

PLAN DE EXPORTACIÓN DE CACAO DESDE EL MUNICIPIO DE PAUNA BOYACÁ
HACIA EL MERCADO NEW ORLEANS ESTADOS UNIDOS

PRESENTADO POR:

ERIKA TATIANA PUENTES ALBARRACIN

YENIFER VARGAS ROJAS

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
TUNJA
2023

PLAN DE EXPORTACIÓN DE CACAO DESDE EL MUNICIPIO DE PAUNA BOYACÁ
HACIA EL MERCADO NEW ORLEANS ESTADOS UNIDOS

PRESENTADO POR:

ERIKA TATIANA PUENTES ALBARRACIN

YENIFER VARGAS ROJAS

PRESENTADO A:

RICARDO AGUSTO CARREÑO ESTUPIÑAN

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
TUNJA
2023

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
1. ESTUDIOS PRELIMINARES	12
1.1. ESTADO DEL ARTE	12
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.3. JUSTIFICACIÓN	15
1.4. OBJETIVOS	16
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	16
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
1.5. MARCO CONCEPTUAL	17
1.6. MARCO TEORICO	17
2. METODOLOGIA	19
2.1. Fuentes de información	19
2.2. Población muestra.	19
2.3. Técnicas e instrumentos para recolectar la información	20
3. ESTUDIO DE MERCADO	22
3.1. ANÁLISIS DE LOS ANTECEDENTES	22
3.1.1. PRODUCTO: Cacao en grano	22
3.1.2. ANALISIS DE LA DEMANDA	25
3.1.3. CARACTERISTAS DEL CONSUMIDOR	32
3.1.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA	33
3.1.5. ANALISIS DE PRECIO	36
3.1.6. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN	37
3.2. PROYECCIONES DE MERCADO	41
3.2.1. Proyección de la Demanda	41
3.2.2. Proyección de la Oferta	41
3.2.3. Proyección de Precios	43
4. ESTUDIO TÉCNICO	43
4.1. Localización	43
4.1.1. Macro localización en Origen	43
4.1.2. Microlocalización en Origen	45
4.1.3. Macrolocalización en Destino	46
4.1.4. Microlocalización en Destino	48

4.2. Ingeniería del proyecto	50
4.1.1. Proceso de exportación pasos a seguir	50
4.2.1. Logística	51
5. ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS	55
5.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	55
5.2. PLANEACION ESTRATEGICA	55
6. ESTUDIO LEGAL	55
6.1 . Tipo de empresa a crear o reestructurar	55
Requisitos legales de constitución de la empresa	56
6.3. Normatividad.....	57
6.3.1. Requisitos en origen	57
6.3.2. Requisitos en destino	58
7. ESTUDIO FINANCIERO	59
7.1. INVERSIONES Y FUENTES DE FINANCIACIÓN (BALANCE PRE OPERATIVO) ..	59
7.2. PRESUPUESTOS DE INGRESOS, COSTOS, GASTOS.....	60
7.3. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS UNITARIOS DE EXPORTACIÓN O IMPORTACIÓN.....	63
7.4. ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO	64
7.5. FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO.....	65
7.6. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	66
7.7. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	68
8. EVALUACIÓN FINANCIERA	70
8.1. VALOR PRESENTE NETO – VPN	70
8.1.1. VALOR PRESENTE NETO (VPN) SIN FINANCIAMIENTO	71
8.2. TASA INTERNA DE RETORNO –TIR	72
8.2.1. Tasa Interna De Retorno (TIR) Con Financiamiento.....	72
8.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR) Sin Financiamiento	72
8.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN – PRI	73
8.3.1. Periodo De Recuperación De La Inversión (PRI) Sin Financiamiento	73
8.3.2. Periodo De Recuperación De La Inversión (PRI) Con Financiamiento	73
8.4. LA RAZÓN INGRESO A LA INVERSIÓN.....	74
8.4.1. La Razón Ingreso A La Inversión Con Financiamiento	74
8.4.2. La Razón Ingreso A La Inversión Sin Financiamiento.....	75

8.5. RELACIÓN COSTO – BENEFICIO	75
8.5.1. Relación Costo Beneficio Con Financiamiento	75
8.5.2. Relación Costo Beneficio Sin Financiamiento	76
8.6. Análisis De Sensibilidad	76
8.7. ANÁLISIS DE RIESGO	78
9. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL	79
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Ficha técnica	24
Tabla 2: Principales Países Importadores a Nivel Mundial	25
Tabla 3: Principales Países Importadores de Colombia	26
Tabla 4: MATRIZ SELECCIÓN DE MERCADO	26
Tabla 5: Principales países Exportadores de cacao a nivel mundial	33
Tabla 6: TABLA DE PRECIOS PARA CACAO INTERNACIONALES	36
Tabla 7: precio empresa kakaoteros	36
Tabla 8: Proyección De La Demanda Potencial	41
Tabla 9: Proyección de la oferta	41
Tabla 10: Proyecciones de la demanda potencia y dirigida	42
Tabla 11: Proyección de precios nacionales e internacionales.....	43
Tabla 12: Cuantificación De Factores Para La Micro Localización País Destino.....	48
Tabla 13: Proceso de Exportación.....	50
Tabla 14: Inversiones	59
Tabla 15: Presupuesto de gastos operacionales de administración	60
Tabla 16: Presupuesto mensual de gastos.....	61
Tabla 17: Presupuesto de gastos operacionales	61
Tabla 18: Sueldo personal de ventas	62
Tabla 19: Presupuesto de costos de ventas	63
Tabla 20: estado de pérdidas y ganancias.....	64
Tabla 21: Flujo de fondos sin financiamiento	65
Tabla 22: Flujo de fondos con financiamiento	66
Tabla 23: Análisis punto de equilibrio	68
Tabla 24: Valor Presente Neto.....	70
Tabla 25: Flujo de fondos neto sin financiamiento	71
Tabla 26: Flujo de fondos neto con financiamiento TIR	72
Tabla 27: Flujo de fondos netos sin financiamiento TIR	72
Tabla 28: Flujo de fondos sin financiamiento PRI.....	73
Tabla 29: Flujo de fondos neto con financiamiento PRI.....	73
Tabla 30: Inversión del proyecto con financiamiento	74
Tabla 31: Razón beneficio costo proyecto con financiamiento.....	75
Tabla 32: Razón beneficio costo proyecto sin financiamiento	76
Tabla 33: Análisis de sensibilidad	76
Tabla 34: Análisis de riesgo	78

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: PARTIDA ARANCELARIA	24
Ilustración 2: Principales departamentos exportadores de cacao.....	35
Ilustración 3: canal de distribución directo o tipo A	37
Ilustración 4: Canal minorista o tipo B	38
Ilustración 5: Canal Mayorista o tipo C	38
Ilustración 6: Canal Agente/Intermediario o tipo D	39
Ilustración 7: Macrolocalización en origen.....	44
Ilustración 8: Microlocalización en Origen	46
Ilustración 9: población Luciana.....	47
Ilustración 10: Microlocalización en Destino	50
Ilustración 11: Envase.....	52
Ilustración 12: Empaque y Embalaje	54
Ilustración 13: unitarización de la carga.....	54
Ilustración 14: Organigrama de la empresa	55
Ilustración 15: Análisis punto de equilibrio.....	70

RESUMEN

El presente proyecto es una investigación que pretende brindar una herramienta desde la academia para la empresa Kakaoteros de Pauna Boyacá en su proceso de internacionalización del cacao. Para esto se desarrolló un estudio de mercado en el cual se realiza una búsqueda y análisis de datos relacionados con la oferta y la demanda de este producto, con el fin de poder establecer un país objetivo para realizar la exportación, además se presenta un análisis y proyección de los precios tanto nacionales e internacionales. De igual manera, se realizó una investigación referente a la macro y Microlocalización en la que se desarrollaría el proyecto. Finalmente se hizo un estudio administrativo, legal y financiero que determinara la viabilidad del proyecto.

