el transporte.
- Temperatura recomendada, 15-18°C.
- Humedad relativa, 50% ambiente seco

Proceso de comercialización

Para la comercialización se debe tener en cuenta el país de Alemania, el cual fue tenido en cuenta como mejor oicionado dentro del proceso de exportación, por lo que le conviene a ambas

partes, ya que el comprador cuenta con una empresa encargada de la transformación de la materia prima que es comprada a Colombia, para ser convertida en productos derivados del cacao en grano.

Plan de comercio exportador

Para la preparación para el proceso exportador, se deben tener listos todos aquellos trámites y requisitos óptimos para una excelente exportación. La documentación y los trámites son aquellos procesos administrativos que deben darse al momento de la exportación, teniendo en cuenta que se quieren uno o varios documentos encargados de soporte y autorización de la salida del producto en la aduana y posteriormente los documentos para ser acreditados como exportadores en el país de origen, tal como lo solicita la ley. A continuación, se presentan las declaraciones de los vendedores y los compradores (Colombia Trade, 2022):

Tabla 8. Declaración de vendedor y comprador

Vendedores	Compradores
Conocen las características y especificaciones de los productos establecidos en el contrato	Es una empresa constituida de acuerdo a las leyes colombianas
Los productos llegarán en perfecto estado	El comprador debe situarse en Alemania
Se encuentran comprometidos a cubrir todos los costos bajo la modalidad FOB	El comprador se encuentra facultado para suscribirse al contrato

Fuente: elaboración propia, 2022.

FOB – FREE ON BOARD

FOB es uno de los más usados en el proceso del comercio internacional y se encuentra caracterizado por el uso para carga general de mercancías y se usa exclusivamente para transporte

en barco, a través de vías marítimas o fluviales. Específicamente, el cacao será enviado en grano de acuerdo a sus características (PIC-Cargo, 2022).

Medios de pago

Para los medios de pago, serán tenidas en cuenta la confiabilidad y la calidad del banco emisor, los costos de la operación reflejados en las comisiones bancarias. Este tipo de pago trae ventajas en el momento en que llega la orden del pago, el banco procede a realizar el abono a la cuenta de la exportación sin agregar más gastos y por ende el pago será automático ya que la transmisión se realiza en tiempo real (PIC-Cargo, 2022).

Formas de pago internacional

Para el pago de forma internacional, ésta dependerá de la confianza que haya entre el comprador y el vendedor, así como también de otros factores tales como la garantía del medio de pago, la solvencia de las partes, la situación del mercado, la inestabilidad política y económica y finalmente, la iniciativa para cancelar la deuda y el tipo de moneda.

Forma de embarque

El proceso de salida de la mercancía, se llevaría a cabo a través de la exportación con embarque único o con embarques fracciones, teniendo en cuenta la forma en la que los despachos aduaneros son manejados. De igual forma, se tienen en cuenta los siguientes factores (DIAN, 2011):

Tabla 9. Factores para la forma de embarque

Factor	Descripción
Momento en que se presente la solicitud de autorización de embarque – SAE	Antes o después de su ingreso al lugar habilitado.

El lugar de destino final de la mercancía	Fuera del Tan o una zona franca o un depósito franco o de provisiones de a bordo para consumo y para llevar.
El modo de transporte	Marítimo, aéreo, carretero o por instalaciones fijas o en aguas interiores.
El lugar donde se va a realizar la inspección de la mercancía	Zona secundaria, lugar de embarque, depósito habilitado, zona franca o en el lugar de embarque de la aduana de salida.

Fuente: elaboración propia, 2022.

Autorización de embarque

El embarque y su autorización tiene lugar cuando suceda alguno de los dos siguientes parámetros: el primero que se embarque directo a través de los servicios informáticos electrónicos o; cuando practicada la inspección aduanera sea establecida conformidad entre lo declarado y la información contenida en los documentos de soporte y lo inspeccionado.

Certificado de embarque

Una vez ha sido realizado el embarque dentro de las próximas 24 horas, el transportador debe presentar por medio de servicios informáticos y electrónicos, el manifiesto de carga que relacione todas las mercancías a bordo del buque.

