

	<b>GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS</b>	<b>CÓDIGO</b>	FO-GS-15
		<b>VERSIÓN</b>	02
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>	<b>FECHA</b>	03/04/2017
		<b>PÁGINA</b>	1 de 1
<b>Elaboró</b> Jefe División de Biblioteca		<b>Revisó</b> Equipo Operativo de Calidad	
		<b>Aprobó</b> Líder de Calidad	

### RESUMEN TRABAJO DE GRADO

**AUTOR(ES):**

**NOMBRE(S):** ALEJANDRA                      **APELLIDOS:** CRUZ QUIÑONEZ  
ARIADNA DIANITH                                      SEPULVEDA OJEDA

**FACULTAD:** CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE ESTUDIOS:** COMERCIO INTERNACIONAL

**DIRECTORES:**

**NOMBRE(S):** YORLEY ADRIANA **APELLIDOS:** MORA URBINA

**NOMBRE(S):** OSCAR ARNULFO **APELLIDOS:** MERA RAMIREZ

**TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS):** RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA PRODUCCIÓN DE LICOR DE CACAO EN TIBÚ NORTE DE SANTANDER CON FINES DE INTERNACIONALIZACIÓN.

**RESUMEN:**

El principal motivo del siguiente proyecto es conocer las oportunidades de comercialización de la pasta de licor de cacao de Tibú Norte de Santander a nivel internacional, realizando un estudio de mercado que defina el país objetivo al cual puede ser exportado de manera exitosa, Además se pretende identificar los pasos de la distribución física internacional a la cual tendrá que ser sometido este producto para llegar a su consumidor final, generando completamente la información necesaria para ejecutar el proceso exportador. El cual, será de gran ayuda para los productores cacaoteros que podrán diversificación su portafolio de clientes, dinamizando el sector cacaotero en Colombia logrando un mayor crecimiento y reconocimiento a nivel internacional.

**PALABRAS CLAVES:** Zona Franca, Internacionalización, Mercado, Producto, Cloro Denso.

**CARACTERÍSTICAS:** PÁGINAS: 177 PLANOS:     ILUSTRACIONES:     CD ROOM:

RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA PRODUCCIÓN DE LICOR DE CACAO EN  
TIBÚ NORTE DE SANTANDER CON FINES DE INTERNACIONALIZACIÓN

ALEJANDRA CRUZ QUIÑONEZ

ARIADNA DIANITH SEPULVEDA OJEDA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2021

RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA PRODUCCIÓN DE LICOR DE CACAO EN  
TIBÚ NORTE DE SANTANDER CON FINES DE INTERNACIONALIZACIÓN

ALEJANDRA CRUZ QUIÑONEZ  
ARIADNA DIANITH SEPÚLVEDA OJEDA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Comercio Internacional

Director  
YORLEY ADRIANA MORA URBINA

Codirector  
OSCAR ARNULFO MERA RAMIREZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2021



SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 16 de diciembre de 2021

Acta N° 20/2021

TITULO PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Sala Docentes Departamento

DEL PROYECTO: “Retos y Oportunidades de la producción de Licor de Cacao en Tibú Norte de Santander con fines de internacionalización”

MODALIDAD: Trabajo Investigación

JURADOS:

Maricel Linares Giraldo

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Javier Corredor Beltrán

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Juan Alvaro Picón Contreras

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTORES:

Yorley Adriana Mora Urbina

Oscar Arnulfo Mera Ramírez

Firma:

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN		A- M -L
		LETRA	NÚMERO	
<u>Alejandra Cruz quiñonez</u>	<u>1261035</u>	<u>Cuatro punto dos</u>	<u>4.2</u>	<u>X</u>
<u>Ariadna Dianith Sepulveda Ojeda</u>	<u>1261224</u>	<u>Cuatro punto dos</u>	<u>4.2</u>	<u>X</u>

Maricel Linares Giraldo

Javier Corredor B.

Javier Corredor Beltrán

Juan Alvaro Picón Contreras

V°B°

Liliana Marcela Bastos Osorio  
LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO  
Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

## Tabla de contenido

Resumen	10
Introducción	14
1 Título	16
2 Problema De Investigación	17
2.1 Planteamiento Del Problema	17
2.2 Formulación Del Problema	18
2.2.2 Sistematización Del Problema	19
3 Objetivos	20
3.1 Objetivo General	20
3.2 Objetivos Específicos	20
4. Justificación	21
5 Marco Referencial	22
5.1 Antecedentes	22
5.1.1 Antecedentes internacionales	22
5.1.2 Antecedentes nacionales	23
5.1.3 Antecedentes regionales	25
5.2 Marco Teórico	26
5.2.1 Teoría Weberiana de localización industrial	27

5.2.2	Teoría De La Ventaja Comparativa De David Ricardo	27
5.2.3	Teoría De La Ventaja Competitiva De Michael E. Porter	28
5.3	Marco Conceptual	29
5.4	Marco Legal	31
5.5	Marco Espacial	32
5.6	Marco Temporal	33
6.	Diseños Metodológicos	35
6.1	Tipo De Investigación	35
6.2	Método De Investigación	35
6.3	Tipo De Estudio	36
6.4	Población	36
6.5	Muestra	37
6.6	Sistematización De Variables	37
6.7	Tratamiento De La Información	38
6.7.1	Técnicas Para La Recolección De Información	38
6.7.2	Técnica Procesamiento De La Información	39
6.7.3	Presentación de la información	39
7.	Resultados	40

7.1 Realizar Un Estudio De Mercado Internacional Para La Identificación De Cuál Puede Ser El Mercado Objetivo Para La Internacionalización Del Licor De Cacao De Tibú, Norte De Santander.	40
7.1.1 Descripción Del Sector Cacaotero En Colombia y Norte De Santander	40
7.1.1.1 Oferta Del Licor De Cacao.	41
7.1.2 Nomenclatura arancelaria	42
7.1.3 Precio Del Licor De Cacao	43
7.1.4 Balanza Comercial	44
7.1.5 Análisis Del Sector Del Licor De Cacao A Nivel Internacional	44
7.1.5.1 Exportaciones.	45
7.1.5.2. Importaciones.	45
7.1.6 Identificación De Mercados	46
7.1.7 Datos Generales De Alemania	49
7.1.7.1 Comercio bilateral entre Colombia y Alemania.	51
7.1.7.2 Normas Y Requisitos De Exportación. Importación desde países no miembros de UE:	54
7.1.8 Mercado Alternativo Estados Unidos	55
7.1.9 Mercado Contingente Francia	57
7.2 Análisis de la capacidad de producción de licor de cacao en Colombia y Norte de Santander	59

7.2.1	La Maduración	59
7.2.2	Su Recolección	59
7.2.3	El Fruto Y La Separación Del Grano	60
7.2.4	Fermentación	61
7.2.5	Secado	62
7.2.6	Refinado De Semillas	62
7.3	Estimar Los Costos, Tiempos Y Agentes Que Participarán En La Operación Internacional Dentro Del Desarrollo Del Plan De Internacionalización	65
7.4	Proponer las estrategias de internacionalización para la exportación de licor de cacao de Tibú, Norte de Santander	73
7.4.1	Estrategia De Localización	74
7.4.2	Estrategia De Entrada Y Permanencia	75
7.4.3	Estrategia De Convivencia	76
7.4.4	Estrategia Corporativa	76
7.4.5	Estrategia De Internacionalización	77
7.4.6	Estrategia De Secuencia	77
7.4.7	Estrategia De Mercadeo-Emprendimiento	77
7.4.8	Estrategia De Distribución	78
7.4.9	Estrategia De Precio	78



7.4.10 Estrategia De Promoción	79
Conclusiones	80
Recomendaciones	82
Referencias Bibliográficas	85

## **Lista de tablas**

Tabla 1. Normatividad	31
Tabla 2. Requisitos De Colombia Para Exportar A La Unión Europea	32
Tabla 3. Sistematización De Variables	37
Tabla 4. Clasificación arancelaria.	43
Tabla 5. Matriz de costos, información básica del producto.	70
Tabla 6. Matriz de costos, información básica del embarque.	70
Tabla 7. Lead Time	72

## **Lista de figuras**

Figura 1. Proceso para la producción de licor de cacao.	42
Figura 2. Balanza comercial.	44
Figura 3. Matriz de preselección de mercados, variables.	47
Figura 4. Matriz de preselección de mercados	48
Figura 5. Top de países seleccionados	49
Figura 6. Mapa de Alemania.	49
Figura 7. Balanza comercial Colombia-Alemania.	52
Figura 8. principales productos de exportación de Colombia hacia Alemania.	53
Figura 9. Principales productos importados por Colombia desde Alemania	53
Figura 10. Mapa de Estados Unidos.	55
Figura 11. Mapa de Francia	57
Figura 12. Imagen del cacao en la finca Bellavista.	59
Figura 13. El cacao es una fuente de producción y desarrollo económico	60
Figura 14. Cacao	61
Figura 15. Cacao	61
Figura 16. Proceso de fertilización	62
Figura 17. Proceso de secado.	62
Figura 18. Proceso de refinado de semillas	63
Figura 19. Proceso de refinado de semillas	63
Figura 20. Producción promedio de cacao 2009-2019	64
Figura 21. Producción nacional de cacao por departamentos en el año 2019.	65
Figura 22. Pasta licor de cacao	66

Figura 23. Caja	66
Figura 24. Transporte.	67
Figura 25. Paletización	68
Figura 26. Contenedor	68
Figura 27. Ruta.	69
Figura 28. Costos en los diferentes incoterms.	71
Figura 29. Salon Du Chocolat	79
Figura 30. Zona de abastecimiento.	83
Figura 31. Zona de tostamento	84
Figura 32. Zona de molienda	84
Figura 33. Zona de empaque.	84

## **Resumen**

Colombia es un país que tiene excelentes condiciones agroecológicas para la producción de cacao, lo cual representa una importante oportunidad para la exportación de este. Por tal motivo, el cacao colombiano tiene un gran reconocimiento a nivel internacional gracias a su aroma y sabor, de igual forma, goza de la distinción otorgada por la Organización Internacional del Cacao (ICCO) por su grano fino, suave y su excelente aroma. Dicho premio solo lo tiene el 5% del grano mundial, otorgando exclusividad y calidad al momento de su comercialización.

De igual forma, el cacao colombiano ha participado en importantes eventos internacionales que han ayudado a consolidar su importancia en la industria. Cabe resaltar, que los productores y empresarios colombianos han diversificado su producto puesto que no solo el grano de cacao tiene gran acogida internacional sino también la producción de transformados derivados del cacao como licor de cacao, pasta, cacao en polvo, manteca de cacao, chocolates y otras preparaciones alimenticias con cacao.

Cabe resaltar, que países como Ecuador, Colombia, Perú y Venezuela proporcionan el 70% del cacao fino y de aroma al mercado internacional, donde el territorio colombiano tiene cerca de 176.050 hectáreas de cacao sembradas, distribuidas en 422 municipios y sus zonas productoras más representativas en hectáreas según agronegocios en 2020 son los departamentos de Santander y Norte de Santander 56.170 Ha, seguido de Huila y Tolima con 15.748 Ha, , Arauca con 14.670 Ha, Antioquia con 13.777 Ha, Nariño con 13.636 Ha y otros con 37.925 Ha, los cuales cuentan con las condiciones fisiográficas, edáficas, y óptimas condiciones climáticas para la cosecha del cacao.

El principal motivo del siguiente proyecto es conocer las oportunidades de comercialización de la pasta de licor de cacao de Tibú Norte de Santander a nivel internacional, realizando un estudio de mercado que defina el país objetivo al cual puede ser exportado de manera exitosa, Además se pretende identificar los pasos de la distribución física internacional a la cual tendrá que ser sometido este producto para llegar a su consumidor final, generando completamente la información necesaria para ejecutar el proceso exportador. El cual, será de gran ayuda para los productores cacaoteros que podrán diversificar su portafolio de clientes, dinamizando el sector cacaotero en Colombia logrando un mayor crecimiento y reconocimiento a nivel internacional.

**Palabras claves:** Sector Cacaotero, Exportación, Diversificación, Producción, Comercialización.

### **Abstrac**

Colombia is a country that has excellent agroecological conditions for cocoa production, which represents an important opportunity for its export. For this reason, Colombian cocoa has great international recognition thanks to its aroma and flavor, in the same way, it has the distinction granted by the International Cocoa Organization (ICCO) for its fine, smooth grain and its excellent aroma. This award is only held by 5% of the world's grain, granting exclusivity and quality at the time of its commercialization.

Similarly, Colombian cocoa has participated in important international events that have helped to consolidate its importance in the industry. It should be noted that Colombian producers and entrepreneurs have diversified their product since not only the cocoa bean has great international acceptance but also the production of intermediate goods derived from cocoa such as paste, cocoa liquor, cocoa butter, cocoa powder, chocolates and food preparations with cocoa.

It should be noted that countries such as Ecuador, Colombia, Peru and Venezuela provide 70% of fine and aroma cocoa to the international market, where the Colombian territory has about 176,050 hectares of cocoa planted, distributed in 422 municipalities and their most representative producing areas. In hectares they are Santander and Norte de Santander with 56,170 Ha, followed by Tolima and Huila with 15,748 Ha, Nariño with 13,636 Ha, Arauca with 14,670 Ha, Antioquia with 13,777 Ha and others with 37,925 Ha, which have the edaphic conditions, physiographic and climatic conditions suitable for cocoa cultivation.

The main reason for the following project is to know the marketing opportunities of the cocoa liquor paste from Tibú Norte de Santander at an international level, carrying out a market study that defines the target country to which it can be successfully exported. Identify the steps of the international physical distribution to which this product will have to be submitted to reach its final consumer, providing all the necessary information to carry out the export process. Which will be of great help to cocoa producers who will be able to diversify their client portfolio, boosting the cocoa sector in Colombia, achieving greater growth and international recognition.

**Key words:** Cocoa Sector, Export, Diversification, Production, Marketing.

## Introducción

Debido a la gran diversidad climatológica, Colombia cuenta con las cualidades idóneas para la producción de cacao, dando como resultado un producto de excelente sabor, calidad y textur; como fue reconocido por la Organización Internacional de Cacao (ICCO), cabe mencionar también, como expresa López, (2016) “El cacao colombiano es fino de sabor y aroma, característica que solo posee el 5% de la producción mundial, lo cual nos hace un país privilegiado y con grandes posibilidades de incursionar con éxito en los mercados internacionales” (p.09).

Según PROCOLOMBIA en Julio del presente año las exportaciones de productos agropecuarios aumentaron en un 3,2% reflejando US\$591,1 millones, dentro de los cuales los productos no tradicionales destacados son el aguacate Hass, el cacao y la uchuva. En el mismo sentido dicha entidad también publicó en su portal que El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Agricultura, a través de la alianza El Agro Exporta buscan potencializar las exportaciones del agro colombiano con el Programa de Transformación Productiva en el cual uno de los productos destacados por contar con mayores oportunidades de internacionalización es el cacao.