De esta manera, se determinó que el país objetivo sería los Estados Unidos y la ciudad de New Orleans y analizados los datos financieros se pudo determinar que el proyecto tiene una alta viabilidad y que la empresa tiene grandes oportunidades en el mercado internacional.

ABSTRAC

This project is a research that aims to provide a tool from academia for the company Kakaoteros de Pauna Boyacá in its cocoa internationalization process. For this, a market study was developed in which a search and analysis of data related to the supply and demand of this product is carried out, in order to establish a target country to carry out the export, in addition an analysis and of projection prices, both national and international. Likewise, an investigation was carried out regarding the macro and microlocation in which the project would be developed. Finally, an administrative, legal and financial study was carried out to determine the viability of the project.

In this way, it is determined that the target country will be the United States and the city of New Orleans and, after analyzing the financial data, it was determined that the project has high viability and that the company has great opportunities in the international market.

INTRODUCCIÓN

El cacao es un producto que presenta un crecimiento en la demanda internacional, esto de la mano del aumento de consumo de chocolate en el mundo. Es así que se abren grandes oportunidades para todos los productores de este bien que se cultiva principalmente en África y gran parte de Sudamérica.

Por su parte el cacao para Colombia se esta convirtiendo en bien de gran importancia dado que es uno de los factores fundamentales en los procesos de sustitución de cultivos ilícitos y por ende se hace la nueva fuente de sustento para muchas familias colombianas. De igual forma la diversidad de climas que se presentan en el país permite que muchas regiones estén aumentando sus cultivos de cacao y que una gran cantidad de empresas se dediquen a la comercialización de este producto, tal es el caso de la empresa Kakaoteros quienes se ubican en el departamento de Boyacá, más específicamente en el municipio de Pauna y quienes se dedican a la compra y venta de cacao y sus derivados.

Es así, que la empresa Kakaoteros consiente de la importancia de la internacionalización y en la búsqueda de expandir sus fronteras comerciales pretende realizar una exportación de cacao como uno de sus productos más fuertes y con gran aceptación en el mercado internacional. De este modo es que se genera el presente proyecto, como una herramienta que puede servir como una hoja de ruta en la cual se presenta un estudio de mercado en el cual se determina cual es el mercado objetivo, se estudie la oferta y la demanda y se tenga una visión sobre las proyecciones del mercado. De igual manera, se determina cuales son los mejores destinos para la comercialización del producto, así como sus costos y sus beneficios financieros

Finalmente se realizan las conclusiones del proyecto en las cuales se pueden determinar que el mejor mercado para el cacao de la empresa Kacoteros en New Orleans en Estados Unidos y

que existe una gran viabilidad desde lo financiero y desde la demanda para la realización del proyecto.

1. ESTUDIOS PRELIMINARES

1.1. ESTADO DEL ARTE

- Londoño, Ortega, González, Osorio, (2015), “Análisis de potencialidades para la exportación de cacao en grano a EE. UU”, Señalan que el potencial para la exportación de cacao en grano a los EE. UU es alto, lo cual de antemano nos brinda una perspectiva acerca del comportamiento, relación y dificultades que tiene el sector cacaotero colombiano para ingresar a ese mercado. Lo anterior nos permite conocer los diferentes obstáculos que en la actualidad le impiden al cacao en grano ser comercializado en el mercado americano, lo que a su vez brinda soluciones para mejorar la comercialización y aprovechar los recursos potenciales de Colombia para la exportación del cacao en grano.
- Uribe, Acosta, Castaño, Sánchez, (2016), “Prefactibilidad de exportación de cacao a través del Fondo de Capital Privado”, de acuerdo a esta investigación exportar cacao por medio de un fondo de capital privado el cual brinda el servicio de la financiación de todo el proceso para su comercialización y exportación, ofrece ventajas como el reconocimiento de la marca y la consolidación de clientes potenciales. Mediante un fondo de capital privado se puede aplicar una estrategia de exportación alternativa en caso de que los recursos para la misma sean limitados o escasos ya que estas cuentan con los medios necesarios para la producción y exportación del cacao con lo que se aumenta la utilidad en el precio de este, y se implementa un medio diferente al comúnmente utilizado para la exportación aprovechando esta herramienta y los beneficios con el fin de dar a conocer el producto en el mercado mundial.
- Fonseca, (2018), “Oportunidades comerciales para el sector colombiano del cacao y sus derivados en el marco de la Alianza del Pacífico”, Según la investigación resalta que las

oportunidades para Colombia están en el afianzamiento de ser proveedor de derivados del cacao, así como impulsar la venta de chocolates o preparaciones que contengan cacao, eso en cuanto a la parte comercial. Además, Colombia puede aprovechar la experiencia de Perú en ese sector, tanto en productividad, como un proyecto de sustitución de cultivos, a través del intercambio de factores productivos o proyectos colaborativos para fortalecer el sector cacaotero.

- Amado, (2021), “Propuesta para el mejoramiento de los procesos logísticos en el cultivo e industrialización del cacao de la asociación cacaotera “PROASOAGRO” en el municipio de Nilo, Cundinamarca.”, De acuerdo con Amado, uno de los procesos logísticos de mayor importancia que tiene mayor consecuencia en la cadena del cultivo del cacao es el transporte y planeación de las rutas desde el origen de carga hasta la distribución nacional, repercutiendo a nivel internacional, por tal razón, se menciona que el transporte hacia los puntos de comercialización es deficiente. Además, describe el proceso de producción del cacao desde la siembra hasta el proceso de industrialización. Cabe resaltar que, se realiza un análisis comparativo de las buenas prácticas agrícolas de la federación nacional de cacaoteros y la finca piloto “los malachos”.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cacao en Colombia es un fruto de un árbol llamado Cacaotero es reconocido como ‘Cacao Fino de Aroma’ debido a sus cualidades únicas. Los consumidores buscan cada vez más productos de origen sostenible y con sabores diferenciados. Se puede evidenciar que a nivel internacional existe una grande demanda ya que según (trademap, 2023) el valor importado para el año 2022 nivel mundial se situó en USD 8.957.845. Siendo países bajo Alemania malasia y EE.UU. los principales importadores. Esto demuestra la gran aceptación que tiene este tipo de productos en el mercado internacional. Por su parte Colombia produce al año 2022 62.158 toneladas según (swissinfo.ch, 2023)

El municipio de Pauna, en Boyacá, se destaca por la producción de cacao de alta calidad, sin embargo, la exportación de este producto enfrenta diversas barreras que limitan su expansión en el mercado internacional. Por lo tanto, es necesario identificar las barreras y oportunidades que enfrenta la exportación de cacao en el municipio de Pauna, Boyacá.