Documentos para exportar

Tabla 10. Documentos para 64xporter

Documentos para exportar	
Documentos y tramites	Definición

<p>0. Registro como Exportador</p>	<p>Registro Único Tributario (RUT), se constituye como único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. Para adelantar actividades de exportación, se debe tramitar este registro, especificando dicha actividad</p>
<p>1. Registro para Auto calificación de Origen</p>	<p>Determina el origen de las mercancías de objeto de exportación</p>
<p>2. Certificado de Origen</p>	<p>En este documento se acredita que los productos fueron elaborados en Colombia. Este documento se obtiene con el fin de acogerse a las preferencias arancelarias establecidas en los diferentes Acuerdos Comerciales suscritos por Colombia.</p>
<p>3. Vistos Buenos</p>	<p>el exportador debe tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad a la exportación los vistos buenos o requisitos especiales que de conformidad con las</p>

	normas vigentes requiera su producto para ser exportado. (Ministerio de Cultura, ICA, Invima, entre otros)
4. Trámites aduaneros	
5. Sanidad de la localidad - permiso sanitario:	<ul style="list-style-type: none"> -Certificado de Salud de los trabajadores que manipulen el producto, choferes así como del Representante Legal -Certificado de Manipulación de Alimentos de los empleados, choferes. -Planilla Interna del Ministerio debidamente diligenciada -Permiso de Habitabilidad de Bombero -RIF de la empresa -Documento Constitutivo

Fuente: elaboración propia, 2022.

Registro de exportador

El registro nacional de exportadores debe ser expedido por la DIAN, el cual es el ente encargado de llevar control de la información actualizada de las empresas exportadoras, de la competitividad de los productos nacionales en el mercado internacional, entre otros aspectos.

Envase y embalaje

El cacao en grano ya sea en forma entera o partida, será exportado en sacos de fibra natural de 50 kilos, teniendo en cuenta los estándares de calidad y las certificaciones solicitadas

para este tipo de productos. Estos granos deben tener cuidado, por lo que el saco de fibra natural que es biodegradable es el idóneo para ofrecer un óptimo rendimiento en la conservación del aroma, la humedad adecuada y su aireación. Además son los encargados de facilitar el trabajo pesado, conservar el aroma y el sabor del producto empacado, brindar facilidad en el arrume del producto en palets y finalmente, tiene una excelente resistencia a las caídas y a los tratos bruscos, por lo que tienen mayor seguridad y garantiza una reducción de costo en la prima de seguro de los productos.

Manipuleo

Para el manipuleo del producto se debe establecer la protección de la humedad, la protección del sol, todo a través de los símbolos autorizados internacionalmente. El manipuleo para este tipo de cargas debe ser por medio de ayudas mecánicas, ya que el peso de cada saco supera el límite máximo manual.

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Inicialmente se debe decir que el análisis estratégico del sector económico cacaotero, visto desde el análisis político, ha permitido fomentar la producción del cacao a raíz de la formulación e implementación de estrategias públicas, lo que ha generado una mayor producción y facilita por ende, la exportación del producto. Desde el punto de vista económico, se establece que en Colombia han comenzado a aumentar los niveles de exportación de productos o de materia prima hacia otros países, lo que conlleva a que los procesos de exportación estén establecidos bajo procedimientos claros, por lo que se facilita el plan de exportación de cacao en grano hacia Alemania. Finalmente, en el análisis tecnológico y ambiental es importante observar que se han establecido estrategias de mitigación de impactos ambientales en la producción de cacao en el país, lo que genera también características de calidad en el producto que son apetecibles para los países interesados en la compra de este producto agrícola.

Seguidamente, se habla del análisis económico del mercado para la exportación del cacao donde la subpartida arancelaria es de 1801.00.10. De igual forma, se debe tener en cuenta el ámbito social, donde a pesar de que existen cultivos ilegales, el hecho de que se gestione y se fomente el cultivo de cacao en el país, puede conllevar a que los pequeños productores de productos agrícolas, regresen a sus tierras y puedan comenzar a sembrar productos agrícolas nuevamente. Es decir, el hecho de que haya exportación de cacao en el país, no solo permite mejorar índices económicos, sino que también fomenta la estabilidad económica y social de pequeñas familias que se encuentran ubicadas en zonas rurales y alejadas del país. En cuanto al análisis del mercado constructor, mercado estratégico y el mercado natural, es posible identificar que la mejor opción de exportación se basa en aquel proceso que conlleve a exportar al país de Alemania.