La finura y el aroma del cacao colombiano, cuenta con propiedades diferenciadoras que le proporcionan un valor agregado destacado en la demanda internacional; tiene una alta oportunidad de exportación en mercados europeos, donde se exige un grano de calidad, así mismo en el mercado asiático, en el cual procesan el cacao y su consumo va en aumento. Además, en la actualidad la demanda internacional del cacao y sus derivados ha demostrado un aumento constante”, (Santoro, 2018, párr. 5).



Para el caso de Norte de Santander, específicamente el municipio de Tibú el cacao se convierte en una buena opción para la sustitución de los tradicionales cultivos ilícitos y como alternativa de mejorar la economía del municipio ya que es uno de los productores más representativos de cacao, en el departamento, abarcando el 28,94% del total de la producción departamental, esto es debido a que los productores del sector poco a poco han venido tomando estos cultivos como fuentes alternas de ingresos.

Por este motivo, se plantea un estudio para conocer los retos y las oportunidades de la producción de licor de cacao en Tibú, Norte de Santander con fines de internacionalización, con el objetivo de contribuir al desarrollo económico social de este municipio, ofreciendo a los mercados internacionales una producción con alto potencial comercial, cubriendo parte de la demanda que este producto conlleva, sabiéndose que se utiliza como materia prima para diferentes sectores, lo que permitiría establecer presencia en una diversidad de mercados, estableciendo presencia a nivel mundial.

De igual forma se busca establecer los mercados meta a los cuales dicho producto tendrá gran acogida comercial determinando la probabilidad y temporalidad de consumo, determinando los costos nacionales e internacionales que conlleva la trazabilidad del producto desde su fabricación hasta su consumo y por último definiendo las estrategias de internacionalización para este producto.

## **1 Título**

Retos y oportunidades de la producción de licor de cacao en Tibú, Norte de Santander con fines de internacionalización.

## 2 Problema De Investigación

### 2.1 Planteamiento Del Problema

Históricamente el cacao ha sido un producto representativo dentro del sector primario del país, obteniendo en los últimos años reconocimiento internacional como uno de los más finos de aroma y perdurable textura, pese a ello el nivel de exportaciones ha venido disminuyendo significativamente según un estudio del Departamento de Estadística de la Federación Nacional de Cacaoteros en el año 2018, en este estudio se puede evidenciar que en el 2017 se lograron exportaciones de alrededor de 11.926 toneladas, mientras que para el año 2018 estas se habían reducido a 7.056 toneladas, con una diferencia de 4.870 toneladas, inquietante tema que nos lleva a analizar la cadena productiva de dicho producto, observando que algunas de las dificultades presentadas tienen que ver con ineficiencias dentro de sus procesos, debido a que estos no han sido fortalecidos, ni renovados, partiendo de una buena planeación del proceso productivo con relación a su tecnificación, transformación e innovación que permitan un óptimo aprovechamiento de dichos cultivos, los cuales están favorecidos al encontrarse ubicados en una área de gran diversidad climatológica que permite el desarrollo propicio del producto.

En este sentido Norte de Santander ha mantenido un nivel productivo de cacao estacionario que pocas veces ha tenido un reconocimiento nacional en cuanto a su denominación de origen, tema que es relativamente preocupante ya que como lo afirma la Federación Nortesantandereana de Cacaoteros, el Departamento era catalogado como uno de los principales productores de cacao a nivel nacional, sin embargo hoy en día vemos que la capacidad productiva ha disminuido significativamente siendo esto una causa de impedimento en la participación de distribución de recursos para proyectos de inversión agroindustrial en este territorio y que a su vez se convierte

en una barrera que dificulta a los productores de cacao incursionar directamente en los mercados internacionales puesto que las ventas de este producto son netamente nacionales.

En este orden de ideas, en el Departamento Norte de Santander se encuentran un sin número de Municipios que son ricos en diversidad de tierras y climas con potencialidad para la producción de cacao; caso específico el municipio de Tibú, quien según cifras de la secretaría de desarrollo es uno de los municipios con una cifra relevante de hectáreas sembrada de este producto, ( Un poco más de las 6.000 hectáreas) dato importante considerando que dicho municipio se encuentra dentro de la región del Catatumbo y esta región se ha considerado como una de las regiones de mayor presencia de cultivos ilícitos en el país, situación que ha conllevado a la presencia de grupos al margen de la ley y por consiguiente ha terminado siendo nicho de alta presencia de economías negras generando problemáticas socioeconómicas y de calidad de vida de sus habitantes.

Hoy en día en municipios como este, según Fedepalma y Fedecacao respectivamente existe una gran oferta de productos con alto potencial exportable como lo es la palma de aceite con 27.000 hectáreas sembradas, dentro de estos también encontramos el cacao con 13.000 hectáreas sembradas, siendo uno de los más apetecidos en el mercado, entre otros productos como el caucho la piña, y el plátano, pero existe un marcado cuello de botella en el municipio que se asemeja a la realidad del Departamento y en general a la realidad del país; y es, la escasa oferta de productos con valor agregado derivados de los productos más representativos de cada municipio, dando como resultado una poca competitividad a la hora de incursionar en nuevos mercados internacionales.

## **2.2 Formulación Del Problema**

¿Cómo elaborar un plan estratégico de internacionalización para exportación de licor de cacao en Tibú Norte de Santander?

### ***2.2.2 Sistematización Del Problema***

¿Cuál es la demanda de licor de cacao en el mercado internacional?

¿Cuál es la capacidad de producción de licor de cacao en Tibú, Norte de Santander?

¿Cuáles son los costos financieros, tiempos y agentes que participan en el desarrollo de un plan de internacionalización?

¿Cuáles estrategias de internacionalización se podrían aprovechar para la exportación de licor de cacao en Tibú Norte de Santander?

### **3 Objetivos**

#### **3.1 Objetivo General**

Conocer los retos y las oportunidades de la producción de licor de cacao en Tibú, Norte de Santander con fines de internacionalización.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado internacional para la identificación de cuál puede ser el mercado objetivo para la internacionalización del licor de cacao de Tibú, Norte de Santander.
- Analizar la capacidad de producción del licor de cacao en Colombia y Norte de Santander.
- Estimar los costos, tiempos y agentes que participarán en la operación internacional dentro del desarrollo del plan de internacionalización.
- Proponer las estrategias de internacionalización para la exportación de licor de cacao de Tibú, Norte de Santander.

#### **4. Justificación**

Fomentar y contribuir al desarrollo agroindustrial y comercial de la región, algo semejante a lo planteado en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad, que busca la diversificación e internacionalización de la economía de la región de los Santanderes, de igual forma podemos encontrar que en el punto once de las veinte metas del PND se busca erradicar en gran medida los cultivos ilícitos; siendo esto un factor clave para el aprovechamiento de los diferentes elementos que posee la región del Catatumbo, partiendo del hecho de que esta región se ha visto fuertemente afectada por los altos índices de guerra, narcotráfico y contrabando como lo menciona el diario El Tiempo en sus diferentes artículos entre ellos el publicado recientemente sobre Conflicto y Narcotráfico. Así mismo es necesario recalcar que es una región altamente productora de cacao, y a su vez estos cultivos se han mantenido a lo largo de la historia como una fuente alternativa de ingresos y no como una fuente principal de negocio, razones por las cuales se toma como referente el licor de cacao proponiendo retos y oportunidades para la producción de licor de cacao en Tibú Norte de Santander con fines de internacionalización, con el fin de contribuir al desarrollo económico y social de este municipio, deseando mejorar, renovar y tecnificar los cultivos de la zona, analizando la capacidad de producción y de transformación del cacao para determinar las estrategias adecuadas y así ofertar a los mercados internacionales una producción con valor agregado y altos estándares de calidad, cubriendo parte de la demanda internacional siendo materia prima para diferentes sectores como lo es el sector gastronómico, cosmetológico y de confitería.

## 5 Marco Referencial

### 5.1 Antecedentes

#### 5.1.1 Antecedentes internacionales

En un contexto internacional podemos tomar algunos antecedentes que marcaran el transcurso de este proyecto como apoyo principal.

#### **Industrialización y comercialización de cacao en el Cantón manta provincia de Manabí, Ecuador (Gordon, 2010)**

Estudio realizado en Santiago de Guayaquil, su objetivo principal es la industrialización y comercialización de cacao de Ecuador que tuvo como fin la generación de empleos directos e indirectos dando alcances positivos en los niveles de vida de los cacaoteros, siendo esto consecuencia de tecnificación de cultivos y procesos industriales.

Ahora bien, si empleamos estos procedimientos en nuestro territorio podemos divisar una oportunidad para dar rentabilidad a los inversionistas que en este caso serían los cacao-cultores, incentivando el desarrollo del país generando múltiples empleos, siendo esto un aporte positivo que se debe tener en cuenta en este proyecto que busca mejorar la estabilidad económica, generar nuevas oportunidades para los habitantes del municipio de Tibú y el departamento de Norte de Santander.

#### **Nuevos mercados para la exportación del cacao fino de aroma producido en los Cantones Portoviejo y Santa Ana y su incidencia en el desarrollo local (Crespo Carrera & Salvatierra Pérez, 2012)**

Su objetivo principal de estudio es la incidencia de nuevos mercados para la exportación de cacao fino de aroma, respecto a la investigación se dio un sin fin de resultados dentro de los cuales se encuentra un bajo rendimiento en los procesos de cultivo, uso inadecuado de químicos provocando baja calidad del grano, intermediarios de compra y baja participación del gobierno.



De esta investigación obtenemos un gran aporte ya que el municipio de Tibú, Norte de Santander históricamente ha sido abandonado por parte del gobierno y al igual que como lo proponen en este antecedente se busca reestructurar los procesos, disminuir el uso descontrolado de químicos y a su vez maximizar la calidad de los granos así como también lograr en gran medida la disminución de cultivos ilícitos por el cacao, igualmente evitar en gran parte la intermediación de agentes en la compra del producto y posteriormente aumentar el margen de ganancias para los campesinos trabajadores y productores de este fruto.

### ***5.1.2 Antecedentes nacionales***

Respecto al entorno nacional colombiano en el sector cacaotero se puede visualizar algunos proyectos que darán aportes bases a este proyecto.

#### **El Cacao como Producto Líder en la Sustitución de Cultivos Ilícitos en el Proceso de Posconflicto (Sierra, 2016)**

En el estudio realizado en la ciudad de Bogotá, su objetivo principal es dar a los productores de cacao la oportunidad de la sustitución del cultivo ilícito por uno de cacao, ya que se evidencia que dicha sustitución es una alternativa viable y lícita para generar desarrollo, así como sostenibilidad en algunas zonas rurales del país, creando estabilidad económica y propiciando así oportunidades para las diferentes comunidades afectadas con un producto que se destaca por su alta competitividad global, gracias a las características propias que le aporta el suelo colombiano.

Esto da un gran aporte al proyecto debido a que hoy en día se le está haciendo una apuesta al sector agroindustrial del municipio de Tibú, Norte de Santander destacando el cacao como uno de los productos más apetecidos a nivel internacional, que adicional a eso entra en la clasificación de los cultivos sustitutos de cultivos ilícitos, para brindar beneficios a los campesinos y productores de cacao.

**Estabilidad y actividad antioxidante de catequinas presentes en cacaos colombianos durante los procesos de pre e industrialización, (Quintero, 2012)**

Su objetivo principal fue el de identificar que los procesos postcosechas afectan en gran medida la calidad de los granos de Cacao, ya que esto efectúa cambios en el sabor y en el aroma del producto, lo que hace esencial el cuidado en los procesos de transformación para no alterar la alta calidad del grano.

Este proyecto da un aporte importante ya que el cacao a nivel nacional presenta algunas enfermedades o plagas que afectan estos procesos, a diferencia de esto en el departamento de Norte de Santander la producción de cacao tiene la ventaja de ser tan enriquecedora de su buen manejo y de tener tierras fortalecidas que permite que su cosecha y producción tenga bajos niveles de antioxidantes como lo son las catequinas y el cadmio.

**Caracterización de la cadena de abastecimiento y la cadena de valor del cacao en Colombia, (Rosas, 2012)**

El objetivo principal de esta investigación es llevar a cabo la caracterización de la cadena de abastecimiento, así como la cadena de valor para la agroindustria del cacao en Colombia, señalando los factores que más influyen al momento de la siembra, cosecha y procesamiento del grano. hasta la producción final de transformados como el chocolate y los confites; todo con el fin de generar una herramienta que gestione y facilite los diferentes procesos de la cadena de valor, así como la de abastecimiento del sector cacotero del país. Con esta investigación se proporciona una visión más integral de la actual agroindustria del cacao en Colombia, caracterizando la relación específica existente entre los eslabones de la cadena de abastecimiento

y de la cadena de valor en el proceso productivo de dicho grano, haciendo mención especial a las ventajas competitivas y la generación de valor agregado.

Dando un aporte significativo para tener un buen manejo de la cadena de abastecimiento y valor en la agroindustria, conociendo cómo se debe manejar la logística ya que se requiere elaborar un plan estratégico de internacionalización para la exportación de licor de cacao.

### **5.1.3 Antecedentes regionales**

En relación con el entorno regional colombiano en el sector cacaotero se puede visualizar algunos proyectos que darán aportes bases a este proyecto;

#### **Implementación de estrategias para la fomentación del sector cacaotero en Norte de Santander hacia estados unidos, (Quintero, 2014)**

Su objetivo principal de investigación es analizar el comportamiento del sector cacaotero hacia Estados Unidos, identificando la competitividad del sector, sus procesos, estrategias y participación en el mercado. El resultado de esta investigación fue viable y de máximo aprovechamiento para el sector cacaotero.

Dando un aporte sustancial a este trabajo ya que muestra desde diferentes perspectivas que el producto del cacao colombiano es apetecible en los distintos mercados internacionales.

#### **Plan de mercado para la comercialización del cacao en grano de Norte de Santander hacia la unión europea (Valderrama, 2015)**

En esta investigación se muestra el cacao como un cultivo que ha sido representativo para la región a lo largo de muchos años, configurado a pequeños productores o familias sin conocimiento técnico de su siembra. Esto sumado a la poca estabilidad de precios internacionales y la subvaloración del cacao en el país, problemas sociopolíticos en las regiones y la economía de Norte de Santander ha obtenido en cuarto puesto a nivel nacional en cuanto a la

producción del grano de cacao, resaltando la región del Catatumbo como la que concentra la mayor producción. El fin de este estudio fue conocer el estado actual del departamento en relación con el Cacao, generar estrategias que mejore su productividad y le permita acceder a nuevas oportunidades comerciales en otros países.

El aporte que le proporciona al proyecto de investigación es referente al marco espacial del municipio de Tibú resaltando el Departamento de Catatumbo como uno de los mayores productores para la exportación del Cacao, por otra parte, da a conocer los problemas que se encuentran en la región debido a que no se tiene un centro de acopio, y por ende la producción es trasladada al departamento de Santander.