Aunque la exportación de cacao ha generado beneficios para la región, es importante garantizar que estos beneficios sean sostenibles en el tiempo y no afecten negativamente el medio ambiente ni la calidad de vida de las comunidades locales. Por otro lado, se debe especial importancia a la distribución equitativa de los beneficios entre los productores y las empresas exportadoras, esto para evitar una práctica injusta que perjudique a los productores y la economía general.

Por otra parte, el desconocimiento de los procesos para ingresar a los mercados internacionales, genera dificultades para los productores locales que no tienen los reconocimientos para posicionar su producto en el exterior como es el caso de la empresa kakaoteros.

Formulación del problema: ¿Cuáles son los procesos que requiere la empresa kakaoteros para realizar un plan de exportación de cacao de Pauna Boyacá hacia el mercado internacional?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El proyecto de exportación de cacao de la empresa kakaoteros de Pauna, Boyacá, se basa en el reconocimiento de la calidad y potencial productivo del cacao cultivado en esta región, así como en la creciente demanda de cacao de origen y productos premium en el mercado internacional. Martínez, en su artículo, destaca la calidad del cacao producido en Pauna y resalta el potencial de exportación que tiene la región. Su investigación analiza el mercado internacional de cacao de calidad y presenta evidencia sobre la demanda creciente de productos premium, brindando respaldo académico a la justificación del proyecto. (j.f, 2020).

El artículo de Gómez proporciona un análisis económico detallado sobre la viabilidad de la exportación de cacao en Pauna. El autor examina factores como los costos de producción, la rentabilidad y los precios internacionales del cacao, respaldando la importancia económica y comercial del proyecto de exportación. (L.M, 2018). Martínez y Gómez (2020), brindan respaldo académico y análisis especializados que justifican la implementación de un proyecto de exportación de cacao en Pauna, Boyacá. Sus investigaciones se centran en la calidad del cacao producido en la región, las oportunidades en el mercado internacional y la viabilidad económica de la exportación.

En el municipio de Pauna, Boyacá, se destaca por ser una región con condiciones geográficas y climáticas favorables para el cultivo de cacao de alta calidad. El cacao producido en Pauna posee características organolépticas únicas, como un sabor y aroma distintivos, lo que lo convierte en un producto diferenciado en el mercado internacional. Esta calidad del cacao de

Pauna representa una ventaja competitiva para la exportación, ya que puede satisfacer la creciente demanda de productos de origen y Premium.

Así mismo, es importante resaltar el acceso a acuerdos comerciales, debido a que en Colombia se han firmado diversos acuerdos comerciales con diferentes países, lo que brinda oportunidades para la exportación de cacao desde Pauna y para la empresa kakaoteros. Estos acuerdos permiten reducir barreras arancelarias y facilitar el acceso a mercados internacionales. La exportación de cacao desde Pauna puede beneficiarse de estos acuerdos comerciales, aumentando su competitividad y rentabilidad.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

- Determinar la viabilidad de mercados para la exportación del cacao boyacense hacia el mercado estadounidense.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el estudio de mercado para la exportación de cacao
- Estudio técnico
- Estudio Administrativo
- Estudio Legal
- Estudio Financiero
- Evaluación Financiera
- Impacto social y ambiental

1.5. MARCO CONCEPTUAL

EXPORTACIÓN: Es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional hacia otro país o el ingreso de mercancías del territorio aduanero nacional a una zona franca.

MERCADO INTRNACIONAL: Son los espacios en los que se llevan a cabo operaciones financieras entre países, específicamente la compra y venta de bienes, así como también el intercambio de diversos tipos de servicios a cambio de una remuneración económica a nivel mundial.

NEGOCIOS INTERNACIONALES: se refiere a la transacción que realiza dos o más países para satisfacer las necesidades de los clientes.

PRODUCCIÓN: es el proceso que se desarrolla en el tiempo para la fabricación de un bien.

TECNOLOGÍA: es el conjunto de herramientas y conocimiento para generar valor agregado al cliente final o al producto.

1.6. MARCO TEORICO

Modelo Heckscher-Ohlin: Los países se especializan en la exportación de los bienes cuya producción es intensiva en el factor en el que el país es abundante.

La Teoría De La Ventaja Absoluta: fue proclamada por Adam Smith en el siglo XVIII en su famoso libro La riqueza de las naciones, donde establece los cimientos del beneficio del comercio entre los países. Sostiene que un país poseerá una ventaja sobre otro en el momento de producir un producto si este es más eficiente y necesita menos recursos por unidad para su producción que el otro país. En este sentido, un país exportará (importará) aquellos bienes en los que se tenga ventaja (desventaja) absoluta de costes respecto a otro país.

Ventaja Comparativa: David Ricardo, su principal exponente, conduce la teoría de Adam Smith un paso adelante al considerar lo que podría suceder cuando un país tiene una ventaja absoluta en

la producción de todas las mercancías. Con base en esta teoría, Ricardo establece que un país debe especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente y adquirir de otros países aquellos que produzca de manera menos eficiente, incluso cuando, en ocasiones, esto represente adquirir bienes extranjeros cuya producción nacional pudiese ser más eficiente.

2. METODOLOGIA

El presente estudio se realiza con base en la búsqueda y análisis de información contenida en estudios de mercado, estudios técnicos, administrativos, jurídicos y económicos financieros, que ayudarán a determinar la viabilidad del proyecto.

2.1. Fuentes de información

En este estudio, utilizando de igual manera software y plataformas de información, se utilizaron fuentes primarias de información, como la brindada por la empresa kakaoteros, así como fuentes secundarias de literatura de la Universidad Antonio Nariño y otras universidades nacionales e internacionales. Apoya el comercio internacional como la DIAN, TradeMap y finalmente artículos académicos que brindan un panorama claro del estado actual de la industria uniforme.

Es un trabajo que se realiza en forma de transacciones de investigación descriptiva no experimental, ya que tiene como objetivo observar fenómenos que ocurren en contextos reales, medir, analizar y evaluar diversos aspectos y variables en un momento determinado del presente. Este enfoque de investigación permite organizar la información recopilada e implementar diversas técnicas de acuerdo con el programa lógico para realizar el análisis adecuado.

2.2. Población muestra.

En este tipo de estudios, estadísticamente hablando, el método de investigación que utilizamos es el muestreo, en este caso exportaciones, para analizar el producto que queremos exportar, en este caso cacao, entre otros. También deberían comprobarse los indicadores financieros implicados. Entre pauna y el mercado internacional

En este caso se tendrá en cuenta la muestra, especialmente las actividades de importación y exportación, que son importantes para el desarrollo de este proyecto y las ideas iniciales, a partir

de las cuales sacaremos conclusiones positivas o negativas en función de: obtenidas durante el análisis.

2.3. Técnicas e instrumentos para recolectar la información

En la fase de análisis de la información se utilizan diversas herramientas como: clasificar, analizar, sistematizar, codificar y documentar la información relacionada con el estudio, tratando de formular estrategias adecuadas para llevar a cabo el proceso de internacionalización en beneficio de la empresa objetivo.