En este mismo sentido, en el proceso de logística internacional relativa y pertinente de acuerdo al proceso de exportación de cacao en grano hacia Alemania, se debe considerar que este país tiene una de las economías más grandes de Europa, además de que tiene un amplio requerimiento de cacao debido a su producción en confitería y chocolatería. Alemania es un país que genera importaciones de productos como aceites crudos, gas natural, medicamentos, entre otros, lo que le ha permitido tener una evolución y crecimiento económico. Finalmente, en la segmentación de mercado, la exportación va dirigida específicamente a la ciudad de Hamburgo, debido a la cantidad de habitantes, la mayoría de su territorio es de origen urbano y es una de las ciudades que tiene mayor cantidad de fábricas destinadas a la chocolatería y confitería en el país de Alemania.

Finalmente, en el proceso de formulación del plan exportador en grano hacia el mercado alemán, fue posible establecer que para facilitar y hacer de forma legal el proceso de exportación se deben realizar los siguientes pasos: crear una empresa según los requerimientos de la ley y bajo la modalidad de SAS, que es aquella que se considera más adecuada de acuerdo a la naturaleza y objeto social de ésta; registro como exportador como requisito solicitado ante la DIAN; clasificación arancelaria, donde se recuerda que el país con mejor subpartida fue Alemania; el visto bueno a través de documentos como ICA o INVIMA; los INCOTERMS para definir los términos de negociación; el registro ante la ventanilla única de comercio exterior y; el procedimiento aduanero de exportación de bienes. De igual forma, deben establecer procedimientos de establecimientos de precios, formas de transporte, empaçado, almacenamiento, entre otros.

7. CONCLUSIONES

A modo de conclusión, se debe decir que fue elaborado un plan exportación de cacao en grano de origen colombiano, estableciendo una posición competitiva del país ante el mercado exportador, especialmente en Latinoamérica. Para lograr la formulación del plan de exportación fue necesario realizar un análisis estratégico del sector cacaotero colombiano, donde fue posible identificar las oportunidades y amenazas que pueden darse dentro del sector, dentro de las cuales se distinguen las siguientes: como oportunidades se puede decir que el gobierno colombiano ha propiciado la exportación de productos agrícolas a otros países y que el cacao colombiano es reconocido y apetecido en el mundo exportador por sus características; como amenazas se puede contemplar el aumento desproporcionado de la competencia en el sector y el aumento significativo de los requerimientos internacionales para que se dé el proceso de exportación del cacao en grano. De igual forma, fue necesario establecer un análisis del mercado determinando los siguientes factores: existen políticas establecidas para el fomento de la producción agrícola del cacao en el país; en los últimos cinco años en Colombia ha aumentado aproximadamente 31,5% la exportación de cacao en el país, especialmente en el sector de Santander; el proceso de producción agrícola del cacao puede ir acompañado del cuidado del medio ambiente, una vez sean implementados procesos tecnológicos para la mitigación de los impactos ambientales.

Seguidamente, fue realizado un análisis de mercado para la exportación del cacao en grano, determinando su mejora en el objetivo internacional, donde fue establecido un diagnóstico de la cadena productiva del cacao y se presentan características de producción así como también que en Colombia la tecnología aplicada a los cultivos agrícolas aún puede ser considerada como obsoleta. En el análisis del mercado constructor, mercado estratégico y mercado natural, es posible concluir que la mejor opción de país para exportar el producto del cacao en grano es Alemania.

En cuanto al proceso de logística internacional pertinente para la exportación del cacao en grano para el mercado de Alemania, específicamente la ciudad de Hamburgo, que fue escogido por el análisis del mercado, es posible que esta población realiza compras a otros países teniendo en cuenta la protección del cuidado del medio ambiente, la biodiversidad y el desarrollo sostenible. Por otro lado, la motivación de compra de los habitantes del país alemán se basa en que éstos son considerados como uno grandes consumidores de chocolate y por ende existen fábricas de chocolate, donde la principal materia es el cacao, el cual es importado por Alemania por diferentes países con características del producto, bien establecidas.