**Diseño y estructura de un modelo de zona franca permanente especial agroindustrial para la transformación de cacao en Norte de Santander (Vásquez Barajas & Lázaro Pacheco, 2016).**

Su objetivo era llevar a cabo la creación de una zona franca con todos los requisitos establecidos por la ley colombiana para la fabricación de manteca de cacao, se pudo medir la factibilidad en relación a los estudios de mercado y las diversas variables socioeconómicas, al estudiar los resultados finales obtenidos a partir de cada una de las investigaciones que se llevaron a cabo, se pudo llegar a la estimación de la viabilidad para desarrollar dicho proyecto de zona franca.

Por consiguiente, podemos observar que el aporte de este proyecto a la investigación se encuentra en los análisis de la producción de cacao en Norte de Santander, para poder determinar la capacidad exportadora de las diferentes variedades de este producto, de igual forma tomar como referencia los estudios de mercados realizado en el mismo.

## **5.2 Marco Teórico**

### ***5.2.1 Teoría Weberiana de localización industrial***

Esta teoría esencialmente trata la distancia: específicamente la distancia que existe de la planta de producción, a los recursos y finalmente al mercado. Lo que se debe localizar en un punto estratégico es la planta de producción o en este caso el centro de acopio, considerando que los costes de producción son los mismos en todas partes por lo que el margen de ganancia debe estar en la disminución de costos de transporte entre la planta y los mercados.

Esta teoría nos da un gran aporte en la investigación para la selección de la posible ubicación del centro de acopio, teniendo en cuenta que se elaborará un plan de estratégico donde se estudia el producto desde su cultivo hasta su procesamiento, siendo el producto final el licor de cacao, en vista de que su exportación posee requisitos de refrigeración, se deben conocer sus costes tanto de producción como de transporte, de igual forma se debe establecer la viabilidad por medio de un estudio de mercado en el cual se identifiquen cuáles son los más atractivos y potentes compradores, considerando que es la exportación de una materia prima para diferentes sectores.

### ***5.2.2 Teoría De La Ventaja Comparativa De David Ricardo***

David Ricardo en 1817 postula que si un país no cuenta con una ventaja absoluta sobre algún bien o producto le favorecería especializarse en la producción de aquellos bienes en los que tenga mayor potencial, a lo que llamamos ventaja comparativa; es una teoría en la que la tecnología juega un papel de suma importancia.

Dando un aporte sustancial al proyecto, en la anterior teoría se establecen los aspectos básicos a tener en cuenta como punto de partida a la hora de decidir exportar de forma que se logren los objetivos planteados. Cabe resaltar que Colombia como se ha mencionado anteriormente es un país ecológicamente potencial en la producción de cacao, lo que indica que la falta de tecnificación a la hora de generar valor agregado es en lo que debe especializarse tomando como

referencia la teoría anteriormente mencionada, esto con el fin de lograr la atención de los principales compradores de cacao y sus derivados en el escenario internacional.

### ***5.2.3 Teoría De La Ventaja Competitiva De Michael E. Porter***

Porter por medio del diamante de competitividad indica que a mayor grado de competencia entre empresas de un mismo sector se impulsa a un aumento en el nivel de innovación. La existencia de competidores fuertes en los mercados domésticos impulsa a que las empresas más débiles opten por nuevos mercados. Al presentarse una fuerte competencia en el mismo sector se disminuye el atractivo de este, pero como factor positivo, incentiva la búsqueda de competitividad internacional; esta teoría da un aporte a la investigación en cuanto a la diversificación de los productos en el exterior; propiciando la innovación de la forma en la que se ha venido comercializando el cacao colombiano tradicionalmente que es en semilla sin ningún tipo de transformación, buscando así darle un valor agregado para la producción de licor de cacao, compitiendo con diferentes mercados en el exterior.

Porter nos dice que la intervención del gobierno con miras a incrementar la competitividad de las empresas nacionales juega un papel determinante en el éxito de las exportaciones de un país, debido a que cada gobierno elige específicamente que sectores y que empresas percibirán el apoyo; el gobierno colombiano por medio del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad, tiene como método para la sustitución de cultivos ilícitos el cultivo del cacao, siendo este sector, un impulsor de la competitividad del departamento.

Para el análisis del sector del cacao se empleó el modelo de las cinco fuerzas competitivas de (Porter, 2008) con el fin de generar una caracterización económica predominante de los sectores

en los que participa el cacao, definiendo que fuerzas competitivas específicas intervienen en ellos, estableciendo que factores son clave para alcanzar el éxito, identificando la intensidad de la rivalidad con las empresas competencia, estableciendo que tan atractiva, en términos de rentabilidad es la industria cacaotera y por último brindar un marco para anteponerse a la competencia y lograr influir en ella (además de en su rentabilidad) en el largo plazo (Porter, 2008).

El modelo de (Porter, 2008) posibilita el uso de un marco de referencia común para calcular la presión competitiva en las diferentes industrias con características propias. Este modelo puede describirse a través de cinco factores diferentes que son la rivalidad entre los competidores, el potencial de ingreso de nueva competencia, la capacidad de negociación de los proveedores, la capacidad de negociación de los compradores y la presencia de productos sustitutos.

### **5.3 Marco Conceptual**

**Licor de Cacao.** Tesauro, afirma que el licor de cacao es el alimento semi plástico o sólido preparado al moler finamente los pedazos de semillas de cacao.

**Agroindustria.** Lauschner, expresa que se entenderá por agroindustria todas aquellas actividades que impliquen el procesamiento o transformación de productos que provienen de los subsectores agrícola, pecuario, forestal y pesquero.

**Cacao.** También reconocida como cacaotero o árbol del cacao; es una planta pequeña tropical con semillas en forma de almendra que se emplean para la preparación de chocolate, perteneciente a la familia de las malváceas. Esta especie es originaria de la cuenca del Amazonas en un bosque tropical. Fue cultivada por primera vez en Centroamérica y el norte de Suramérica recibiendo el nombre de criollas. (Linnaeus, 1753).

**Competitividad.** Se refleja en la capacidad que tienen las empresas de cada país para diseñar, desarrollar, producir y enviar sus productos en los mercados internacionales compitiendo con empresas de otros países. (Alic, 1997)

**Desgranada.** Es el proceso mediante el cual se extraen las semillas de la cascara, también llamado “desengullada” o “deguvada”. Se realiza arrastrando los dedos de la mano a lo largo de la vena central de la mazorca, procurando evitar que esta sea extraída para que no se mezcle con los granos de cacao. En caso de que se desprenda deber ser retirada con posterioridad para evitar afectar la calidad del producto. (FEDECACAO).

**Exportación.** Según Ventura, (2011) expresa que en las ciencias económicas la exportación es cualquier tipo de bien o servicio que es enviado desde un país emisor a otro país receptor en otra parte del mundo. Es el traslado legal de bienes y/o servicios de un país a otro. En ellas se realizan diferentes actividades que ocasionan determinados efectos fiscales. Básicamente es una venta que supera las fronteras arancelarias del país donde se encuentra instalada la empresa, generando “reglas del juego” distintas.

**Productividad.** Según Pérez & Gardey, (2008) la productividad es una definición que explica la capacidad o el nivel de rendimiento por unidad de extensiones de tierras cultivadas, de equipos industriales o de trabajo. Según desde el punto de vista con el que se analice este término puede hacer alusión a diferentes cosas; por ejemplo, en el campo de la economía, se entiende por productividad a la relación que existe entre lo producido y los insumos y medio que se utilizaron para hacerlo (mano de obra, materiales, energía, etc.). La productividad es comúnmente asociada al factor de eficiencia y uso del tiempo, en menor tiempo invertido en conseguir un resultado, mayor será la productividad.



## 5.4 Marco Legal

**Tabla 1.  
Normatividad**

Reglamento	Definición
Invima Resolución 1511 De 2011	Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que debe cumplir el chocolate y productos de chocolate para consumo humano, que se procese, envase, almacene, transporte, comercialice, expendan, importe o exporte en el territorio nacional.
Ley 31 De 1965	Fomentar la industria del cacao y sesión de unos bienes.
Estatuto Aduanero	Establece toda la reglamentación de los procesos aduaneros en Colombia.
Resolución 770 De 2014	Establece las directrices para la formulación, ejecución, seguimiento y evaluación de los Planes Nacionales Sub sectoriales de Vigilancia y Control de Residuos en Alimentos (PNSCVR).
Norma Técnica Colombiana 3929	Análisis sensorial. Metodología. Métodos del perfil del sabor.
Norma Técnica Colombiana 486.	Masa o pasta o licor de cacao y torta de cacao para la fabricación de productos de cacao y chocolate.
Codex Stan 141-1983	Norma para el cacao en pasta (licor de cacao/chocolate) y torta de cacao.

Tabla 2.

**Requisitos De Colombia Para Exportar A La Unión Europea**

<b>Requisitos De Colombia Para Exportar A La Unión Europea</b>	
El cacao y sus preparaciones y/o productos derivados de exportación deben cumplir con los requerimientos generales de la seguridad alimentaria, encontrados en el Reglamento (CE) 178/2002, y con las normas de Higiene establecidas en el Reglamento (CE) 852/2004. Así mismo, estos deberán cumplir con los niveles aceptados de contaminantes de los alimentos y tener el etiquetado adecuado para consumidores.	
Requisitos Específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Certificado de origen</li> <li>▪ Identificación del producto (incluye peso neto y bruto, categoría de calidad)</li> <li>▪ Ir acompañados de un certificado fitosanitario expedido por las autoridades competentes del país exportador</li> <li>▪ Pasar las inspecciones aduaneras en el punto de entrada de la UE</li> <li>▪ Ser importadas en la UE por un importador inscrito en el registro oficial de un país de la UE</li> <li>▪ Ser notificadas a las aduanas antes de su llegada al punto de entrada.</li> <li>▪ Presentar documentos o certificados que demuestren el cumplimiento de los estándares de comercialización.</li> </ul>
Seguridad Alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trazabilidad</li> <li>▪ Normas sobre residuos, plaguicidas, medicamentos veterinarios y contaminantes de y en los alimentos</li> <li>▪ Normas especiales para determinados productos</li> <li>▪ Normas generales para el material de empaque</li> <li>▪ Controles e inspecciones destinados a asegurar el cumplimiento de la normativa.</li> </ul>
Higiene Alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Criterios microbiológicos/ salmonella (Regulación (CE) 2073/2005)</li> <li>▪ Procedimientos</li> <li>▪ Control de temperatura</li> <li>▪ Mantenimiento de la cadena de frío</li> <li>▪ Muestreo y análisis</li> </ul>

**5.5 Marco Espacial**

La investigación se realizará en el marco del Departamento Norte de Santander en la cual se tomarán como referencia el municipio de Tibú.

El municipio de (Tibú, 2013) está situado en la Sub-Región Norte del Departamento de Norte de Santander aproximadamente a 122 km de distancia de la ciudad de Cúcuta por vía terrestre, y está localizado geográficamente a 8° 39' de Latitud Norte y a 72° 59' de Longitud al Oeste de Greenwich. Siendo el municipio mas extenso, tiene una superficie de 2.696 Km. que representan el 12,44% del total del departamento. Se encuentra a una altura de 75 mts. Sobre el nivel del mar, cuenta con el promedio de temperatura de 32° centígrados y 77% de humedad la precipitación anual es de 2071 mm, dentro de la clasificación climatológica se identifica como bosque húmedo tropical.

Su división política limita al Norte: Con la República Bolivariana de Venezuela; al Sur: con los Municipios de Cúcuta, El Zulia y Sardinata; al Oriente: con la República Bolivariana de Venezuela y al occidente: con los Municipios de San Calixto, El Tarra y Teorama.

Respecto a su producción de cacao en el municipio de Tibú se realizan acciones y programas alternativos para el fomento de los cultivos de cacao, siendo el mayor productor de cacao del Departamento. Se adelantan en la región programas de renovación y extensión de 1.000 hectáreas de Cacao. La Asociación Gremial de Productores de Cacao (ASOCATI Ltda), es la encargada de organizar y coordinar los proyectos de siembra que realizan los campesinos de la región.

## **5.6 Marco Temporal**

El desarrollo del presente proyecto de investigación será llevado a cabo inicialmente desde agosto del presente año hasta marzo de 2020; y específicamente en la universidad Francisco de Paula Santander del departamento de Norte de Santander respecto al municipio de Tibú. El tipo

de investigación es cuantitativa con el objetivo de recoger, recolectar, procesar y analizar desde el trabajo de campo y teórico, la realización de los retos y las oportunidades de la producción de licor de cacao en Tibú, Norte de Santander con fines de internacionalización.

## **6. Diseños Metodológicos**

### **6.1 Tipo De Investigación**

El tipo de investigación es de naturaleza documental la cual necesita esencialmente la información obtenida a través de la consulta en diferentes documentos, comprendiendo a estos como todo material al que se pueda acudir como fuente de información verídica, sin cambiar su naturaleza o sentido, los cuales contribuyen con información o dan testimonio de un acontecimiento o de una realidad. (Cásares Hernández, Christen, Jaramillo Levi, Villaseñor, & Zamudio R, 1995).

De la cual se tomará toda información de libros, revistas, documentos escritos y electrónicos, informes, internet y diferentes investigaciones que toquen el tema de cacao, de forma que se pueda corroborar y complementar la información escrita e investigada en el proyecto.

### **6.2 Método De Investigación**

El método de investigación a trabajar será el cualitativo según los autores Blasco y Pérez (2007), “apuntan que la investigación cualitativa se ejecuta a través del estudio de la realidad en su contexto natural y cómo sucede, extrayendo e interpretando fenómenos de acuerdo con los sujetos implicados” (p.25), y el cuantitativo de acuerdo con Tamayo (2007),

Consiste en una serie de hipótesis generadas a partir de diferentes teorías ya existentes, en la cual se necesita obtener una muestra, de forma aleatoria o discriminada, que sea representativa de una población objetivo o de un fenómeno específico objeto de estudio. La metodología cuantitativa hace uso de la recolección y el análisis de los datos para así resolver preguntas de investigación y acreditar hipótesis anteriormente establecidas, y confía en la medición numérica, el conteo, así como el uso de las estadísticas para establecer con veracidad los patrones de comportamiento existentes en una población. (p.40).

Mediante el método cualitativo se hará un estudio para saber el método de trabajo de los productores en la siembra del cultivo de cacao para conocer la producción a comercializar en el interior y exterior del Departamento, de igual forma tener un conocimiento más extenso de todo lo relacionado al cacao; siendo conocido por su fino aroma y de calidad exportadora.