2.4. Técnicas e instrumentos para analizar la información

La obtención de datos primarios de investigación es una herramienta informativa para hacer posibles hipótesis o conclusiones sobre la pregunta de investigación. Este proyecto utilizará una matriz, fórmulas financieras y estrategias o teorías confiables para analizar la información, que en última instancia pueden verificar la exactitud de las conclusiones y determinar la viabilidad del desarrollo del proyecto.

2.5. Fuentes de información

Respecto a las fuentes de información secundaria, haremos un uso adecuado de la información en línea para facilitar la localización e identificación de documentos oficiales, listas de referencias y páginas autorizadas.

2.6. Definición y justificación del tipo de estudio

Se realizará una investigación analítica, que es el proceso de descomponer el todo en sus elementos esenciales, es decir, de lo general a lo específico. La investigación analítica tiene como objetivo comprender los fenómenos describiendo y midiendo las relaciones de causa y efecto entre ellos y, por lo tanto, cae dentro del dominio de la investigación de mercado. El método implica el

uso de la experiencia directa (como lo sugiere el empirismo) para obtener evidencia para probar o confirmar conclusiones a través de mecanismos comprobables como la estadística, la observación de fenómenos o la replicación experimental.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANÁLISIS DE LOS ANTECEDENTES

3.1.1. PRODUCTO: Cacao en grano

- DESCRIPCION: El cacao es un árbol originario de Estados Unidos que produce el fruto del mismo nombre, el cual se utiliza como ingrediente alimentario, especialmente del chocolate. Se utilizó en la época maya, azteca e inca y desde entonces se ha utilizado con fines nutricionales y medicinales. El cacao contiene cantidades importantes de grasas (especialmente grasas saturadas y en menor medida grasas monoinsaturadas y poliinsaturadas), hidratos de carbono y proteínas, pero también contiene magnesio, fósforo, potasio, teobromina, cafeína, antioxidantes y agua, etc. El cacao también se caracteriza por un alto consumo de energía, por lo que suele ser adecuado para quienes realizan actividad física o entrenamiento físico intenso.
- USOS

➤ Como Alimento

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

➤ Como remedio medicinal

Según el **Consejo Europeo de Información sobre la Alimentación** (Eufic), desde su descubrimiento se han desarrollado más de **cien usos medicinales del cacao**. Los tratamientos que

utilizan los recursos del árbol del cacao sirven para curar o aliviar el cansancio, la delgadez extrema, la fiebre, los problemas cardíacos, la anemia o los problemas renales e intestinales.

➤ **Como cosmético**

La manteca de cacao también se puede usar como un cosmético que sirve para tratar ciertos problemas de la piel como pueden ser las **arrugas**, las **estrías** o incluso para el **cabello**.

• **BENEFICIOS**

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

Los flavonoides aportan además beneficios al sistema cerebral, mejorando la memoria y otros procesos cognitivos. El estudio *Enhancing dentate gyrus function with dietary flavanols improves cognition in older adults* publicado por la revista *Nature Neuroscience* ofreció a un grupo de hombres de mediana edad chocolate enriquecido con flavonoides durante tres meses para comprobar sus efectos. Los resultados mostraron que la capacidad para recordar de los participantes en el ensayo había mejorado de manera significativa.

El cacao y el chocolate además favorecen la producción de endorfinas, lo que produce un mejor estado de ánimo que permite combatir el estrés físico o mental. Otros elementos como el triptófano o la feniletilamina también contribuyen a un estado anímico más positivo.

3.1.1.1. NOMENCLATURA ARANCELARIA: 18.01.00

DESCRIPCION: Cacao y sus preparaciones Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado. - Tostado

Ilustración 1: PARTIDA ARANCELARIA

Perfil de la mercancía						
DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	1801.00.20.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Cacao y sus preparaciones Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado. - Tostado			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

Fuente: (DIAN, 2023)

3.1.1.2. Ficha Técnica

Tabla 1: Ficha técnica

4. FICHA TECNICA	
NOMBRE	Cacao en grano
DESCRIPCION	
Variedad	Granos secos enteros, tipo exportación
Origen	Convencional - Pauna - Boyacá – Colombia
Marca distintiva	Kakaoteros
CARACTERISTICAS	
Color	Café
Olor	Típico del cacao
Sabor	No posee sabor y aromas extraños
EMPAQUE	
Saco de yute de primer uso limpio peso por saco 50 kilos	
Cualquier otro tipo de envase que el cliente requiera será analizado.	
PRODUCCION	



Ser realizará e n lugares frescos, secos, ventilados, bajo techo, y en plataformas de madera, vida útil 2 años	
DISPONIBILIDAD	
Todo el año	

Fuente: Elaboración propia

3.1.2. ANALISIS DE LA DEMANDA

Tabla 2: Principales Países Importadores a Nivel Mundial

Importadores	Seleccione sus indicadores					
	Valor importado en 2022 (miles de USD)	Cantidad importada en 2022	Unidad de cantidad	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2018-2022 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2018-2022 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2021-2022 (%)
Mundo	8957845	0	No medida	0	-2	-16
Países Bajos	1540198	688137	Toneladas	-10	-12	-21
Alemania	1180327	472926	Toneladas	1	0	-5
Malasia	1069971	459400	Toneladas	10	9	-12
Estados Unidos de América	942935	343802	Toneladas	2	-1	-28
Bélgica	865400	329012	Toneladas	11	9	-13
Indonesia	547289	239152	Toneladas	1	0	-11
Francia	456869	169456	Toneladas	3	2	-5
Canadá	336155	134797	Toneladas	13	10	2
Italia	282900	100920	Toneladas	5	1	-17
Singapur	234761	0	No medida	4		-11
España	225360	92815	Toneladas	1	-2	-17

Fuente: (TradeMap, 2023)

Según trade map se puede evidenciar que a nivel mundial para el año 2022 el principal país importador es Países Bajos con un total de 688.137 toneladas, seguido de Alemania, malasia y estados unidos.

Tabla 3: Principales Países Importadores de Colombia

Importadores	Seleccione sus indicadores					
	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2022	Unidad de medida	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportada entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2021-2022 (% p.a.)
Mundo	15647	6044	Toneladas	1	-1	-48
México	7108	3124	Toneladas	15	15	-61
Bélgica	4454	1652	Toneladas	43	42	-13
Estados Unidos de América	788	217	Toneladas	-16	-14	-31
Estonia	593	250	Toneladas	198	50	-74
Argentina	529	200	Toneladas	-7	-8	-32
Países Bajos	450	126	Toneladas	-19	-24	-31
Reino Unido	370	71	Toneladas	22	19	75
Italia	315	92	Toneladas	-3	-6	86
Alemania	237	76	Toneladas	66	60	-38
Japón	229	59	Toneladas	73	102	52
Malasia	227	100	Toneladas	-54	-55	-38

Fuente: (TradeMap, 2023)

Como se puede observar según datos de TradeMap la cantidad de exportaciones de cacao en grano para el año 2022 fue de 6044 toneladas mostrando una alta competencia con países de diferentes continentes, siendo México el principal país con 3124 toneladas, seguida de Bélgica con 1652 toneladas, Estados Unidos 217 toneladas.