Finalmente, en el proceso de establecimiento del plan de exportación de cacao en grano hacia Alemania, fue posible identificar los procedimientos adecuados de acuerdo a los lineamientos estratégicos para la gerencia de negocios internacionales y son mostrados a continuación: creación de una empresa con modalidad SAS; registro como exportador, sacando el RUT ante la DIAN; establecimiento y búsqueda de la clasificación arancelaria según el producto; el visto bueno a través del ICA e INVIMA; los términos de negociación internacional; el registro ante la ventanilla única de comercio exterior; el establecimiento del precio de acuerdo a la demanda del producto; las estrategias de venta del producto; las estrategias de establecimiento y factores de precios; estrategias de venta y distribución del producto; estrategias de promoción del producto; el almacenaje y distribución adecuada del producto; el proceso de comercialización; las formas de pago establecidas; las formas de embarque; el certificado y autorización de embarque; entre otros.

8. RECOMENDACIONES

- Identificar las debilidades y fortalezas que tiene el sector económico dedicado a la producción de cacao, de tal forma que las debilidades puedan ser disminuidas y fortalezas a través del fomento de las fortalezas con las que cuenta el país.
- Identificar más oportunidades de países para realizar el proceso de exportación de cacao en grano, de tal forma que sea posible aumentar los rendimientos económicos, sociales y ambientales que produce el cacao en el país de Colombia.
- Establecer las características de otros países, con el fin de fomentar y expandir el mercado exportador de cacao desde Colombia, especialmente hacia los países de Europa.
- Proponer un paso a paso para identificar todos los requerimientos de un plan exportador de cualquier producto.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aduanet. (2022). Clasificación arancelaria. *Aduanet*. Recuperado el 03 de julio de 2022 de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=1802000000&Desc=>
- Agricultura & Ganadería. (2021). El cultivo de cacao y su contribución al medio ambiente. *Periódico virtual del sector agropecuario*. Recuperado el 02 de julio de 2022 de <https://www.agriculturayganaderia.com/website/el-cultivo-del-cacao-y-su-contribucion-al-medio-ambiente/>
- Agrocadenas. (2005). La cadena del cacao en Colombia. *Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Observatorio Agrocadenas Colombia*. Recuperado el 02 de julio de 2022 de https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/18808/43864_55623.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Agronet. (2018). Alemania. *Biblioteca digital Agronet*. Recuperado el 07 de julio de 2022 de http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/5118/1/200512992425_Bollet%C3%ADn%20CCI.Alemaniadoc.pdf
- Ardila Quiroga, J. A., Díaz Gómez, J. D. & Torres Gómez, M. P. (2020). Plan de acción para el sector cacaotero del departamento del Meta a partir del análisis de las cinco fuerzas de Porter. *Informe de trabajo de grado como requisito previo para optar al título de administrador de empresas*. Universidad Cooperativa de Colombia, Villavicencio, Meta.

- Armas Chávez, D. (2015). Plan de negocio para la exportación de cacao fino de aroma a Alemania. *Trabajo de investigación presentado para optar al grado académico de Magíster en Gestión de Agronegocios y Alimentos*. Universidad del pacífico, Colombia.
- Barrera Barrera, J. A. (2021). Diseño de propuesta de plan estratégico para la Asociación de Cacao-Cultores de Maní Casanare – ASOCUMANI. *Trabajo de grado para obtener el título de especialista en gestión para el desarrollo empresarial*. Universidad Santo Tomás, Colombia.
- Brickman, A. M., Khan, U. A., Provenzano, F. A., Yeung, L. K., Suzuki, W., Schroeter, H., Wall, M., Sloan, R. P. & Small, S. A. (2014). Enhancing dentate gyrus function with dietary flavanols improves cognition in older adults. *Nature Neuroscience*, vol. 17, 1798-1803.
- Cadena Rojas, K. (2019). Oportunidades del cacao y sus derivados en el segmento agroindustrial a través de los diferentes tratados del Libre Comercio. *Monografía para optar el título de administración de empresas*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá D.C., Colombia.
- Central Intelligence Agency. (2022). People and Society. CIA. Recuperado el 23 de junio de 2022 de <https://www.cia.gov/unsupported-browser.html#people-and-society>
- Chamat Luna, N. (2012). La parafiscalidad agropecuaria del fondo nacional del cacao – FNC y los aspectos fitosanitarios del cultivo en Tumaco (Nariño). *Trabajo de grado presentado para optar al título de magíster en desarrollo territorial*. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá D.C., Colombia.

Central Intelligence Agency. (2022). Informations. *CIA*. Recuperado el 23 de junio de 2022 de <https://www.cia.gov/>

Cobos Granda, C. L. (2019). Propuesta de un plan de exportación de chocolate con macadamia al mercado alemán. *Proyecto de grado para la obtención del título de magíster en negocios internacionales*. Universidad Internacional del Ecuador. Quito, Ecuador.