En cuanto al método cuantitativo, mediante la observación y el análisis se busca dar claridad a la problemática objeto de la investigación, para conocer el origen del problema, lo cual permitirá saber las estadísticas de la capacidad exportadora del departamento de Tibú, manejando una variable para el estudio de las ciudades del país importador, para establecer el más viable para la exportación del Licor de cacao.

### **6.3 Tipo De Estudio**

El tipo de estudio es descriptivo. Según Tamayo y Tamayo (2002) la investigación descriptiva es:

La descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. Se orienta a revisar conclusiones dominantes o como se conduce o funciona una persona, grupos o cosas frente al presente. (p.35).

En la presente investigación se dará una descripción del objeto de estudio, por medio de un trabajo de campo en donde se den a conocer las diferentes características y rasgos para llevar a cabo los objetivos específicos del presente trabajo.

### **6.4 Población**

De acuerdo con Fracica, (1988), población es “el conglomerado de los diferentes elementos objeto de estudio de la investigación. Así mismo se puede definir como el conjunto de cada una de las unidades de muestreo” (p. 160).

Con la finalidad de representar el método de investigación cualitativo y cuantitativo se utilizará en la investigación una muestra probabilística aleatoria simple, la cual se tomará una muestra de un mismo sector en la que los individuos serán elegidos y seleccionados para esta.

La población se realizará mediante términos de alcance que será el municipio de Tibú, Norte de Santander en la que se hará el estudio de investigación. El tiempo empleado será de agosto del presente año hasta marzo del año 2020. Los elementos que se utilizarán como base serán todas las empresas de comercialización de cacao y sus derivados y los productores de cultivo de cacao ubicados en el municipio de Tibú y la unidad de muestreo serán igualmente todas las empresas de comercialización de cacao y sus derivados y productores de cultivo de cacao en dicho municipio.

## 6.5 Muestra

Según Tamayo, & Tamayo (1997), afirma que la muestra “es el conglomerado de individuos que se seleccionan de la población, para analizar un fenómeno estadístico” (p.38)

La muestra será realizada a las a las personas que están relacionadas en las empresas de comercialización de cacao y sus derivados y los productores de cultivo de cacao en los municipios de Tibú.

## 6.6 Sistematización De Variables

Tabla 3.

Sistematización De Variables

OBJETIVO	VARIABLES	DIMENSIÓN
----------	-----------	-----------

<p>Realizar un estudio de mercado internacional para la identificación de cuál puede ser el mercado objetivo para la internacionalización del licor de cacao de Tibú, Norte de Santander.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identificar la demanda más alta de cacao a nivel nacional e internacional</li> <li>● reconocer su partida arancelaria</li> <li>● Analizar los mercados objetivos para este producto</li> </ul>	<p>Nivel Internacional</p>
<p>Analizar la capacidad de producción del licor de cacao en Colombia y Norte de Santander.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recoger información de la capacidad productiva de cacao en Colombia</li> <li>● Identificar la capacidad productiva de cacao en Norte de Santander</li> </ul>	<p>Nivel Nacional y Municipal</p>
<p>Estimar los costos, tiempos y agentes que participarán en la operación internacional dentro del desarrollo del plan de internacionalización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Exponer la DFI más viable para la exportación del licor de cacao.</li> <li>● Analizar las tarifas de los diferentes agentes prestadores de servicio aduanero.</li> <li>● Identificar las preferencias arancelarias al que nos acogemos con las firmas de TLC que tiene Colombia con el resto del mundo.</li> </ul>	<p>Nivel Nacional</p>
<p>Proponer las estrategias de internacionalización para la exportación de licor de cacao de Tibú, Norte de Santander.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Dar a conocer los beneficios de comercializar este producto con Colombia</li> <li>● Resaltar la calidad de este producto a nivel internacional</li> </ul>	<p>Nivel Nacional e Internacional</p>

## 6.7 Tratamiento De La Información

### 6.7.1 Técnicas Para La Recolección De Información



De acuerdo con Cerda (1998), las fuentes primarias son a través de las cuales se recopila información directa, esto quiere decir, de donde se genera y reúne la información inicialmente. También llamada información de primera mano o desde el sitio de los hechos; de igual forma, las fuentes secundarias son todas aquellas que brindan información sobre el tema de estudio, pero no son la fuente original donde ocurrieron u ocurren los hechos, solo los referencian.

Se toman en cuenta los dos tipos de fuentes ya que para llevar a cabo esta propuesta se ha tenido en cuenta la información ofrecida directamente por el gerente regional de la federación departamental de cacaoteros ingeniero Miller Otero. Así como también se ha tenido en cuenta documentos escritos tales como tesis, página de la federación nacional de cacaoteros, documentales y archivos del diario Opinión.

### ***6.7.2 Técnica Procesamiento De La Información***

Debido a que nuestro proyecto maneja un método de investigación cualitativa y cuantitativa, se pretende manejar un sistema de recolección de información por medio de encuestas, entrevistas y observación sistemática.

### ***6.7.3 Presentación de la información***

La información del proyecto será presentada en su mayoría de forma textual con soportes gráficos y tablas.

## 7. Resultados

### **7.1 Realizar Un Estudio De Mercado Internacional Para La Identificación De Cuál Puede Ser El Mercado Objetivo Para La Internacionalización Del Licor De Cacao De Tibú, Norte De Santander.**

#### ***7.1.1 Descripción Del Sector Cacaotero En Colombia y Norte De Santander***

Según ANCHAM Colombia en 2019, Colombia es considerado un país productor de cacao comunes con calidad premium, ya que se destacan por tener un fino sabor y aroma debido a la ubicación geográfica idónea del país, así como a sus condiciones agroecológicas, existen cerca de 176.050 hectáreas de cacao sembradas, teniendo en cuenta que se encuentran producidas en 422 municipios, en el año 2018 se produjeron alrededor de 56.867 toneladas, en vista del paquete tecnológico que implemento Fedecacao en todas las regiones del país, a su vez el establecimiento de nueve clones regionales liberados por medio del programa de investigación.

Según Prado, herrera & Mantilla en 2017, Ecuador, Colombia, Perú y Venezuela proporcionan el 70% del cacao fino y de aroma al mercado internacional, en cuanto a las hectáreas sembradas podemos encontrar que Ecuador cuenta con 402.434 ha, Colombia con 151.926 ha, Perú con 97.658 ha. Por otro lado, en Colombia las regiones productoras de cacao más representativas en hectáreas lo son Santander y Norte de Santander con 56.170 Ha, seguido de Tolima y Huila con 15.748 Ha, Nariño con 13.636 Ha, Arauca con 14.670 Ha, Antioquia con 13.777 Ha y otros con 37.925 Ha, los cuales cuentan con las condiciones edáficas, fisiográficas y climáticas adecuadas para el cultivo de cacao.

Con respecto a Norte de Santander, El gerente regional de la Federación Nacional de Cacaoteros (Fedecacao), Miller Otero, indico que el nivel de hectáreas cultivadas se ha incrementado sustancialmente en el primer semestre de 2019 generando una producción de 32.159 toneladas, mientras que en el mismo periodo de 2018 fue de 28.952 toneladas.

El principal factor que ha contribuido a este aumento sustancial son las dinámicas de las zonas cafeteras ubicadas Durania, Bochalema y Salazar de Las Palmas, que han decidido migrar a los cultivos de cacao a causa de una crisis cafetera debido el cambio climático, el cacao se caracteriza por ser uno de los mercados fijos a nivel nacional y adicional a esto es de los más rentables por lo cual buscan mejorar la productividad de los cacaoteros se llevará a cabo el proyecto "Calidad para la Competitividad" del Ministerio de Comercio para realizar un mejor acompañamiento técnico en calidad para las pymes y reforzar su capacidad exportadora.

Para finalizar cabe resaltar que “la cadena de producción del cacao se destaca por un nivel alto de concentración, tanto en la comercialización del grano, como en la producción de sus derivados. La oferta de productos transformados como pasta o licor de cacao, manteca o aceite de cacao y cacao en polvo, son altamente demandados no sólo en la industria de chocolates y confites sino también en las industrias de cosméticos y farmacéuticos a nivel mundial” (Procolombia, sf).

**7.1.1.1 Oferta Del Licor De Cacao.** El Licor de cacao de Tibú, Norte de Santander se obtiene de la fermentación, tostado y refinado de las semillas de cacao que da como resultado un líquido al que llamamos licor de cacao o licor de chocolate. El licor de cacao es chocolate puro en forma líquida, tiene dos ingredientes principales que son la mantequilla o la grasa de cacao y el cacao seco.

Como norma, frecuentemente se extrae en las propias fábricas de chocolate, de forma en la que el control de la calidad es estricto y el sabor del producto sea el mejor. Sin embargo, cabe resaltar que entre algunos productores es común la práctica de comprar el producto ya hecho y así evitar el largo proceso de hacer el chocolate.

Figura 1.

Proceso para la producción de licor de cacao.



### 7.1.2 Nomenclatura arancelaria

La nomenclatura arancelaria es lo que corresponde a la identificación de la subpartida arancelaria del producto, de forma que se facilite la clasificación del producto o la mercancía con fines de exportación.

En este caso nos dirigimos a los dos primeros dígitos “18” que en el arancel de aduanas se denominan “Cacao Y Sus Preparaciones”. La Clasificación Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías SADC, corresponde a la división de los diferentes productos que conteniendo Cacao en sus diferentes formas se comercializan bajo las siguientes denominaciones:

Tabla 4.  
Clasificación arancelaria.

<b>Ítem</b>	<b>Sub – Producto</b>	<b>Código SADC</b>
<b>I</b>	Cacao en grano, entero o partido	1801
<b>II</b>	Cáscara, películas y demás residuos del cacao	1802
<b>III</b>	Pasta de cacao incluido desgrasado	1803
<b>IV</b>	Manteca, grasa y aceite de cacao	1804
<b>V</b>	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	1805
<b>VI</b>	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contienen cacao	1806

Fuente. SADC Código 18 – Cacao Y Sus Preparaciones

La subpartida arancelaria 18031000 “sin desgrasar”, corresponde a la del licor de cacao o como es llamada comúnmente a nivel internacional Pasta de Cacao.

### **7.1.3 Precio Del Licor De Cacao**

El licor de cacao o la pasta de cacao obtenida a través de la molienda, el tostado y el descascarillado, sin la adición de aditivos y manteniendo sus características organolépticas; oscila su precio alrededor de los 13 dólares el kilo. (Fuente: somos cacao).

### 7.1.4 Balanza Comercial

Acerca de la balanza comercial podemos observar que el licor de cacao se ubica en la sección de productos de confitería y derivados del cacao, puesto que pertenece a los derivados. En efecto a lo largo de los últimos años se ha presentado un superávit. En 2015, las exportaciones de estos alcanzaron US\$333,2 millones. En primera instancia los productos de confitería representaron el 19% de las exportaciones del sector agroindustrial, sobrepasando los US \$333 millones en 2015. En relación con los productos derivados del cacao representaron el 1.9% de las exportaciones y alcanzaron US \$39 millones exportados en el mismo año. (Procolombia)

Figura 2.  
Balanza comercial.



Fuente. Procolombia

### 7.1.5 Análisis Del Sector Del Licor De Cacao A Nivel Internacional

Según (Procolombia, 2015) el déficit mundial de cacao conlleva a un fortalecimiento en cuanto a las oportunidades de exportación colombianas de cacao y sus derivados, cabe resaltar que en la demanda internacional ha venido presentando un crecimiento a partir del año 2010 con promedio del 8% al año. Adicional a eso también se indica que de acuerdo con la The

International Cocoa Organization (ICCO), “la demanda en el continente asiático del grano, particularmente por parte de China, presenta un crecimiento en aumento que podría generar que en el corto plazo no existan semillas suficientes, lo que ocasionaría un aumento del precio final de este producto” (Procolombia, 2015).

**7.1.5.1 Exportaciones.** El valor total de exportaciones del Código 1803 “Pasta De Cacao, Incluido Desgrasado” en el año 2017 fue de USD 3.176’942.000. Costa de Marfil, es quien lidera este mercado con un valor total de USD 639’384.000, en segundo lugar, encontramos a Países Bajos con USD 619’338.000, en cuanto al tercer lugar se ubica Ghana con USD407’389.000.

Según Procolombia en 2019, Colombia participa con USD7’325.000 alcanzando un porcentaje del 0,2% lo que lo convierte en un mercado potencial, al que los productores nacionales y regionales pueden apostarle, teniendo en cuenta que para su transformación no se requiere un alto grado tecnológico, ni de procesos extensos y costos, como otros productos con valor agregado requieren de un mayor grado de transformación.

**7.1.5.2. Importaciones.** La suma de las importaciones del Código 1803 “Pasta De Cacao, Incluido Desgrasado” en el año 2017 se incrementa a USD 3.354’224.000. Caracterizándose como un mercado en crecimiento. (SADCM Código 1803, 2017)

Hay que mencionar, además que los países que más se destacan como importadores de pasta de cacao son Países Bajos, Francia, Bélgica, Alemania y Estados Unidos. A su vez en el año 2017 se destaca también la participación del continente asiático por países como Malasia, China, Japón y Singapur que suman un total de USD 315’534.000.

### ***7.1.6 Identificación De Mercados***

Para el desarrollo de este análisis nos basamos en un matriz de preselección de mercados, en la cual se establecieron unas variables a la cuales se les pudiese calificar y cuantificar, adicional a esto tomamos por referencia los principales países importadores de licor de cacao a nivel internacional.

En la matriz se puede observar la selección de dichos países y la calificación de los mismos mediante diferentes variables demográficas y de estabilidad política, económicas, logísticas, comerciales (oferta y demanda y política comercial) y por último geográficas:



Figura 3.

Matriz de preselección de mercados, variables.

<b>VARIABLES</b>	<b>P</b>
<b>1. DEMOGRAFICOS Y ESTABILIDAD POLITICA</b>	<b>10%</b>
POBLACION	3%
IDIOMA	2%
RIESGO PAIS	5%
<b>2. ECONÓMICOS</b>	<b>20%</b>
PIB	7%
TASA DE CAMBIO	3%
INFLACIÓN	4%
INVERSIÓN	4%
MONEDA	2%
<b>3. LOGISTICA:</b>	<b>25%</b>
RUTA	5%
DESEMPEÑO LOGISTICO-LPI	3%
REQUERIMIENTOS DE INGRESO	3%
FACILIDAD DE LLEGADA AL PUERTO DE DESTINO	10%
PUERTOS MARÍTIMOS PRINCIPALES	4%
<b>4. COMERCIO EXTERIOR OFERTA Y DEMANDA:</b>	<b>25%</b>
IMPORTACIONES	10%
EXPORTACIONES	5%
BALANZA COMERCIAL (TIPO DE PRODUCTO) 2019	5%
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INTERNACIONAL (Principales países proveedores)	5%
<b>5. POLITICA COMERCIAL:</b>	<b>15%</b>
BARRERAS ARANCELARIAS	5%
ACUERDOS COMERCIALES	10%
<b>6. GEOGRÁFICO:</b>	<b>5%</b>
OCEÁNOS	5%
	<b>100%</b>

Fuente. Trademap (2020).