3.1.2.1. PRESELECCION DE MERCADO

Tabla 4: MATRIZ SELECCIÓN DE MERCADO

VARIABLE PAIS	P	PAISEES BAJOS		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2022	10%	991,11 MILES DE MILLONES	2	0,2
PIB PER CAPITA 2022	5%	55.985,40	4	0,2

FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	42	2	0,1
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Desde la costa atlántica existen 9 navieras, cuyos tiempos de tránsito se encuentran desde los 12 días con trasbordos en los puertos de Panamá, Francia, Países Bajos, Reino Unido y Bélgica. Desde Buenaventura hacia los puertos de Países Bajos existen 7 navieras, las conexiones se realizan en los puertos de Panamá, Bélgica, Países Bajos y Alemania.	4	0,28
POBLACION 2022	5%	177.030.090	3	0,15
IDIOMA	9%	NEERLANDES	1	0,09
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	1.540.198	4	0,2
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2018-2022	10%	-10%	1	0,1
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	-12%	1	0,1
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	450	4	0,4
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	CAMERUN NIGERIA GANA ECUADOR	4	0,16
ARANCEL GENERAL	7%	0,00%	5	0,35
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	0%	5	0,65

TOTAL	100%		2,98
--------------	-------------	--	-------------

VARIABLE PAIS	P	ALEMANIA		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2022	10%	4.07 BILLONES	4	0,4
PIB PER CAPITA 2022	5%	48.432,50	3	0,1 5
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	22	4	0,2
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Desde la costa atlántica existen 9 navieras, cuyos tiempos de tránsito se encuentran desde los 12 días con trasbordos en los puertos de Panamá, Francia Países Bajos, Reino Unido y Bélgica. Desde Buenaventura hacia los puertos de Países Bajos existen 7 navieras, las conexiones se realizan en los puertos de Panamá, Bélgica, Países Bajos y Alemania.	4	0,2 8
POBLACION 2022	5%	84.079,81	2	0,1
IDIOMA	9%	ALEMAN	1	0,0 9
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	1.180.327	5	0,2 5
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2018-2022	10%	1%	3	0,3

CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	0%	5	0,5
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	237	3	0,3
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	PAISES BAJOS, GHANA,BELGICA,NIGERIA,ECUADOR	3	0,1 2
ARANCEL GENERAL	7%	0,0%	5	0,3 5
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	0	5	0,6 5
TOTAL	100%			3,6 9

VARIABLE PAIS	P	ESTADOS UNIDOS		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2022	10%	25,46 BILLONES	5	0,5
PIB PER CAPITA 2022	5%	76,398,6	5	0,25
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	8	5	0,25

CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Desde la costa atlántica existen 15 navieras, cuyos tiempos de tránsito se encuentran desde los 3 días con trasbordos en los puertos de México, Estados Unidos, Panamá y Jamaica. Desde Buenaventura hacia los puertos de Estados Unidos existen 6 navieras, las conexiones se realizan en los puertos de Panamá, Estados Unidos y México	5	0,35
POBLACION 2022	5%	333.287.557	4	0,2
IDIOMA	9%	INGLES	5	0,45
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	942.935	3	0,15
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2018-2022	10%	2%	5	0,5
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	-1%	2	0,2
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	788	5	0,5
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	ECUADOR,GHANA,RESPUBLICA DOMINICANA,CONGO	4	0,16
ARANCEL GENERAL	7%	0,0%	5	0,35
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	0	5	0,65
TOTAL	100%			4,51

VARIABLE PAIS	P	INDIA		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2022	10%	3,39 BILLONES	3	0,3
PIB PER CAPITA 2022	5%	2388,6		0
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	77	1	0,05
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Desde la costa atlántica existen 7 navieras, cuyos tiempos de tránsito se encuentran desde los 32 días con trasbordos en los puertos de Singapur, China, Marruecos, Arabia Saudita, Panamá, Sri Lanka, Malta, Alemania, Omán, Hong Kong, Reino Unido, República Dominicana, Corea del Sur y Jamaica. Desde Buenaventura hacia los puertos de India existen 9 navieras, las conexiones se realizan en los puertos de Taiwán, Singapur, China, Marruecos, Arabia Saudita, Hong Kong, Panamá, España, Corea del Sur, Omán, Sri Lanka y Malasia.	3	0,21
POBLACION 2022	5%	1,42 MIL MILLONES	5	0,25
IDIOMA	9%	hindi, ingles	4	0,36
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	83.608	2	0,1
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2018-2022	10%	0%	2	0,2
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	-2%	3	0,3
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	0	1	0,1

PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	CONGO,UGANDA,REPUBLICA DOMINICANA,MADACASCAR	2	0,08
ARANCEL GENERAL	7%	15,00%	1	0,07
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	N/A	0	0
TOTAL	100%			2,02

Fuente: Elaboración Propia

- **PRESENTACIÓN PAIS OBJETIVO**

- Nombre oficial: Estados Unidos de América
- Capital: Washington D. C.
- Gentilicio: estadounidense.
- Forma de Gobierno: república federal democrática. Los poderes están divididos en Ejecutivo, Legislativo y Judicial.
- Presidente: Joe Biden
- Superficie: 9.834 millones en km²
- Población Total: 339,996,563 habitantes
- Moneda: dólar estadounidense.

3.1.3. CARACTERISTAS DEL CONSUMIDOR

- **CONSUMIDORES DE ESTADOS UNIDOS**

Se estima que en Estados Unidos una persona consume anualmente unos 6 kilos de chocolate. Por otra parte, el consumo de cacao se incrementa de manera significativa en el mercado estadounidense, especialmente durante las temporadas de San Valentín, Halloween, las vacaciones de pascua y Navidad.

De acuerdo a cifras estimadas por la empresa británica Euromonitor Internacional, en el año 2021 el mercado estadounidense de chocolate alcanzó unos 21 mil millones de dólares, con un crecimiento promedio superior al 4%, en el período 2022-2026.

3.1.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta, en economía, es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. (Economopedia, 2023). Es de esta manera de en este apartado se realizará un análisis de los principales proveedores de cacao a nivel global y a nivel nacional.

Tabla 5: Principales países Exportadores de cacao a nivel mundial

Exportadores	Seleccione sus indicadores				
	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2018-2022 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2018-2022 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2021-2022 (%)	Concentración de los países importadores
Mundo	8844064	2	1	-17	0,1
Ghana	1334384	-5	-7	-26	0,09
Ecuador	915471	9	8	12	0,13
Bélgica	602130	4	2	-4	0,42
Nigeria	554710	27	39	-2	0,23
Camerún	501237	-2	-3	-18	0,35
Países Bajos	340615	-6	-3	-17	0,39
Malasia	261769	-5	-8	-7	0,78
República Dominicana	210969	2	1	4	0,19
Perú	159930	1	1	3	0,17
Papua Nueva Guinea	90763	6	2	-3	0,27
Congo, República Democrática del	89820	17	16	1	0,18
Guinea	81851	52	51	13	0,32
Uganda	68111	5	6	-31	0,15
Indonesia	63852	-6	-6	13	0,9
Sierra Leona	45995	11	4	-2	0,69
Estonia	43461	-4	-7	-17	0,47

Fuente: (TradeMap, 2023)

Como se puede observar, según los datos aportados por Trademap la oferta a nivel mundial de cacao durante el año 2022 se ubicó en USD 8'884.064, siendo ofertado por una gran variedad de regiones globales mostrando una alta competencia con países de diferentes continentes, siendo Ghana su principal exportador con 1'334.384 millones de dólares, seguido por Ecuador quien

exportó USD 915.471 y Bélgica 602.130 miles de dólares. De igual manera, cabe resaltar que el crecimiento de las exportaciones de cacao ha aumentado en un 2% durante el periodo 2018- 2022.