Colombia Trade. (2022). Los chocolates y derivados del cacao son parte de la cultura alimenticia alemana. *Colombia Trade*. Recuperado el 23 de junio de 2022 de <https://www.colombiatrader.com.co/los-chocolates-y-derivados-del-cacao-son-parte-de-la-cultura-alimenticia-alemana>

Cuídate Plus. (06 de agosto de 2020). Cacao. *Cuídate Plus Marca*. Recuperado el 23 de junio de 2022 de <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/diccionario/cacao.html#:~:text=es%20el%20cacao%3F-,El%20cacao%20es%20un%20C3%A1rbol%20procedente%20de%20Am%C3%A9rica%20que%20produce,para%20fines%20nutricionales%20como%20m%C3%A9dicos.>

Deutschland. (2022). Economía. *Deustschland*. Recuperado el 22 de junio de 2022 de <https://www.deutschland.de/es/topic/economia>

DIAN. (2011). Manual de procesos: salida de mercancías. *DIAN*. Recuperado el 06 de julio de 2022 de https://www.dian.gov.co/Transaccional/GuaServiciosLinea/manual_proceso_salida_mercancias.pdf

DW. (15 de enero de 2014). Economía alemana se desacelera en 2013. *DW*. Recuperado el 04 de julio de 2022 de <https://www.dw.com/es/econom%C3%ADa-alemana-se-desacelera-en-2013/a-17362541>

EFE de América. (2017). Sierra Nevada de Santa Marta en Colombia renace con cultivos de cacao. *EFE*. Recuperado el 01 de julio de 2022 de <https://www.efe.com/efe/america/economia/sierra-nevada-de-santa-marta-en-colombia-renace-con-cultivos-cacao/20000011-3362550>

FAO. (2014). Agricultura familiar en América latina y el Caribe: recomendaciones de política. Recuperado el 04 de julio de 2022 de <https://www.fao.org/3/i3788s/i3788s.pdf>

FEDCACAO. (marzo de 2020). Informe de gestión: enero a diciembre de 2019). *FEPCACAO*. Recuperado el 05 de julio de 2022 de <https://www.fepcacao.com.co/wp-content/uploads/2020/10/INFORME-DE-GESTION-VIGENCIA-2019-V1.pdf>

Fedecacao. (19 de mayo de 2021). El primer trimestre del 2021 registró la producción de cacao más alta de la historia en Colombia. *Fedecacao Blog*. Recuperado el 05 de julio de 2022 de <https://www.fedecacao.com.co/post/el-primer-trimestre-del-2021-registr%C3%B3-la-producci%C3%B3n-de-cacao-m%C3%A1s-alta-de-la-historia-en-colombia>

Feijóo Fernández, M. K. (2015). Diseño de un plan de negocios para la exportación de cacao en grano de la asociación Centro Agrícola cantonal de Machala desde el cantón de Machala provincia de El Oro hacia el mercado de Alemania año 2014. *Trabajo de titulación para comercio internacional*. UTMACH. Machala, Ecuador.

- Fierro Martínez, G. A. (2017). Análisis del sector cacaoero desde los aspectos de la competitividad sistémica y su inserción en el mercado mundial. *Trabajo de grado para obtener el título en especialización en negocios internacionales e integración económica*. Fundación Universidad de América. Bogotá D.C., Colombia.
- FINAGRO. (2018). Inteligencia de mercado: cacao. *Finagro*. Recuperado el 02 de julio de 2022 de https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/ficha_cacao_version_ii.pdf
- Galván Rico, L. E. & Reyes Gil, R. E. (2019). Algunas herramientas para la prevención, control y mitigación de la contaminación ambiental. *Revista universidad, ciencia y tecnología*, v. 13 (53), 287-294. Recuperado el 23 de junio de 2022 de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-48212009000400003
- Gerencie. (2022). Matriz DOFA. *Gerencie*. Recuperado el 02 de julio de 2022 de <https://www.gerencie.com/para-que-sirve-la-matriz-dofa.html>
- Insignia. (26 de junio de 2019). Informe exportaciones Alemania. *Blog El Insignia*. Recuperado el 23 de junio de 2022 de <https://elinsignia.com/2019/06/26/informe-exportaciones-alemania/>
- Jaramillo Cueto Chambo, A. & López Martínez, L. F: (2019). Plan de mercadeo internacional para chocolate Premium colombiano. *Investigación para obtener el título de mercadeo y negocios internacionales*. Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali, Colombia.
- Legiscomex. (2022). La calidad de los productos y servicios son los factores que determinan el cierre de las negociaciones en Alemania. *Legiscomex*. Recuperado

el 21 de junio de 2022 de

<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/cultura-negocios-alemania-completo-2016.pdf>