En la matriz de preselección e identificación del mercado objetivo, se tomó el total del 100% el cual fue distribuido entre las distintas variables y según su grado de importancia se le aplicó una calificación dependiendo de la relevancia en donde el número menor es el más bajo y el mayor es el más alto en calificación, lo que ayudó a concretar el mercado objetivo.

PAISES BAJOS			FRANCIA			BELGICA			ALEMANIA			ESTADOS UNIDOS		
C	R		C	R		C	R		C	R		C	R	
		17,231,017 HAB			67,028,048 HAB			11,422,068 HAB			82,927,922 HAB			327,167,434 HAB
		Neerlandés (Holandes)			Francés			Neerlandés, Francés y Alemán			Alemán			Inglés
		AAA			Aa2			Aa3			Aaa			Aaa
		966,742 millones USD			3,061 billones			550,664 millones USD			4,374 billones USD			20,413 billones USD
		1USD= 0,92			1USD= 0,92			1USD= 0,92			1USD= 0,92			1USD
		1,90%			-0,50%			0,60%			-0,60%			0,40%
		69,659 millones USD			37,294 millones USD			4,873 millones USD			25,706 millones USD			251,814 millones USD
		Euro			Euro			Euro			Euro			Dólar estadounidense
		Transitos directos y con conexiones			Transitos directos y con conexiones			Transitos directos, transbordos y conexiones			Transitos directos y con conexiones			Transitos directos, transbordos y conexiones
		4			16			3			1			14
		SI			SI			SI			SI			SI
		REGULAR			EXCELETE			DIFICIL			EXCELENTE			REGULAR
		Rotterdam, Amsterdam, Zelanda y Groninga			Le Havre, Marsella-Fos, Dunkirk y Brest			Amberes-Antwerp, Zeebrugge			Hamburgo, Kiel, Vismar, Dusseldorf, Bremen, Bremerhaven			New York, Charlestone, Houston, Port Everglades, Savannah, Baltimore, Los Angeles
		384,737 miles de USD			293,490 miles de USD			298,636 miles de USD			261,748 miles de USD			231,209 miles de USD
		536,295 miles de USD			137,642 miles de USD			97,830 miles de USD			302,271 miles de USD			72,898 miles de USD
		114,468 miles de USD			(-93,814) miles de USD			(-224,033) miles de USD			52,547 miles de USD			(-121,701) miles de USD
		Costa de Marfil y Ghana			Costa de Marfil, Ghana y Camerun			Países Bajos, Alemania y Francia			Países Bajos, Francia y Suiza			Costa de Marfil, Ghana y Sudafrica
		0			0			0			0			0
		Restricciones sanitarias y fitosanitarias			Restricciones sanitarias y fitosanitarias			Restricciones sanitarias y fitosanitarias			Restricciones sanitarias y fitosanitarias			Libre Acceso
		Acuerdo Comercial Unión Europea			Acuerdo Comercial Unión Europea			Acuerdo Comercial Unión Europea			Acuerdo Comercial Unión Europea			TLC con Estados Unidos
		Atlántico			Atlántico			Atlántico			Atlántico			Atlántico Y Pacífico
		3,64			3,86			3,1			4,18			4,02

Figura 4. Matriz de preselección de mercados

Fuente. Trademap (2020)

Figura 5.  
Top de países seleccionados

TOP 3 DE PAISES SELECCIONADOS	R
ALEMANIA	4,18
ESTADOS UNIDOS	4,02
FRANCIA	3,86

Fuente. Matriz de preselección de mercados figura 4.

Concluido dicho análisis podemos evidenciar que en la actualidad diversos países de Europa son los grandes demandantes de dicho producto, según los datos arrojados por Trade map y Procolombia, se debe agregar que de igual forma Estados Unidos también forma parte de dicho mercado altamente demandante.

Como resultado del análisis realizado anteriormente se designa a Alemania como el mercado objetivo para fines de internacionalización de pasta de cacao, esto en evidencia de su resultado en la matriz de preselección obteniendo una puntuación de 4,18.

### 7.1.7 Datos Generales De Alemania

Figura 6.  
Mapa de Alemania.



Fuente. Oficina de información diplomática.

- **Capital:** Berlín
- **Población:** 83.019.213
- **Idioma:** alemán
- **Superficie:** 357.580 km<sup>2</sup>
- **Moneda:** euro
- **Religión:** Mayoritariamente cristianismo
- **Pertenece a:** CoE, Zona Euro, EEE, G20, G8, FMI, OTAN, OCDE, ONU, OSCE, UE

Según el MINCIT 2020, Alemania se caracteriza por ser a nivel mundial una potencia económica; posicionándose como la cuarta economía más grande del mundo en el año 2018, detrás de Estados Unidos, China y Japón, adicional se posiciona como la primera economía de Europa. Conservando una alta capacidad adquisitiva con un PIB per cápita corriente de US \$ 47.662, estando muy por encima de Colombia que fue US \$6.642.

Su tasa de desempleo presenta una reducción al 3,4% en el año 2018, tasa parcialmente baja en comparación otros países de Europa que conservan su registro en dos dígitos. De igual forma, Alemania conserva bajos niveles de inflación, ubicándose en el 1,9% en el 2018. Fiscalmente equilibrada, registró un superávit de 1,9% del PIB en 2018 y su endeudamiento bruto se redujo del 82,3% a 61,7% del PIB de 2010 a 2018, respectivamente (MINCIT, 2020)

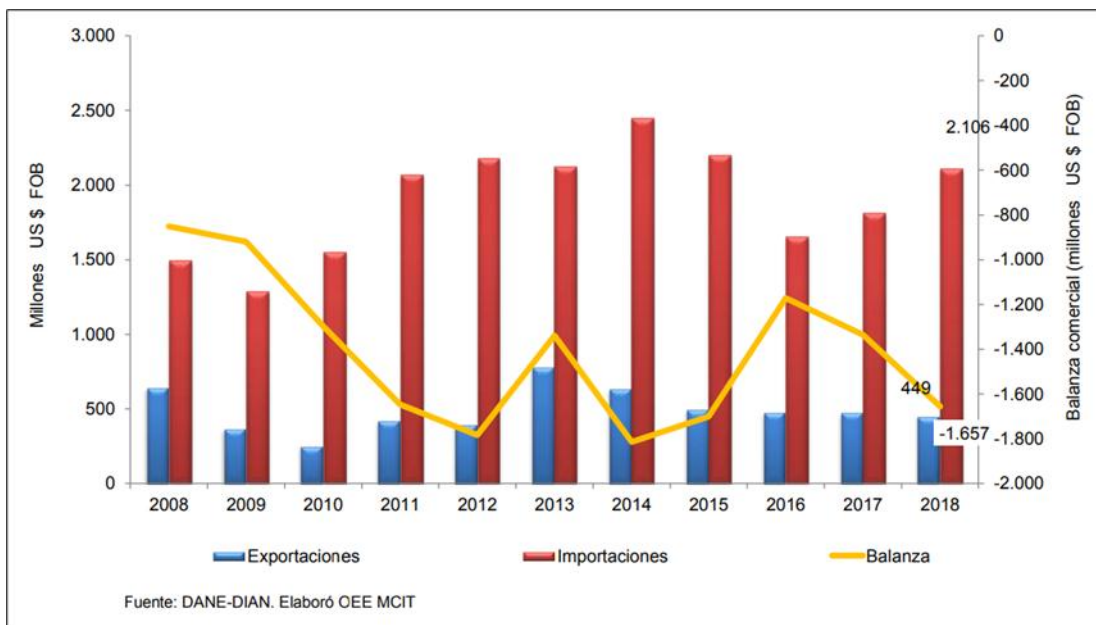
Según Mincit, (2020) es un protagonista dentro del comercio exterior mundial, puesto que sus flujos de comercio representaron el 87,2% del PIB en el 2018. Como el mayor exportador e importador de bienes ocupó el tercer lugar en dicho año, del mismo modo fue el tercer país en con mayor importancia y participación en el comercio de servicios. Alemania registró un superávit en la cuenta corriente de la Balanza de Pagos, que equivale al 7,3% del PIB en 2018.

La inversión extranjera directa se ubicó en US\$25.705 millones en 2018, para una reducción de 30,4% respecto al año 2017, no obstante, estuvo entre las veinte mayores economías en percibir esos flujos. Una particularidad de la economía de Alemania que cabe mencionar es que su inversión de recursos en el exterior es superior, representada en US\$77.076 millones en 2018. (Mincit, 2020).

**7.1.7.1 Comercio bilateral entre Colombia y Alemania.** Alemania es un socio comercial que influye en el desarrollo de Colombia, conforme a datos obtenidos del Dane, Alemania es el país número uno de la Unión Europea y el quinto en el mundo al que Colombia le exporta bienes y servicios (USD 2,1 miles de millones CIF en 2018).

El mercado alemán no ha sido lo suficientemente aprovechado por los productos colombianos. Por otro lado, las exportaciones correspondientes a los combustibles han venido decreciendo en los últimos años (67% entre 2017 y 2018), a diferencia de las exportaciones de productos agropecuarios en las que se han visto mejoras, con productos tales como el café, el té y las especias; alimentos, bebidas y tabaco; y vegetales. Pero solo se exportaron USD 449 millones FOB a Alemania, pero se importaron USD 2.106 millones FOB en el año 2018; Dando Por resultado una balanza comercial deficitaria de USD 1.657 millones FOB en el mismo año como se muestra en la siguiente gráfica.

Figura 7.  
Balanza comercial Colombia-Alemania.



Fuente. DANE-DIAN. Elaborada por CEE MICIT

Dentro de las exportaciones de Colombia hacia Alemania se resaltan productos como el café con \$ 136.192,4 miles de USD FOB, las bananas con \$ 68.887 miles de USD FOB, aceite de palma con \$ 23.732 miles de USD FOB, entre otros productos destacándose principalmente el sector agrícola.

En cuanto a las importaciones de Colombia desde Alemania, se destaca el sector farmacéutico y de bienes de capital, con productos como medicamentos con \$ 234.908,5 miles de USD CIF, aeronaves y vehículos especiales con \$ 132.609,9 miles de USD CIF, automóviles de turismo con \$ 108,376,8 miles de USD CIF, entre otros productos que se evidencia en la siguiente tabla del Mincit.

Figura 8.  
principales productos de exportación de Colombia hacia Alemania.

Descriptiva *	Miles de USD FOB						Var % 2019/2018	Part. % 2019
	2016	2017	2018	enero-septiembre				
				2018	2019			
Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos del café que contengan café en c...	218.861,2	182.957,0	181.710,4	141.623,2	136.192,4	-3,8	38,3	
Bananas, incluidos los plátanos «plantains», frescos o secos.	62.049,1	57.782,7	74.292,1	59.511,7	68.887,0	15,8	19,4	
Aceite de palma y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente.	15.872,2	20.783,9	33.614,9	33.522,1	23.732,0	-29,2	6,7	
Aceites de petróleo o de mineral bituminoso, excepto los aceites crudos; preparaciones no expresadas ni compre...	12.345,7	11.885,2	16.397,6	10.860,8	22.764,3	109,6	6,4	
Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base...	24.451,0	25.098,8	23.251,2	16.065,0	21.730,4	35,3	6,1	
Ferroaleaciones.	-	6.028,1	27.537,3	21.292,7	19.747,3	-7,3	5,6	
Artículos para el transporte o envasado, de plástico; taponés, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de...	10.298,6	6.753,8	9.694,3	7.425,3	10.521,1	41,7	3,0	
Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido.	9.866,8	10.526,6	10.408,5	4.576,8	8.963,8	95,9	2,5	
Aceites de coco (de copra), de almendra de palma o de babasú, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin mod...	658,6	1.719,7	7.464,3	7.464,3	6.926,5	-7,2	1,9	
Las demás placas, láminas, hojas y tiras, de plástico.	7.328,1	8.097,8	9.312,8	7.627,5	4.979,6	-34,7	1,4	
Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias; manufacturas moldead...	4.678,0	4.486,7	4.227,4	3.710,4	3.275,6	-11,7	0,9	
Manteca, grasa y aceite de cacao.	5.706,6	825,7	5.835,0	3.295,2	2.423,1	-26,5	0,7	
Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparad...	3.017,5	2.709,8	2.998,7	2.245,0	2.222,0	-1,0	0,6	
Preparaciones capilares.	-	-	1.200,3	615,7	1.945,8	216,0	0,5	
Las demás frutas u otros frutos, frescos.	5.160,7	5.386,7	4.953,3	4.453,6	1.297,7	-70,9	0,4	
<b>Subtotal</b>	<b>380.294,0</b>	<b>345.042,3</b>	<b>412.900,0</b>	<b>324.289,2</b>	<b>335.608,4</b>	<b>3,5</b>	<b>94,4</b>	
<b>Participación %</b>	<b>79,9%</b>	<b>72,9%</b>	<b>91,9%</b>	<b>91,8%</b>	<b>94,4%</b>			
<b>Total exportado a Alemania</b>	<b>475.869,0</b>	<b>473.225,6</b>	<b>449.453,3</b>	<b>353.080,6</b>	<b>355.359,7</b>	<b>0,6</b>	<b>100,0</b>	

Fuente. DANE-DIAN, 2019.