- **PRODUCCIÓN DE CACAO EN COLOMBIA**

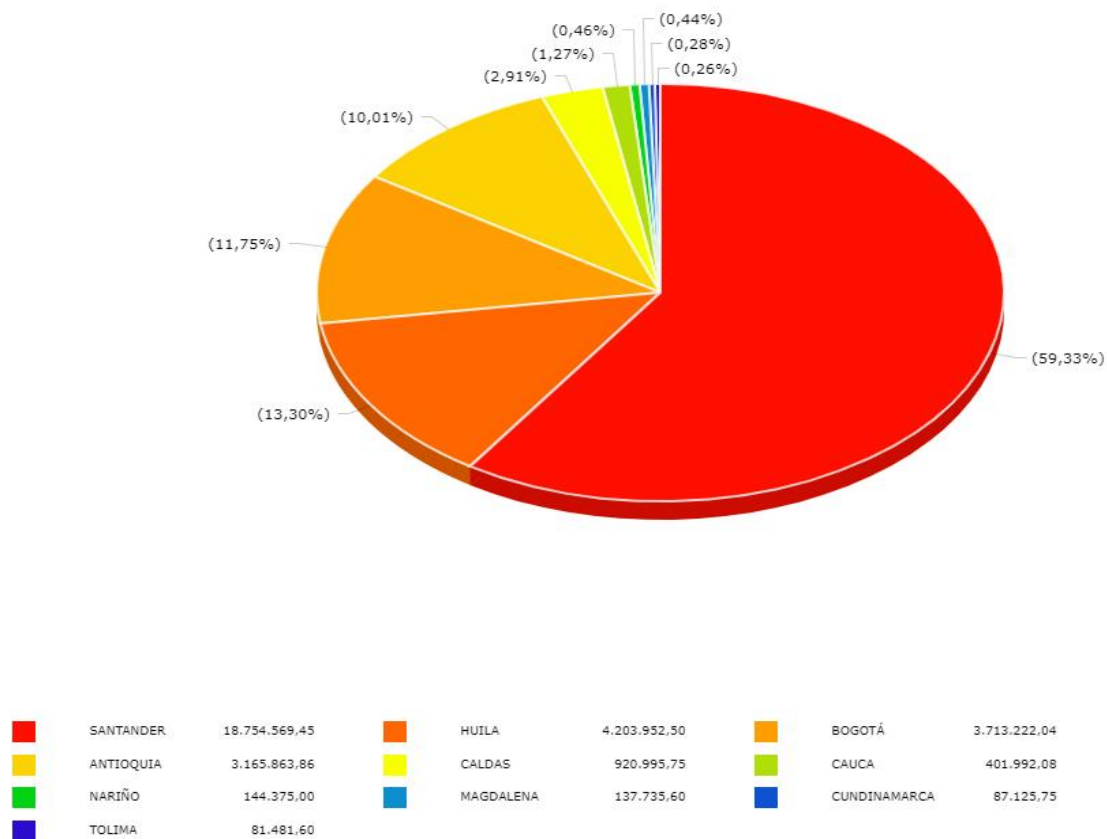
Colombia es un país rico en biodiversidad y variedad de climas, condición que le permite cultivar una gran variedad de productos agrícolas con una alta calidad; uno de estos productos es el cacao “El cacao colombiano es uno de los más finos del mundo. Durante los últimos años, el país ha ganado varios reconocimientos internacionales que resaltan su fino aroma y suavidad” (Colombiatravel, 2022).

Al revisar las cifras sobre la producción de cacao en Colombia se encuentra que, Según cifras del Ministerio de Agricultura, más de 400 municipios de 27 departamentos producen cacao. Se destacan Santander, Arauca, Antioquia, Huila, Tolima y Nariño; allí se concentra cerca del 80% de las plantaciones. (Montes, 2023). Es así que se puede identificar la importancia que está teniendo el cacao en el país, sin embargo, es importante resaltar que de acuerdo a los datos suministrados por el ministerio de agricultura Boyacá no se encuentra dentro de los principales productores de cacao.

De igual manera es importante mencionar que el cacao es un producto que está generando un alto impacto social dado que se está convirtiendo en uno de los cultivos elegidos para realizar la sustitución de cultivos ilícitos por procesos productivos. “Fedecacao estima que hay 190.000 hectáreas de cacao en Colombia. Se estima que 25.000 de ellas están dedicadas a la sustitución de cultivos ilícitos en 2023”. Estas 190.000 hectáreas sembradas permiten que exista una alta oferta de cacao que posibilite suplir la demanda del exterior. De esta misma manera se estima que hay unas 60 empresas que compran, transforman o comercializan cacao en el país que, a su vez, negocian los precios directamente con el productor.

Finalmente, al analizar los departamentos que mayor aportan a la exportación de cacao en Colombia, se logró identificar que Santander se encuentra en el primer lugar con un 59,33% y en segundo lugar Huila con un 13,30% según datos de LegisComex.

Ilustración 2: Principales departamentos exportadores de cacao



Fuente: (LegisComex, 2023)

3.1.5. ANALISIS DE PRECIO

Tabla 6: TABLA DE PRECIOS PARA CACAO INTERNACIONALES

TABLA DE PRECIOS PARA CACAO						
Mercado	Origen	Período	Precio Promedio	Unidad	Precio Promedio	Unidad
Francia	Camerún	6/01/2023	2651,19	USD/tonne	2,65	USD/Kg
Francia	Côte d'Ivoire	6/01/2023	2821,55	USD/tonne	2,82	USD/Kg
Francia	Ghana	6/01/2023	2903,11	USD/tonne	2,90	USD/Kg
Francia	Nigeria	6/01/2023	2645,4	USD/tonne	2,65	USD/Kg
Francia	Camerún	29/12/2022	2622,88	USD/tonne	2,62	USD/Kg
Francia	Côte d'Ivoire	29/12/2022	2772,15	USD/tonne	2,77	USD/Kg
Francia	Ghana	29/12/2022	2833,72	USD/tonne	2,83	USD/Kg
Francia	Nigeria	29/12/2022	2612,93	USD/tonne	2,61	USD/Kg
Francia	Camerún	22/12/2022	2606,76	USD/tonne	2,61	USD/Kg
Francia	Côte d'Ivoire	22/12/2022	2808,1	USD/tonne	2,81	USD/Kg
Francia	Ghana	22/12/2022	2830,64	USD/tonne	2,83	USD/Kg
Francia	Nigeria	22/12/2022	2596,54	USD/tonne	2,60	USD/Kg
Francia	Camerún	16/12/2022	2551,34	USD/tonne	2,55	USD/Kg
Francia	Côte d'Ivoire	16/12/2022	2752,49	USD/tonne	2,75	USD/Kg
Francia	Ghana	16/12/2022	2805,44	USD/tonne	2,81	USD/Kg
Francia	Nigeria	16/12/2022	2542,19	USD/tonne	2,54	USD/Kg
Francia	Camerún	9/12/2022	2570,31	USD/tonne	2,57	USD/Kg
					2,70	

Se toma como referencia los precios internacionales manejados por Francia que son de los que se obtuvo información pudiendo evidenciar un valor promedio de 2,70 dólares por kilogramo.