Martínez Cruz, D. A. & Herrera Correa, J. C. (2015). Nuevas oportunidades para la exportación de cacao en grano de Colombia y Santander en la Unión Europea. *Trabajo de grado para optar el título de Profesional en Negocios Internacionales*. Universidad Santo Tomás, Bucaramanga, Colombia.

Medina Padilla, I. R. (2018). Exportación de cacao orgánico en polvo a Hamburgo – Alemania. *Plan de negocios internacionales para optar el título profesional de licenciado en Administración de Negocios internacionales*. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

Mena Morán, E. V. (2017). Exportación de granos de cacao finos de aroma hacia Alemania. *Trabajo de titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de tecnólogo en exportaciones e importaciones*. Universidad de Las Américas.

Mendoza, J. C. (2021). Proyecto aplicado a la ruta exportadora de cacao de la empresa productora finca Bambusa en el departamento del Quindío. *Trabajo de grado para obtener el título en especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Bogotá D.C., Colombia.

Ministerio de Agricultura. (2021). Cadena de cacao: dirección de cadenas agrícolas y forestales. *SIOC*. Recuperado el 22 de junio de 2022 de <https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2020). Estrategia de ordenamiento de la producción cadena productiva del cacao y su industria.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (26 de junio de 2003). Ley 811 de 2003. *Colombia*.

Ministerio de Comercio (15 de noviembre de 2019). Estrategia nacional para la cadena de cacao presenta sus avances y resultados en la transformación de la industria.

MinCIT. Recuperado el 04 de julio de 2022 de

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/estrategia-para-cadena-de-cacao-presenta-avances>

Ministerio de Comercio. (2022). Perfil de Alemania. *MinCIT*. Recuperado el 02 de julio de 2022 de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/37b4e8da-9ab3-4222-8e8b-f228929563ae/Alemania.aspx>

Ministerio de Comercio. (2021). Colombia. *Ministerio de Comercio*. Recuperado el 02 de julio de 2022 de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/1c8db89b-efed-46ec-b2a1-56513399bd09/Colombia.aspx#:~:text=El%20PIB%20per%20c%C3%A1pita%20corriente,de%20az%C3%BAcar%20ganado%20arroz.>

Ministerio de Justicia Social. (30 de diciembre de 1983). Ley 67 de 1983. *Colombia*.

Ministerio de Justicia Social. (06 de mayo de 2008). Decreto 1485 de 2008. *Colombia*.

Ministerio de Protección Social. (11 de mayo de 2011). Resolución 1511 de 2011 *Colombia*.

Ministerio de Vivienda (05 de junio de 2009). Resolución 0329 de 2009. *Colombia*.

MINCETUR. (2021). Tendencias del consumidor y características del mercado.

MINCETUR. Recuperado el 02 de julio de 2022 de

[https://www.mincetur.gob.pe/wp-](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/08.html)

[content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/08.html](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/08.html)

Morales Castellar, S. M. & Hurtado Torres, M. J. (2018). Plan de exportación de cacao seco colombiano para determinar la incursión y posicionamiento del producto en el mercado suizo. *Trabajo de grado para obtener el título en Ciencias Administrativas y Contables*. Universidad de San Buenaventura Seccional Cartagena. Cartagena de Indias D, T y C., Colombia.

Muralla Ariza, H. A., Fernández Cabrera, Y. & Garzón Quintero, E. J. (2014).

Diagnóstico de oportunidades de exportación para el sector agrícola colombiano, caso cacaotero, a partir de los tratados de libre comercio TLC vigentes. *Revista de investigaciones*.

https://www.udi.edu.co/congreso/historial/congreso_2016/ponencias/Negocios_Internacionales/Ponencia_Harvey_Articulo_Diagnostico_Sector_Cacaotero_V.3_Oficial.pdf

Netnews. (19 de febrero de 2021). Top 5 de países productos de cacao. *Netnews*.