Figura 9.  
Principales productos importados por Colombia desde Alemania

Descriptiva *	Miles de USD CIF						Var % 2019/2018	Part. % 2019
	2016	2017	2018	enero-septiembre				
				2018	2019			
Medicamentos (excepto los productos de las partidas 30.02, 30.05 ó 30.06) constituidos por productos mezclados...	241.032,8	241.894,4	276.891,1	200.821,2	234.908,5	17,0	14,9	
Las demás aeronaves (por ejemplo: helicópteros, aviones); vehículos espaciales (incluidos los satélites) y sus ve...	41.196,9	131.693,0	278.244,2	191.478,6	132.609,9	-30,7	8,4	
Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas (...	124.618,2	103.774,2	128.023,2	81.719,7	108.376,8	32,6	6,9	
Sangre humana; sangre animal preparada para usos terapéuticos, profilácticos o de diagnóstico; antiseros (sue...	106.906,7	105.347,5	142.310,1	112.326,7	87.837,7	-21,8	5,6	
Compuestos heterocíclicos con heteroátomo(s) de nitrógeno exclusivamente.	23.515,4	30.714,2	42.301,1	37.734,2	35.495,1	-5,9	2,2	
Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los de centellografía y demás ap...	41.455,6	33.565,3	40.647,8	29.520,3	32.543,2	10,2	2,1	
Centrifugadoras, incluidas las secadoras centrifugas; aparatos para filtrar o depurar líquidos o gases.	31.815,9	40.306,2	38.446,7	27.863,6	26.540,8	-4,7	1,7	
Reactivos de diagnóstico o de laboratorio sobre cualquier soporte y reacti-vos de diagnóstico o de laboratorio pre...	29.185,7	30.417,0	34.259,2	23.420,9	21.441,8	-8,5	1,4	
Abonos minerales o químicos potásicos.	24.828,5	18.586,0	20.365,5	14.723,3	19.959,2	35,6	1,3	
Arboles de transmisión (incluidos los de levas y los cigüeñales) y manivelas; cajas de coinetes y coinetes; enca...	18.104,4	21.656,3	19.384,0	14.628,1	18.312,8	25,2	1,2	
Máquinas y aparatos mecánicos con función propia, no expresados ni comprendidos en otra parte de este Capítu...	13.995,3	17.017,5	13.227,0	9.260,7	17.534,4	89,3	1,1	
Las demás placas, láminas, hojas y tiras, de plástico no celular y sin refuerzo, estratificación ni soporte o combina...	20.730,4	19.090,1	22.030,4	16.472,6	16.025,9	-2,7	1,0	
Bombas para líquidos, incluso con dispositivo medidor incorporado; elevadores de líquidos.	11.814,0	15.796,0	13.647,9	10.459,9	14.896,9	42,4	0,9	
Artículos y aparatos de ortopedia, incluidas las fajas y vendajes médico-quirúrgicos y las muletas; tabillitas, férulas...	16.972,3	18.186,4	22.242,3	16.620,1	13.965,1	-16,0	0,9	
Instrumentos y aparatos para análisis físicos o químicos (por ejemplo: polárimetros, refractómetros, espectróme...	13.083,4	11.520,4	16.845,6	12.028,4	13.654,3	13,5	0,9	
<b>Subtotal</b>	<b>759.255,5</b>	<b>839.564,4</b>	<b>1.108.865,9</b>	<b>799.078,2</b>	<b>794.102,5</b>	<b>-0,6</b>	<b>50,2</b>	
<b>Participación %</b>	<b>44,5%</b>	<b>44,8%</b>	<b>51,0%</b>	<b>49,8%</b>	<b>50,2%</b>			
<b>Total importado desde Alemania</b>	<b>1.707.682,4</b>	<b>1.873.997,6</b>	<b>2.173.254,3</b>	<b>1.604.892,7</b>	<b>1.581.074,6</b>	<b>-1,5</b>	<b>100,0</b>	

Fuente. DANE-DIAN, 2019.

**7.1.7.2 Normas Y Requisitos De Exportación.** Importación desde países no miembros de UE:

- Factura: 2 facturas comerciales, firmadas por el transportista, que deberán ir acompañadas en el envío, el número de licencia de importación, y si llegado a ser necesario, se mencionan a los países tanto de la venta y de la producción.
- Licencia de importación: para la importación de mercancías en Alemania está sometido a dos opciones diferentes que son la "Declaración" que es un procedimiento para la importación liberalizada, o el "Procedimiento de Licencia Individual" para productos que estén comprendidos en las restricciones de cuotas.

#### **Notas**

- a) Las agencias federales se encuentran facultadas para otorgar licencias de importación como a la demanda por el destinatario, excepto para los bienes sujetos a la UE-citas. Se recomienda obtener la licencia de importación antes de la salida de las mercancías.
- b) Las importaciones que no exigen una licencia de importación se detallan en la "Lista Libre" apego a la "Aussenwirtschaftsgesetz" (Ley de Comercio Exterior).
- c) No es requerida la licencia de importación para los reemplazos, siempre y cuando la situación haya sido probada.
- d) Toda la información sobre los diferentes requisitos para las licencias de importación se pueden obtener de cualquier departamento de comercio de cualquier embajada o consulado alemán.



- **Certificado de Origen:** Se deben presentar dos ejemplares de la Cámara de Comercio en el país de origen para todos aquellos productos marcados con una "U" en la "lista libre", o si el importador lo exige.
- **Certificado de Circulación:** Solo es necesario para las mercancías que exclusivamente tienen su origen en países que son miembros asociados a la UE. En caso de duda con dicha información se debe consultar en la Cámara de Comercio local o cualquier embajada o consulado alemán.

### Normatividad Fitosanitaria

Alemania aplica la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria NIMF-15 desde el 1 de marzo de 2005. Con el fin de reducir el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias asociadas al embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas.

#### 7.1.8 Mercado Alternativo Estados Unidos

Figura 10.  
Mapa de Estados Unidos.



- **Capital:** Ciudad de Washington

- **Población:** 327.352.000
- **Idioma:**
- **Superficie:** 9.831.510 km<sup>2</sup>
- **Moneda:** dólares USA
- **Religión:** Mayoritariamente cristianismo
- **Pertenece a:** G20, G8, FMI, TLCAN, OTAN, OEA, OCDE, ONU, OSCE

Estados Unidos se ha establecido como la principal economía mundial, generando en el 2019 un PIB de US\$21,4 billones, casi la cuarta parte del PIB mundial y superando por un 51,6% al PIB de China, su PIB per cápita logro la suma de US\$ 65.112 posicionándose como el octavo país más alto en el mundo. Lo que le otorga un alto poder adquisitivo (MINCIT, 2020).

Para Colombia, Estados Unidos es un importante socio estratégico, manteniendo una excelente relación política y comercial, adquiriendo el 37,9% de nuestras exportaciones representando la tercera parte de la oferta exportadora mundial de Colombia.

Los principales productos de importación por parte de Estados Unidos desde Colombia se ubican en el sector primario como: petróleo, carbón, café, banano, flores, por otro lado, los productos que Colombia exporta de Estados Unidos se posicionan en el sector secundario y terciario como: maquinaria, productos derivados del petróleo, productos químicos y vehículos (MINCIT, 2020).

En el 2012 se logró un intercambio comercial de US\$ 35 mil millones correspondiendo US\$ 22 mil millones a exportaciones y US\$13 mil millones a importaciones los principales productos exportados durante el periodo fueron petróleo y sus derivados del petróleo, flores y café; la IED

en Colombia proveniente de Estados Unidos se ha quintuplicado en los últimos diez años, convirtiéndose en el 25,4 % del total de la IED en Colombia.

Para el año 2019 la participación del comercio bilateral entre Colombia y Estados Unidos representó el 87,4% en exportaciones y el 51,4% en importaciones del comercio total entre Colombia y el mundo (MINCIT, 2020).

### 7.1.9 Mercado Contingente Francia

Figura 11.

Mapa de Francia



- **Capital:** París
- **Población:** 67.012.883
- **Idioma:**
- **Superficie:** 549.087 km<sup>2</sup>
- **Moneda:** euro

- **Religión:** Mayoritariamente cristianismo
- **Pertenece a:** CoE, Zona Euro, EEE, G20, G8, FMI, OTAN, OCDE, ONU, OSCE, UE

Según Procolombia Francia se encuentra en el sexto lugar en la economía mundial para el año 2018, siendo la tercera más grande de Europa, quedando atrás de Alemania y Reino Unido. Con un PIB per cápita de US\$42.953, muy cercano al registrado por Reino Unido e Israel. Francia siendo un país desarrollado presenta una estructura económica en donde el sector terciario da un total del 72% en el año 2018. El sector primario alrededor de 2 % y el secundario del 26%.

Francia ocupó el octavo lugar entre las potencias exportadoras e importadoras de bienes y servicios para los años 2017 y 2018, en este último año las exportaciones de bienes ascendieron a US\$568 mil millones e importaciones por US\$658 mil millones conservando un déficit comercial de bienes en crecimiento.

Para Procolombia en cuanto a los servicios de Francia, las ventas alcanzaron los US\$288 mil millones y las compras por un valor de US\$255 mil millones. En general, el comercio exterior representó 63,4% del PIB. Conservando un déficit en cuenta corriente que no superó el 1% del PIB para el año 2018.

Según Procolombia (2018), las principales exportaciones de Colombia hacia a Francia se componen de hidrocarburos naturales y productos de industrias extractivas (Minerales), que suponen el 44,3 % del total (167,7 M€, bajan un 5,1 %), de productos agrícolas y pesqueros (23,8 % del total, manteniéndose en 90 M€) y de otros productos industriales (82,6 M€, un 21,8 % del total, bajan un 1,7 %).

## **7.2 Análisis de la capacidad de producción de licor de cacao en Colombia y Norte de Santander**

Para poder analizar la capacidad de producción de licor de cacao se deben tener presente los siguientes aspectos que durante el proceso puedan tornarse largos, complejo y finalmente de mucha atención para poder obtener como resultado una pasta fina y de alta calidad.

### **7.2.1 La Maduración**

Se debe tener en cuenta que la maduración de este fruto, aunque este en un mismo árbol no se da de manera uniforme, por lo que es conveniente conocer la variedad del cacao puesto que según su variedad pueden mostrar su maduración en tonos amarillos, rojos, amarillo verdoso y algunas veces color dorado.

Figura 12. Imagen del cacao en la finca Bellavista.



Fuente. Elaboración propia del autor

### **7.2.2 Su Recolección**

Normalmente su recolección se hace de manera manual debido a que los frutos o también llamada vainas del cacao maduran de manera desigual, esta tarea debe realizarse con mucha precaución ya que donde se arranca el fruto es donde va a ocurrir su nueva floración.

Figura 13.  
El cacao es una fuente de producción y desarrollo económico



Fuente. Somos Cacao S.A.S

### ***7.2.3 El Fruto Y La Separación Del Grano***

Una vez recolectadas las vainas de cacao se llevan a un lugar seco, limpio y aislado de plagas, donde posteriormente se procede a la separación entre la cascara y el grano, esto se hace dando un pequeño golpe a la vaina quebrándola para así poder extraer los granos y finalmente llevarlos a unos canastos de madera.

Figura 14. Cacao



Fuente. Somos Cacao S.A.S

Figura 15.  
Cacao



Fuente. Somos Cacao S.A.S

Una vez realizado este proceso se da inicio al procesamiento del cacao que consta de fermentación, secado y refinado de las semillas.

#### **7.2.4 Fermentación**

La fermentación del cacao se realiza en cajas de madera después de que se realiza la recolección de los granos, este proceso puede durar de entre tres y cuatro días dependiendo de la clase de cacao que estemos utilizando.

Figura 16.  
Proceso de fertilización



Fuente. Somos Cacao S.A.S

### **7.2.5 Secado**

Después de pasar por los anteriores procesos en un patio de piso limpio y para uso exclusivo de secado, se extienden los granos de cacao quedando expuestos al sol minimizando en un máximo su humedad y de esta manera incrementar su conservación.

Figura 17. Proceso de secado.



Fuente. Somos Cacao S.A.S

### **7.2.6 Refinado De Semillas**



En esta etapa se separa la cascara del grano asegurándose de que el grano quede limpio y posterior a esto tostarlo disminuyendo este proceso sus ácidos.

Figura 18. Proceso de refinado de semillas



Fuente. Somos Cacao S.A.S

Figura 19.  
Proceso de refinado de semillas



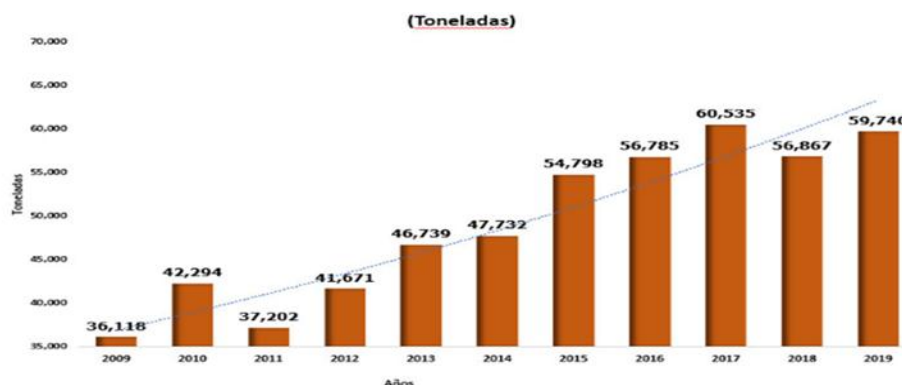
Fuente. Somos Cacao S.A.S

Finalmente se produce su molienda para así obtener el licor de cacao, el cual dependiendo de su prensado podemos conseguir como resultado final manteca de cacao o cacao en polvo.

Ahora, para analizar la capacidad de producción de licor de cacao debemos saber con cuantos kilogramos de granos de cacao se requieren para producir 1kg de licor de cacao para poder

obtener este tipo de respuesta consultamos a la empresa representativa del sector productor y comercial en Norte de Santander, SOMOS CACAO S.A.S y su gerente, la Ing. Erika Sánchez, quien nos comenta que para obtener 1Kg de licor de cacao es necesario y/o se debe prensar o moler 1.3 Kg del mismo, esta disminución se debe al proceso de tritura que se ejerce sobre el grano.

Figura 20.  
Producción promedio de cacao 2009-2019



Fuente. Fedecacao, 2019.

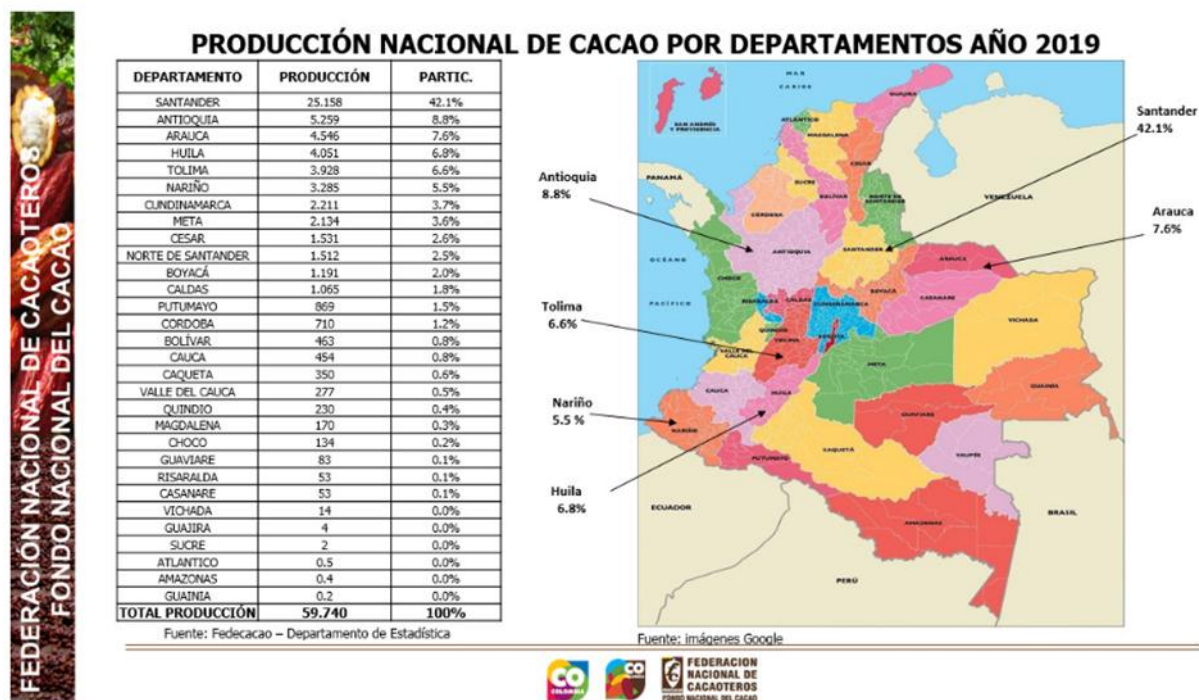
Según la Federación Nacional de Cacaoteros Fedecacao al 2019 Colombia produjo 59'740.000 kg de cacao en grano.

$$59'740.000 \text{ Kg} / 1.3\text{Kg} = 45'953.846 \text{ Kg de Licor de Cacao}$$

Teniendo en cuenta la anterior operación, se puede determinar que Colombia está en capacidad de producir 45'953.846 Kg de Licor de cacao anualmente; cifras que pueden variar dependiendo de la productividad que cada año se presente.