Tabla 7: precio empresa kakaoteros

PRECIO DE CACAO		
PRECIO	KG	USD
\$ 350.000	50	1,445

Fuente: Elaboración propia

Para determinar el análisis de precios se consulta a la empresa KAKOTEROS la cual suministra datos donde se establece que 50 kg les cuesta a ellos \$ 350.000 donde se relacionan en la tabla anterior.

3.1.6. SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN

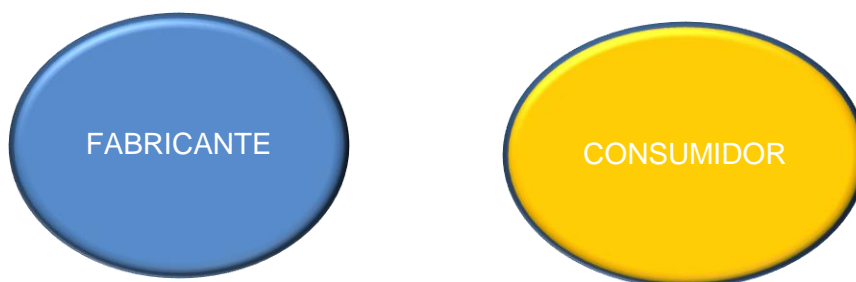
Los canales de distribución proveen los medios por los que las mercaderías y servicios son trasladados desde su punto de concepción, extracción, o producción hasta los lugares de consumo, facilitando así la tarea de compra por parte del consumidor final. (Paz, 2008)

3.1.6.1. Clasificación de los Canales de Distribución

Es importante tener en cuenta que en todos los mercados existen diferentes tipos de productos por lo cual cada uno de ellos requiere de diferentes canales de distribución, es así que a continuación se mencionaran algunos:

- ✚ **Canal de distribución directo tipo A:** (del Productor o Fabricante a los Consumidores): Este tipo de canal es el más directo, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.

Ilustración 3: canal de distribución directo o tipo A



Fuente: Elaboración propia

- ✚ **Canal minorista o tipo B:** (del Productor o Fabricante a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas, en estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que

se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos.

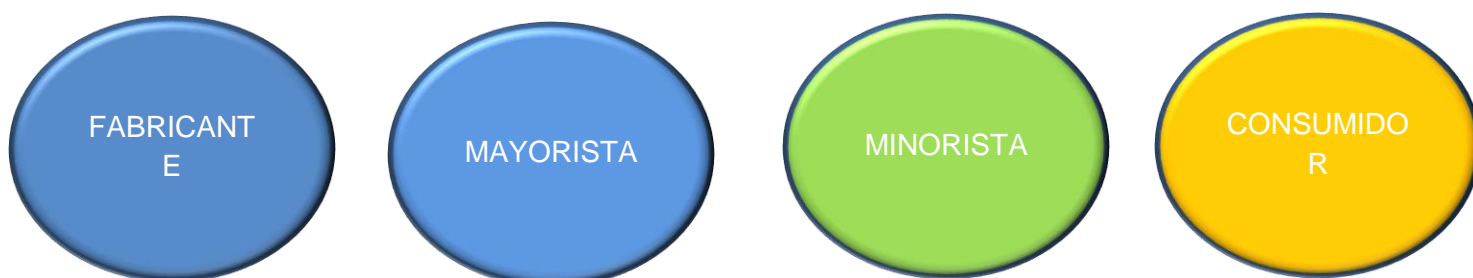
Ilustración 4: Canal minorista o tipo B



Fuente: Elaboración propia

✚ **Canal Mayorista o tipo C:** (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores) contiene dos niveles de intermediarios: los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos) y los detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final). Este canal se utiliza para distribuir productos que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor ni a todos los detallistas.

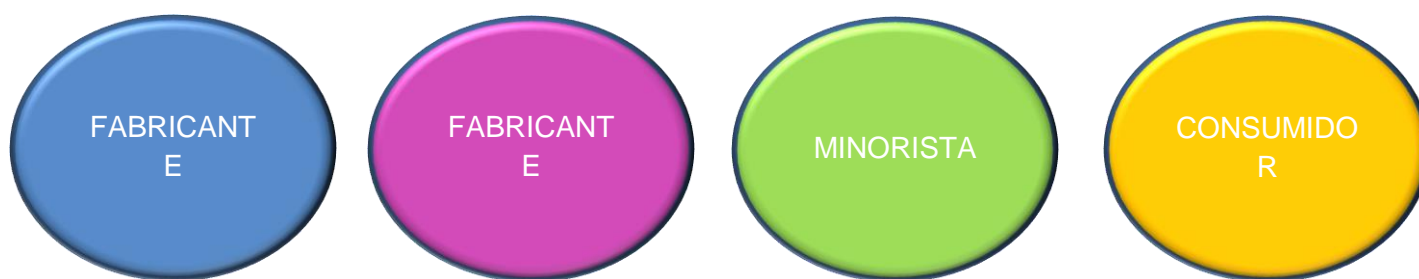
Ilustración 5: Canal Mayorista o tipo C



Fuente: Elaboración propia

✚ **Canal Agente/Intermediario o tipo D:** (del Productor o Fabricante a los Agentes, Intermediarios, de éstos a los Mayoristas de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Contiene tres niveles de intermediarios: El Agente Intermediario (que por lo general, son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales; no tienen actividad de fabricación ni tienen la titularidad de los productos que ofrecen), los mayoristas y los detallistas.

Ilustración 6: Canal Agente/Intermediario o tipo D



Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar que estos canales de distribución pueden ser variantes y depende de cada empresa la forma en que quieren utilizarlos según sus necesidades, de igual forma se debe tener en cuenta que entre más actores intervengan, menor control se tendrá del producto. De igual forma, cabe resaltar la importancia que están adquiriendo las plataformas virtuales donde se reducen en un alto número la cantidad de actores que intervienen y se está convirtiendo en una forma de comprar y vender productos tanto a nivel nacional como internacional.

3.1.6.2. CANALEZ DE COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS EN ESTADOS UNIDOS

Los Mayoristas Especializados en frutos y vegetales frescos, quienes al poseer estos productos lo distribuyen hacia los detallistas, operadores de servicios alimentarios y pequeños mayoristas, quienes en su gran mayoría cumplen el papel de re empacadores. También se encuentran los Mayoristas de Servicios Alimentarios, quienes logran distribuir principalmente a restaurantes

u hoteles, y entre otros que necesiten exclusivamente de servicios alimentarios. Por último, tenemos al Broker, quien es un intermediario local que tiene como función principal ser el negociador entre un demandante y ofertante de las frutas y vegetales frescos; es decir no llega a poseer el producto mismo, solo ayuda a su distribución. los mayoristas que poseen mayor relevancia con Supervalu, C&S Wholesale Grocers, Wakefern Food Corp, Associate Wholesale Grocers, Nash Finch Co. Se debe tomar en consideración que la comercialización de estos productos ya sea para exportación u importación, actualmente lo manejan los productores y mayoristas, quienes son las cabezas de este canal de distribución.