Recuperado el 02 de julio de 2022 de <https://netnews.com.ar/nota/2849-Top-5-de-paises-productores-de-cacao>

Olgúin Espinoza, L. C. M. (2018). Plan de negocio de exportación de cacao en grano seco al mercado de Estados Unidos – Juanjuí, San Martín. *Revista USS*.

<https://doi.org/10.26495/rhe185.2688>

- Padilla Balbuena, W. K., Pareja Pareja, D. J. & Tadeo Tamayo, A. N. (2015). Exportación de cacao en grano seco con destino a los Países Bajos, con la participación de la Asociación de Pequeños Productores Agropecuarios. *Plan de negocios para optar al título de licenciado en Administración de Negocios Internacionales*. Universidad Tecnológica del Perú. Lima, Perú.
- Pedroza Ortega, Y. K. (2011). Incursión y posicionamiento del cacao colombiano en el mercado norteamericano. *Biblioteca UTB*. Recuperado el 10 de julio de 2022 de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0062909.pdf>
- Perdomo Rosas, M. A. (2012). Caracterización de la cadena de abastecimiento y la cadena de valor del cacao en Colombia. *Trabajo de grado para optar por el título de Ingeniería Industrial*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C., Colombia.
- Periódico Cinco Días. (29 de abril de 2022). Alemania crece un 0,2% y esquivada la recesión. *Cinco Días*. Recuperado el 02 de julio de 2022 de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/04/29/economia/1651223618_745253.html
- PIC-Cargo. (2022). Free On Board. *PIC-Cargo*. Recuperado el 06 de julio de <https://www.pic-cargo.com/es/noticias/incoterm-fob-todo-lo-que-debes-saber/>
- Pilay Toala, F. S., Ortiz Zambrano, J. P. & Agila Díaz, Y. M. (2022). Plan de negocios para la exportación de cacao de Santo Domingo de las Tsáchilas hacia el mercado alemán. *South Florida Journal of Development*, 3(2), 2794-28811. ISSN 2675-5459.
- Prado Molina, A. P., Herrera Vergara, C. L., Mantilla Núñez, L. V. (2017). Estudio de prefactibilidad para el montaje de una fábrica de chocolate en el municipio de

Rivera, Huila. *Informe final del trabajo de grado*. Universidad Católica de Colombia. Bogotá D.C., Colombia.

PROCOLCACAO. (2022). ¿Quiénes Somos? *Procolcacao*. Recuperado el 06 de julio de 2022 de <https://procolcacao.com/procolcacao/quienes-somos/>

Procolombia. (24 de enero de 2019). Oportunidades de exportación de cacao colombiano que conquista el mundo. *Colombia Trade*. Recuperado el 23 de junio de 2022 de <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/oportunidades-de-exportacion-de-cacao-colombiano-que-conquista-el-mundo>

Procolombia. (03 de mayo de 2016). Los chocolates y derivados del cacao son parte de la cultura alimenticia alemana. *Procolombia*. Recuperado el 22 de junio de 2022 de <https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustrial/los-chocolates-y-derivados-del-cacao-son-parte-de-la-cultura-alimenticia-alemana>

Producomex. (2022). Acerca de Producomex, comercializadora de productos orgánicos y convencionales. *Producomex*. Recuperado el 06 de julio de 2022 de <https://producomex.com/#:~:text=SOMOS%20UNA%20COMERCIALIZADOR A%20de%20productos%20org%C3%A1nicos%20y%20convencionales%2C%20fundada%20en,algunos%20casos%20considerados%20como%20superalimentos.>

Ramos Tovar, A. F., Puentes Ruiz, J. A. & Olaya Amaya, A. (2015). Diagnóstico y manejo ambiental del cultivo de cacao, con énfasis en sus recursos hídricos en el municipio de Campoalegre (Huila). *Revista Ingeniería y Región*, 14(2), pp. 65-74. Recuperado el 08 de julio de 2022 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5432138.pdf>

Reyes Nieto, D. K. (2020). Plan exportador de cacao procedente de Coper, Boyacá.

Trabajo de grado para obtener el título de profesional en Comercio internacional.

Universidad Antonio Nariño. Tunja, Colombia.

Rus Arias, E. (05 de febrero de 2021). Investigación descriptiva. *Economipedia*.