Figura 21.

Producción nacional de cacao por departamentos en el año 2019.



Fuente. Fedecacao, 2019.

$$1'512.000 \text{ Kg} / 1.3 \text{ Kg} = 1'163.076 \text{ Kg de Licor de Cacao}$$

Con respecto a los demás departamentos productores de este fruto, podemos observar que Norte de Santander se encuentra dentro de los 10 primeros y que según estas cifras está en capacidad de producir 1'163.076 Kg de Licor de Cacao.

### 7.3 Estimar Los Costos, Tiempos Y Agentes Que Participarán En La Operación Internacional Dentro Del Desarrollo Del Plan De Internacionalización

Empaque y Embalaje

Las condiciones del empaque se presentan de la siguiente manera

- El licor de cacao luego de estar expuesto a una temperatura de 30 grados centígrados se solidifica, convirtiéndose en pasta de licor de cacao. Por lo cual, es dividido en bolsas de polietileno de un kilo, cuya función es mantener protegido el producto de cualquier posible daño que pueda presentarse en el trayecto de la entrega, y de igual forma no permite la entrada de oxígeno al producto.

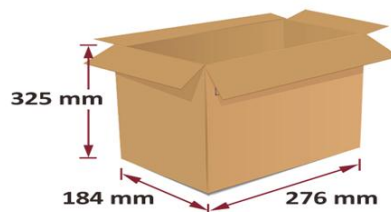
Figura 22.

Pasta licor de cacao



- Las unidades de la pasta de licor de cacao ya empacadas son embaladas en cajas con las siguientes dimensiones (325 mm de alto, 184mm de ancho y 276mm de largo) dentro de cada caja se embalan 22 unidades de pasta de licor de cacao para un total de 22 kg por cada caja.

Figura 23. Caja



- Se procede a embalar el licor de cacao en cajas, para un total de 600 cajas para la exportación, en donde se agruparán dentro de las bodegas de almacenamiento quedando listas para su traslado hacia puerto.
- Posteriormente se procede a embarcar las cajas en su respectivo transporte de carga nacional para ser trasladadas desde la ciudad de Cúcuta hasta ciudad de barranquilla, en donde serán descargadas en el puerto Barranquilla.

Figura 24.  
Transporte.



- Una vez lleguen los camiones con la mercancía al puerto de la ciudad de Barranquilla, se lleva a cabo el procedimiento de aduana y se realiza su respectiva paletización facilitando así su transporte en el contenedor FCL. Así mismo, el Despachador de Aduana genera el ingreso de la mercancía a la zona primaria (terminales de almacenamiento) como

requerimiento previo a la selección aleatoria de la orden de embarque (Reconocimiento Físico o Documentario).

Figura 25.

Paletización



El contenedor que se utilizará para el transporte internacional será un contenedor de 20 pies FCL.

Figura 26.

Contenedor



Cabe resaltar, que el contenedor de 20 pies tiene una capacidad de 28 toneladas (28.000 kg). Por consiguiente, será cargado con 600 cajas que equivalen a 13.200kg (13 toneladas) distribuidas en 10 pallets donde cada uno contendrá 60 cajas dando un total de 1,320 kg por pallet para ser exportados posteriormente hacia el puerto de Hamburgo en Alemania.

### **Medio de transporte**

El medio de transporte principal de esta exportación es el transporte marítimo, Alemania cuenta con una ubicación estratégica y una infraestructura portuaria moderna, con más de 60 puertos y sub-puertos auxiliares, con espacios abiertos para el manejo de carga. Desde Colombia la oferta de servicios de exportación se dirige principalmente a los siguientes puertos: Bremen-Bremerhaven y Hamburgo. Por lo cual, la exportación se realizará en ruta directa desde el puerto de Barranquilla en Colombia hasta el puerto de Hamburgo en Alemania, el trayecto tiene una duración de 16 a 26 días aproximadamente.

Figura 27.

Ruta.



Tabla 5.

Matriz de costos, información básica del producto.

<b>INFORMACION BASICA DEL PRODUCTO</b>	PRODUCTO (NOMBRE TECNICO O COMERCIAL)	Licor de cacao
	POSICION ARANCELARIA (PAIS EXPORTADOR)	18.03.10.00
	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	Pasta de 1 kg de licor de cacao
	EMPAQUE	Bolsas plásticas, cajas por 22 unidades

Tabla 6.

Matriz de costos, información básica del embarque.

<b>INFORMACION BASICA DEL EMBARQUE</b>	ORIGEN	COLOMBIA
	DESTINO	Alemania
	PESO TOTAL KG/TON	13.200 kg
	UNIDADES COMERCIALES	13.200



Figura 28.

Costos en los diferentes incoterms.

<b>EXW CUCUTA</b>			
	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Costo de Mercancía	13.200	US\$13	US\$171.600
Empaque	22kg x cajas, 600 cajas	US\$50	US\$30.000
Embalaje (PALETS)	10	US\$500	US\$5000
Contenedor	1	US\$ 200	US\$200
<b>TOTAL EXW</b>		US\$ 763	US\$ 206.800
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>			US\$ 15,6
<b>FCA CUCUTA- BARRANQUILLA</b>			
Transporte nacional Cúcuta- Barranquilla		US\$585	US\$585
Seguro	0,4% EXW	US\$ 827,2	US\$827,2
<b>TOTAL FCA</b>		US\$ 2.175,2	US\$208.212,2
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>			US\$ 15,8
<b>FAS BARRANQUILLA</b>			
Almacenamiento	5 días	US\$ 382,5	US\$ 382,5
Agente aduanero y documentos		US\$300	US\$300
<b>TOTAL FAS</b>		US\$ 2.857,7	US\$ 208.894,7
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>			US\$ 15,82
<b>FOB BARRANQUILLA</b>			
Manipulación y cargue de mercancía		US\$ 65	US\$65
<b>TOTAL FOB</b>		US\$ 2.922,7	US\$ 208.959,7
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>			US\$ 15,84
<b>CFR- Hamburgo</b>			
Transporte internacional hasta puerto de Hamburgo		US\$650	US\$ 650
<b>TOTAL CFR</b>		US\$ 3.572,7	US\$ 209.609,7
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>			US\$ 15,87
<b>CIF- Hamburgo</b>			
Seguro y flete internacional	0,5% FOB	US\$ 1.043,2	US\$ 1.043,2
<b>TOTAL CIF</b>		US\$ 4.615,9	US\$ 210.652,9
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>			US\$ 16
<b>DPU- Hamburgo</b>			
Descargue y manipulación (Hamburgo)		US\$ 300	US\$ 300
<b>TOTAL DPU</b>		US\$ 4.915,9	US\$ 210.952,9
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>			US\$ 16,02
<b>DAP- Hamburgo</b>			
Deposito		US\$ 208	US\$ 208
Transporte nacional (Alemania)		US\$ 195	US\$ 195
Seguro	0,3% CIF	US\$ 631,9	US\$ 631,9
<b>TOTAL DAP</b>		US\$ 5.950,8	US\$ 211.987,8
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>			US\$ 16,05
<b>DDP- Hamburgo</b>			
Agente aduana		US\$ 200	US\$ 200
Tributos Aduaneros		US\$ 40.024,051	US\$ 40.024,051
<b>TOTAL DDP</b>		US\$ 6.150,8	US\$ 252.211,851
<b>UNIDAD COMERCIAL</b>			US\$ 16,10

El Termino de negociación recomendado para la exportación, es el termino CIF (Cost, Insurance and Freight) que consiste en una compraventa en donde el vendedor entrega la mercancía a

bordo del buque, transmitiendo al comprador el riesgo de pérdida o daño de la mercancía. Sin embargo, él vendedor debe contratar y pagar los costos y el flete internacional mediante una cobertura de seguro mínima (clausula C) que cubra cualquier daño o pérdida de la mercancía durante su transporte a favor del comprador, así como los costos relacionados con su despacho de exportación.

Según el diario del exportador el uso de este término es altamente recomendable ya que los costos son fácilmente controlables e identificables, donde se responsabiliza del control de gran parte de la operación, teniendo así más margen de negociación, el riesgo se transmite en origen y se tiene un mayor control sobre la mercancía, su destino, los plazos y la búsqueda de alternativas de imprevisto. Teniendo en cuenta lo anterior, se utilizó el CIF para establecer las condiciones de compra y venta internacional dado que nos permite tener mayor vigilancia en el despacho de nuestra mercancía proporcionándonos una ventaja en el tiempo de entrega, elevando así nuestro nivel de competitividad frente a otras empresas.

Tabla 7.  
Lead Time

<b>Concepto</b>	<b>Tiempo requerido (días)</b>	<b>Lead time</b>
Embalaje y paletizado de la mercancía	1	1
Transporte Nacional	1	2
Trámite aduanero puerto de embarque	5	7
Diligenciamiento de seguro y flete internacional	1	8
Acondicionamiento del buque	1	9
Transporte internacional Barranquilla –Colombia a Hamburgo-Alemania	26	35

El Lead time descrito en la tabla anterior, data un aproximado de 35 días, cabe resaltar que se pueden presentar contratiempos logísticos en la distribución, y así alterar el tiempo estimado de la exportación.

### **Agentes que Intervienen**

En el proceso de exportación, actúan entidades y agentes que permiten acelerar los trámites y se dividen en dos grupos los agentes directos y los agentes indirectos.

Dentro de los agentes directos podemos encontrar las empresas de transporte local, las empresas de transporte internacional, las empresas encargadas de manipulación y almacenamiento.

Por otro lado, están los agentes indirectos dentro de los cuales tenemos a la agencia de aduana, la dirección de impuestos y aduanas nacionales DIAN, el servicio nacional de aduana de Alemania, y los bancos y compañías de seguro.

## **7.4 Proponer las estrategias de internacionalización para la exportación de licor de cacao de Tibú, Norte de Santander**

El proceso de internacionalización empresarial se puede desarrollar a través de la implementación de diferentes estrategias o métodos en la empresa, entre las más comunes se encuentran: La exportación, la firma de contratos de cooperación (Licencias, franquicias, Joint Ventures) y la inversión extranjera directa (Pérez, 2009).

Con el objeto de llevar a cabo la internacionalización del licor de cacao como se plantea en el presente proyecto, se propone implementar como estrategia de internacionalización la exportación, al ajustarse como la estrategia más utilizada por las empresas que desean iniciar su

vida comercial en el exterior, a la vez que representa un menor riesgo para los empresarios en comparación con el resto de las estrategias.

Una vez definida la estrategia o método que utilizará la empresa para lograr su expansión comercial a futuro, es conveniente proponer una serie de estrategias que permitan que el proceso de exportación del Licor de Cacao hacia un mercado internacional sea exitoso. Para tal propuesta se tomó como referencia el modelo de estrategias de internacionalización expuesto por Larrinaga, O.V. (2008) en la revista internacional de administración y finanzas. Este modelo desglosa la internacionalización empresarial en diferentes ámbitos estratégicos, sin embargo, para este caso se seleccionó únicamente aquellos que son aplicables o encaminados a la exportación como estrategia de internacionalización.

#### ***7.4.1 Estrategia De Localización***

**Objetivo:** Definir a qué mercado debe acceder la empresa teniendo en cuenta las ventajas de localización.

**Orientar la oferta exportable del producto hacia un mercado objetivo, dentro del cual se hayan identificado con anterioridad oportunidades potenciales para la comercialización de este.**

En este caso se recomienda como mercado objetivo Alemania ya que, a través de la implementación de la matriz de selección de mercados, este país obtuvo una ventaja en la mayoría de las variables analizadas lo cual puede conducir a la introducción exitosa del producto en este mercado en comparación con el resto de los países analizados.

**Identificar un segmento de mercado dentro del mercado objetivo con base a factores como: posibles compradores y tendencias de los productores de confite.**

Al momento de materializar el proyecto se recomienda realizar un estudio de mercado con datos actualizados de compradores de dicha materia prima para elaboración de productos de confitería o laboratorios dermatológicos.

#### ***7.4.2 Estrategia De Entrada Y Permanencia***

**Objetivo:** Definir la manera de cómo acceder o implantarse en el mercado internacional.

**Desarrollar el proceso de exportación a través de modalidad directa, con el fin de que la empresa adquiera experiencia en las operaciones de comercio exterior.**

En este caso se recomienda la venta directa a las empresas manufactureras de confitería ubicadas en el mercado objetivo, siendo la opción de entrada más viable a la hora de materializar dicho proyecto.

**Gestionar alianzas o contactos comerciales con el fin de que se logre una mayor cobertura de la distribución del producto y mayor permanencia en el mercado internacional.**

Para este fin se recomienda asistir a eventos internacionales donde se facilite la negociación con agentes manufactureros en el mercado alemán, con el fin de mantener un contacto constante y directo, principalmente con aquellos especializados en dicho sector; ya que poseen un mayor conocimiento del segmento de mercado seleccionado.

#### ***7.4.3 Estrategia De Convivencia***

**Objetivo:** Determinar con quién va la empresa hacia el mercado internacional (o a través de un acuerdo de cooperación).

Desarrollar el proceso de exportación por cuenta propia sin cooperación con otras empresas, con el objeto de adquirir experiencia en el mismo y no compartir utilidades.

#### ***7.4.4 Estrategia Corporativa***

**Objetivo:** Definir qué se internacionaliza, tomando como base los factores de especialización o diversificación.

**Especializar la oferta exportable de la empresa enfocándose en su producto líder que será el Licor de Cacao.**

Con el presente plan de internacionalización se busca que la empresa se especialice inicialmente en la exportación de un solo producto, en este caso el Licor de Cacao, ya que el cacao colombiano es catalogado como uno de los más dulces y de alta calidad el cual tendrá buena aceptación en el mercado internacional.

#### ***7.4.5 Estrategia De Internacionalización***

**Objetivo:** Definir qué actividad realizada por la empresa se va a internacionalizar.

**Implementar el proceso de internacionalización tomando como base la actividad de producción de licor de cacao.**

En este caso y con miras a la internacionalización de la empresa se selecciona la producción como actividad base para desarrollar el proceso de exportación, en consecuencia, de que esta es la actividad comercial principal a la que se dedica la empresa, en este caso la producción de licor de cacao.

#### ***7.4.6 Estrategia De Secuencia***

**Objetivo:** Definir cuál será el ritmo del proceso de internacionalización.

**Gestionar contratos comerciales con clientes a través de los cuales se garantice la realización de ventas de manera secuencial con una frecuencia bimensual.**

Al realizar un envío comercial bimensual se busca que la empresa productora de Licor de cacao mantenga una presencia constante de su producto en el mercado internacional, de la misma manera que sus ingresos aumenten por dichas ventas.

#### ***7.4.7 Estrategia De Mercadeo-Emprendimiento***

**Objetivo:** establecer si la empresa posee cualidades de mercadeo-emprendimiento.

**Identificar nuevas oportunidades, aplicando técnicas innovadoras de ofrecer el producto–servicio al mercado**

Al analizar la estrategia se evidencia que este proyecto cuenta con producto innovador con valor agregado, por lo cual se puede medir las oportunidades, y convertir aquellas oportunidades en ideas trabajables–mercadeables. Agregándole valor a través del tiempo, esfuerzo y/o habilidades.

Además de las estrategias de internacionalización propuestas anteriormente, se proponen otras estrategias que conduzcan a facilitar el proceso de introducción del producto en mercados internacionales.

Estas estrategias se orientan al proceso de marketing, por lo tanto, se distribuyeron en estrategia de distribución, estrategia de precio y estrategia de promoción.

#### ***7.4.8 Estrategia De Distribución***

En esta estrategia es importante las relaciones comerciales que se llevaran en un futuro con la empresa importadora, permitiendo al productor la oportunidad de ingresar y posicionarse en el mercado alemán, aprovechando la tendencia del país en la elaboración de productos de calidad.

Por consiguiente, la empresa que materialice este proyecto buscara en un mediano plazo incrementar su capacidad exportable, con el objetivo de ampliar la estrategia de distribución y así llegar a más canales que garanticen un mayor posicionamiento del producto.

#### ***7.4.9 Estrategia De Precio***

Dentro de esta estrategia se requiere un estudio de mercado más actualizado al momento en el que se vaya a materializar el proyecto.



Para la empresa, es fundamental una estrategia de precios idónea, donde se ingrese con precios asequibles en comparación con el mercado alemán ya que se pretende competir en calidad y precio.

#### ***7.4.10 Estrategia De Promoción***

La estrategia de promoción para el licor de cacao consiste en la participación de las diferentes ferias de chocolate, dado que estas representan una gran oportunidad a la promoción e incursión de nuevos mercados, extender el conocimiento del producto, posicionar la marca y maximizar las ventas.

**Salón du chocolat** es la feria del chocolate más grande del mundo la cual tiene cita cada año, en el que participan cerca de 280 expositores, entre ellos pasteleros, confiteros y productores de cacao de Francia, Bélgica, Austria, Brasil, Colombia, México, Portugal, etc.) en este se pueden observar diferentes show's como: Pastry Show (demostraciones de recetas), el Cacao Show (espectáculos de productores de cacao), el Chocosphère conferencias y degustaciones.

Figura 29.  
Salon Du Chocolat



## Conclusiones

Después de analizar los retos y oportunidades a través del desarrollo de los objetivos de este proyecto, se pueden concluir aspectos importantes de producir licor de cacao en Tibú Norte de Santander teniendo en cuenta que este, tiene la posibilidad de llevarse a cabo gracias a la implementación de un valor agregado a este producto que es de calidad Premium, los que se caracterizan por tener un fino sabor. Después de realizarse la matriz de preselección de mercados para establecer el país objetivo para lograr un mejor y más fácil acceso del licor de cacao en el mercado internacional, como resultado del análisis realizado anteriormente se designa a Alemania, como el mercado objetivo siendo este el primer país de la Unión Europea y el quinto en el mundo al que Colombia le exporta bienes y servicios, además de que las exigencias de ingreso al mercado italiano son mínimas, ya que son las establecidas por la Unión Europea

En cuanto a la capacidad exportable se puede determinar que Norte de Santander está en capacidad de producir 1'163.076 Kg de Licor de Cacao; cifras que pueden variar dependiendo de la productividad que cada año se presente. Con respecto, al contenedor que se utilizará para el transporte internacional será un contenedor de 20 pies (compartido) FCL. El cual tiene una capacidad de 28 toneladas (28.000 kg). Por consiguiente, será cargado con 600 cajas que equivalen a 13.200kg (13 toneladas) distribuidas en 10 pallets donde cada uno contendrá 60 cajas dando un total de 1,320 kg por pallet para ser exportados posteriormente hacia el puerto de Hamburgo en Alemania.

En cuanto, al medio de transporte principal de esta exportación es el transporte marítimo, Alemania cuenta con una ubicación estratégica infraestructura portuaria moderna, con más de 60 puertos y sub-puertos auxiliares, con espacios abiertos para el manejo de carga. Desde Colombia la oferta de servicios de exportación se dirige principalmente a los siguientes puertos: Bremen-

Bremerhaven y Hamburgo. Por lo cual, la exportación se realizará en ruta directa desde el puerto de Barranquilla en Colombia hasta el puerto de Hamburgo en Alemania, el trayecto tiene una duración de 16 a 26 días aproximadamente. La empresa importadora será considerada como el primer canal de distribución para el producto, el cual se adapta a las necesidades de perfilamiento estratégico comercial para acrecentar las relaciones con el mercado alemán; convirtiendo esta empresa logística en un aliado comercial para conectar con los potenciales clientes que han de requerir el licor de cacao, finalmente se concluye que la distribución física internacional del licor de cacao es viable, ya que esta generado el hábito del consumo, a su vez el precio ingresa al mercado siendo competitivo y gracias a las rutas directas es más rápido el transporte internacional, permitiendo ofrecer un producto con relación calidad - precio atractivo en los diferentes canales de distribución.

### **Recomendaciones**

-Enfocar la comercialización de este producto en los mercados internacionales, teniendo en cuenta que su precio nacional (en grano) está entre los \$7.000 y \$9.000 pesos mientras que el licor de cacao o pasta de cacao en el mercado internacional oscila entre los 12USD y 15USD, siendo este un factor de total aprovechamiento ya que genera una rentabilidad significativa para los productores de este fruto y a su vez mejora la calidad de vida de los habitantes del municipio de Tibú.

- Este fruto debe conservar sus características organolépticas ya que los productos orgánicos son un eje clave para incursionar en los mercados internacionales.

-En el ámbito organizacional solo existen metas intermedias, motivo por el cual deben seguir trabajando continuamente, mejoras constantes, invertir en maquinaria y equipos se necesita de expansión y conocimientos sugeridos a las visitas a ferias, congresos y conferencias que permitan comunicar y hacer llegar información a nuevos clientes potenciales de la calidad de producto que la empresa ofrece.

-Primordial es destacar que existe un control activo y directo en cada uno de los procesos que se pueden analizar de manera sistemática, con la finalidad de poder tener en cuenta los aspectos que se puede realizar a través de los tiempos y tratar de afirmar con claridad lo que se quiere exteriorizar para lograr un cambio en cuanto a las exportaciones a nivel global.

-Como estrategia primordial, la conformación de un centro de transformación del grano de cacao en Tibú, donde se lleve a cabo todo el proceso de conversión del producto, esto con el objetivo de generar empleo y obtención de beneficios tributarios que otorga el Estado a las zonas ZOMAC (Zonas más afectadas por el conflicto).

- Creación de un centro de acopio para la transformación del grano de cacao a Licor de cacao en el municipio de Tibú, departamento de Norte de Santander.

Los centros de acopio cumplen con la función de reunir aquella producción agrícola de los pequeños productores con el fin de que estos productos entren al mercado nacional e internacional para competir en cantidad y en calidad, cuentan con mano de obra, maquinaria y equipo que completan los procesos por los cuales debe supeditar el grano de cacao para obtener el licor o pasta de cacao a fin de que sea exportado, generalmente estos procesos son altamente rigurosos y se debe cumplir con las reglas normativas que cada país establece, procedimiento del paso a paso de un centro de acopio y transformación del licor de cacao:

**Zona de Abastecimiento:** En este lugar se almacenan todos los bultos de cacao en grano que trae cada cacao cultor, seguidamente se pesa el total de su cosecha para tener un reporte de producción de cada finca.



Figura 30. Zona de abastecimiento.  
*Fuente. Agrolava*

**Zona de tostamento:** En estas ollas son tostados los granos de cacao con aire caliente para separar la cascara del grano, aquí también se verifica la calidad del producto y se realizan las respectivas revisiones fitosanitarias.



Figura 31. Zona de tostamento  
Fuente. *Manifiesto cacao*

**Zona de molienda:** Es aquí donde se trilla las semillas hasta quedar líquida donde finalmente se convierte en licor de cacao.



Figura 32. Zona de molienda  
Fuente. *Chocolate andina*

**Zona de empaque:** Por último, se procede a empaquetar cada una de las láminas de licor de cacao que posteriormente serán encajadas y transportadas a su destino.



Figura 33. Zona de empaque.  
Fuente. *Luker cacao*

### Referencias Bibliográficas

Alic. (1997). *Ventaja competitiva*. Obtenido de Ventaja competitiva weebly:

<https://ventajacompetitiva.weebly.com/conceptos-fundamentales.html>

Cásares Hernández, L., Christen, M., Jaramillo Levi, E., Villaseñor, L., & Zamudio R, L. (1995).

Investigación documental. En C. A. Torres, *Metodología de la investigación* (págs. 111-112). Bogotá: PEARSON EDUCACIÓN.

Crespo Carrera, J., & Salvatierra Pérez, P. (enero de 2012). *Nuevos mercados para la*

*exportación del cacao fino de aroma producido en los Cantones Portoviejo y Santa Ana y su incidencia en el desarrollo local*. Obtenido de Nuevos mercados para la exportación del cacao fino de aroma producido en los Cantones Portoviejo y Santa Ana y su incidencia en el desarrollo local:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2352/14/UPS-GT000259.pdf>

Fracica. (1988). Población. En C. A. Torres, *Metodología de la investigación* (pág. 160). Bogotá: PEARSON EDUCACIÓN.

Gordon, W. G. (2010). *Industrialización y comercialización de cacao en el Canton Manta provincia de Manabi*. Obtenido de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6171/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-114.pdf>

Lopez, E. B. (2016). *guía técnica para el cultivo del cacao*. Fedecacao. Fedecacao.

MINCIT (2020). Alemania. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/37b4e8da-9ab3-4222-8e8b-f228929563ae/Alemania.aspx>

MINCIT (2020). Estados Unidos. Obtenido de

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/perfiles-economicos-y->

comerciales/en-este-espacio-encontrara-los-perfiles-economicos/america/america-del-norte/estados-unidos-belice/oe-fp-colombia-y-estados-unidos-07oct2021.pdf.aspx

MINCITV (2020). Francia. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/perfiles-economicos-y-comerciales/en-este-espacio-encontrara-los-perfiles-economicos/europa/paises/francia/oe-perfil-francia-07-05-2021.pdf.aspx>

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2008). Diccionario de la Real Academia Española. *Productividad*.

Porter, M. E. (2008). *Wikipedia*. Obtenido de Análisis Porter de las cinco fuerzas:

[https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis\\_Porter\\_de\\_las\\_cinco\\_fuerzas](https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas)

Quintero, J. A. (2012). *Estabilidad y actividad antioxidante de catequinas presentes en cacao colombianos durante los procesos de pre e industrialización*. Obtenido de Estabilidad y actividad antioxidante de catequinas presentes en cacao colombianos durante los procesos de pre e industrialización:

<http://tesis.udea.edu.co/bitstream/10495/1621/1/TESIS%20Jorge%20Andres%20Gil%20FINAL.pdf>

Quintero, M. L. (2014). *Udes*. Obtenido de Biblioteca: <http://catalogo.udes.edu.co/>

Ricardo, D. (1817). <http://bazar.ufm.edu/>. Obtenido de <http://bazar.ufm.edu/>:

<http://bazar.ufm.edu/el-principal-aporte-de-david-ricardo-la-ley-de-las-ventajas-comparativas-o-no-era-de-ricardo/>

Rosas, M. A. (2012). *Caracterización de la cadena de abastecimiento y la cadena de valor del cacao en Colombia*. Obtenido de Caracterización de la cadena de abastecimiento y la cadena de valor del cacao en Colombia:



<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/13670/PerdomoRosasMariaAlejandra2012.pdf?sequence=1>

Salkind. (1998). Investigación descriptiva. En C. A. Torres, *Metodología de la investigación* (pág. 113). Bogotá: PEARSON EDUCACIÓN.

Sardinata, A. d. (04 de mayo de 2012). *Sardinata-NortedeSantander*. Obtenido de Sardinata-nortedesantander.gov.co: [http://sardinata-nortedesantander.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://sardinata-nortedesantander.gov.co/informacion_general.shtml)

Sierra, D. C. (2016). *EL CACAO COMO PRODUCTO LIDER EN LA SUSTITUCION DE CULTIVOS*. Obtenido de EL CACAO COMO PRODUCTO LIDER EN LA SUSTITUCION DE CULTIVOS:

<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/15777/3/SierraPe%CC%81rezDianaCamila2016.pdf>

Tibu, A. d. (03 de septiembre de 2013). *tibu-nortedesantander*. Obtenido de tibu-nortedesantander.gov.co: [http://tibu-nortedesantander.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://tibu-nortedesantander.gov.co/informacion_general.shtml)

Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá, Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.

Trademap (2020). Estadísticas comerciales Alemania. Obtenido de

[https://www.trademap.org/Product\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c276%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c%7c1](https://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c276%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c%7c1)

Trademap (2020). Estadísticas comerciales Estados Unidos. Obtenido de

[https://www.trademap.org/Product\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c842%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c842%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1)

Trademap (2020). Estadísticas comerciales Francia. Obtenido de

[https://www.trademap.org/Product\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c251%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Product_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c251%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c1%7c1%7c1%7c1)

Valderrama, E. J. (19 de octubre de 2015). *Ufps*. Obtenido de Biblioteca Ufps:

<http://alejandria.ufps.edu.co/descargas/tesis/1260307.pdf>

Vásquez Barajas, E. F., & Lázaro Pacheco, J. M. (06 de Mayo de 2016). *Ufps*. Obtenido de

Biblioteca ufps: <http://alejandria.ufps.edu.co/descargas/tesis/1260387.pdf>

Ventura, S. (2011). *Gestión*. Obtenido de Gestion.org: [https://www.gestion.org/estrategia-](https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/)

[empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/](https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/)