Recuperado el 23 de junio de 2022 de

[https://economipedia.com/definiciones/investigacion-](https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20analiza%20las,medidas%20de%20posici%C3%B3n%20o%20dispersi%C3%B3n.)

[descriptiva.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20analiza](https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20analiza%20las,medidas%20de%20posici%C3%B3n%20o%20dispersi%C3%B3n.)

[%20las,medidas%20de%20posici%C3%B3n%20o%20dispersi%C3%B3n.](https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20analiza%20las,medidas%20de%20posici%C3%B3n%20o%20dispersi%C3%B3n.)

Santa Cruz Muñoz, I. (2016). Exportación de NIBS de cacao nativo de fino aroma con

niveles de cadmio <0,5 mg/kg. *Tesis de máster en dirección de empresas.*

Universidad de Piura. Lima, Perú.

Semana. (26 de junio de 2017). La conquista del cacao. *Revista Semana*. Recuperado el

05 de julio de 2022 de [https://www.semana.com/contenidos-editoriales/especiales-](https://www.semana.com/contenidos-editoriales/especiales-regionales/articulo/el-cacao-uno-de-los-productos-insignias-del-magdalena/529489/)

[regionales/articulo/el-cacao-uno-de-los-productos-insignias-del-](https://www.semana.com/contenidos-editoriales/especiales-regionales/articulo/el-cacao-uno-de-los-productos-insignias-del-magdalena/529489/)

[magdalena/529489/](https://www.semana.com/contenidos-editoriales/especiales-regionales/articulo/el-cacao-uno-de-los-productos-insignias-del-magdalena/529489/)

Semana. (21 de octubre de 2012). Alemania se acerca a la cúspide. *Revista semana*.

Recuperado el 04 de julio de 2022 de [https://www.semana.com/alemania-acerca-](https://www.semana.com/alemania-acerca-cuspide/163087/)

[cuspide/163087/](https://www.semana.com/alemania-acerca-cuspide/163087/)

Sierra, D. C. (2016). El cacao como producto líder en la sustitución de cultivos ilícitos en

el proceso de posconflicto. *Trabajo de grado para obtener el título de relaciones*

internacionales y estudios políticos. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá

D.C., Colombia.

- Tatsachen (2022). Una pujante economía. *La actualidad de Alemania*. Recuperado el 23 de junio de 2022 de <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/alemania-de-un-vistazo/una-pujante-economia>
- Technoserver. (2015). Construcción de un modelo de agricultura competitiva en Colombia: una mirada al sector agrícola colombiano. *Technoserver*. Recuperado el 24 de junio de 2022 de <https://imgcdn.larepublica.co/cms/2015/08/28153649/Presentaci%C3%B3n%20Master%20Modelo%20Agricultura%20Competitiva%202015.pdf>
- Trademap. (2022). List of exporters for the selected. *Trademap*. Recuperado el 02 de julio de 2022 de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c180100%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2
- Quintero Calderón, N. A. (2015). Exportación de cacao en grano desde Colombia a Argentina. *Trabajo de grado para la especialización en gestión empresarial del comercio exterior y la integración*. Universidad de Buenos Aires.
- Quintero, M. L. & Díaz Morales, K. M. (2004). El mercado mundial del cacao. *Agroalimentos*, 9(18), 47-59. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542004000100004
- Quiñónez, E. (04 de mayo de 2021). El cacao y sus beneficios para la salud. *República*. Recuperado el 23 de junio de 2022 de <https://republica.gt/vive-guatemala/2021-5-4-18-25-0-el-cacao-y-sus-beneficios-para-la-salud>

UNCTAD. (2001). Cacao: guía de prácticas comerciales. *Ginebra, CCI, 188*. Recuperado el 02 de julio de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/03/Cocoa-A-Guide-to-Trade-Practices-Spanish.pdf>

Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (2015). El 65.8% del suelo apto del país no se aprovecha. *UPRA*. Recuperado el 03 de julio de 2022 de https://upra.gov.co/sala-de-prensa/noticias/-/asset_publisher/GEKyUuxHYSXZ/content/el-65-8-del-suelo-apto-del-pais-no-se-aprovecha

USAID. (2021). Análisis de la cadena productiva del cacao en Colombia. *USAID*. Recuperado el 23 de junio de 2022 de https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00W6GT.pdf