Por su parte, los minoristas en el mercado estadounidense con respecto a los frutos y vegetales fresco son los Mercados Directos, quienes proveen como productores netos sus productos a nosotros los consumidores de forma directa sin algún intermediario. Y, las Tiendas Minoristas quienes nos abastecen como consumidores la mayor cantidad posibles de frutos y vegetales frescos diariamente. Se debe tomar en cuenta que la ubicación de los mercados minoristas se encuentra en zonas residenciales, zonas comerciales o integradas. los mercados minoristas con mayor presencia en Estados Unidos son Wal-Mart Stores, Kroger Co, Costco, Safeway y Supervalu.

3.2. PROYECCIONES DE MERCADO

3.2.1. Proyección de la Demanda

Tabla 8: Proyección De La Demanda Potencial

ROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL		
AÑO	TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN	DEMANDA POTENCIAL
	0,005%	3,6
2022	299176	2.692.584
2023	299.191	2.692.719
2024	299.206	2.692.853
2025	299.221	2.692.988
2026	299.236	2.693.123
2027	299.251	2.693.257

Fuente: Elaboración propia

Para determinar la demanda potencial para los próximos seis años se utilizaron cambios poblacionales con un valor estimado de 0.0005 y un valor de demanda base de 3.6 kg per cápita por año.

3.2.2. Proyección de la Oferta

Tabla 9: Proyección de la oferta

PROYECCIÓN DE LA OFERTA		
AÑO	TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN	OFERTA
	0,005%	1
2022	299176	343.802
2023	299.191	299.191

2024	299.206	299.206
2025	299.221	299.221
2026	299.236	299.236
2027	299.251	299.251

Fuente: Elaboración propia

Para proyectar la oferta en los próximos seis años, se consideró la variación de la población con un valor aproximado de 0.005, y se utilizó un valor base de oferta per cápita del producto de 1 kilogramos anuales.

Tabla 10: Proyecciones de la demanda potencia y dirigida

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL Y DIRIGIDA								
AÑO	TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	% DEMANDA DIRIGIDA	PROYECCIÓN DE VENTAS ANUAL DE CACAO-TONELADAS	TOTAL KG X AÑO	CAJAS X AÑO A EXPORTAR c/u 50 kg
	0,005%	3,6	1					
2022	299176	2.692.584	343.802	2.348.782	0,001%	12	11744	235
2023	299.191	2.692.719	299.191	2.393.528	0,001%	14	14361	287
2024	299.206	2.692.853	299.206	2.393.647	0,001%	17	17234	345
2025	299.221	2.692.988	299.221	2.393.767	0,001%	21	20682	414
2026	299.236	2.693.123	299.236	2.393.887	0,001%	25	24820	496
2027	299.251	2.693.257	299.251	2.394.006	0,001%	30	29785	596

Fuente: Elaboración propia

A continuación, para determinar la cantidad objetivo de exportación, se toma como referencia para el primer año un valor del 1% de la demanda dirigida. Esto da como resultado un total de 11,744 toneladas anuales y, al mismo tiempo, 235 cajas de 50 KG

3.2.3. Proyección de Precios

Tabla 11: Proyección de precios nacionales e internacionales

PROYECCION DE PRECIOS NACIONALES E INTERNACIONALES				
AÑO	FACTOR AJUSTE POR INFLACION	PRECIO AJUSTADO COP	TRM	PRECIO AJUSTADO USA
2015	1,0000	\$13.394.146	\$4.130	3243,46
2016	1,0550	\$14.130.824	\$4.379	3227,31
2017	1,1130	\$15.727.961	\$4.642	3387,86
2018	1,1742	\$18.468.422	\$4.922	3752,01
2019	1,2388	\$22.879.137	\$5.219	4383,83
2020	1,3070	\$29.902.117	\$5.534	5403,76

Fuente: Elaboración propia

4. ESTUDIO TÉCNICO**4.1. Localización****4.1.1. Macro localización en Origen**

Para el presente proyecto se tendrá como macrolocalización al departamento de Boyacá dado que es allí donde se ubica la producción del cacao de la empresa Kakaoteros. El Departamento de Boyacá, es uno de los treinta y dos departamentos que, junto con Bogotá, Distrito Capital, componen el territorio de la República de Colombia. Se localiza en el centro nororiental del país, en la cordillera oriental de los Andes lo atraviesa de sur a norte conformando una variada topografía con diversidad de pisos térmicos. Cuenta con una superficie 23.189 Km², lo que representa el 2.03% del territorio nacional. Su capital es la ciudad de Tunja y está dividido política y administrativamente en 123 municipios. (TodaColombia, 2019).

4.1.2. Microlocalización en Origen

La Microlocalización en origen será en el municipio de Pauna-Boyacá donde se ubica la empresa kakaoteros, así como la materia prima. El municipio de Pauna se ubica en la provincia de Occidente del Departamento de Boyacá, en una de las estribaciones de la cordillera Oriental, sobre la subcuenca del Río Minero y la Cuenca del Magdalena. Limita por el norte con el departamento de Santander, por el oriente con los municipios de Briceño y Tununguá, por el sur con los municipios de Caldas y Maripí y por el Occidente con los municipios de San Pablo de Borbur y Otanche.

La cabecera municipal se localiza en las coordenadas geográficas latitud 5° 40' norte y longitud 73° 59' oeste de Greenwich, a una altura de 1250 msnm y a una distancia de 44 km. a la capital de la provincia, Chiquinquirá, y 149 km. a la capital del Departamento, Tunja.

Es un municipio bastante grande, con un área de 259 km² de las cuales 16 hectáreas ocupan el área urbana y 25.784 hectáreas en el área rural distribuidas en 28 veredas.

En esta Región Occidente de Boyacá se encuentra los pisos térmicos cálido, templado, frío y subpáramo, en los cuales se produce una gran variedad de productos agrícolas tales como: Fríjol, yuca, papa, maíz, maní, cacao, café, caña de miel, guayaba, papaya, plátano, tomate de árbol, maracuya, cítricos, pimentón, entre otros y pecuarios; una importante despensa de alimentos y centro de comercialización de productos agropecuarios y mineros para todo Boyacá y Cundinamarca.

Ilustración 8: Microlocalización en Origen



Fuente: Google

4.1.3. Macrolocalización en Destino

Luisiana. Es uno de los estados que conforman los Estados Unidos situado en la región Sur del país, sobre el delta del río Misisipi. El estado hace frontera en el oeste con el estado de Texas, en el norte con Arkansas, en el este con Misisipi y en el sur con el golfo de México.

El estado está dividido en 64 municipios (parish). A pesar de que la ciudad más poblada del estado es Nueva Orleans, la capital de Luisiana es Baton Rouge. Otras ciudades destacadas del estado son Shreveport y Lafayette.

➤ Población

Según la Oficina del Censo de Estados Unidos, en 2018 la población de Luisiana alcanzó los 4.659.978 habitantes, lo que supone un aumento del 2,8% respecto a 2010 (4.533.672 personas en 2010), varios puntos por debajo de la media nacional para este período (6%). Su población representa tan solo el 1,42% de la población total del país.

El crecimiento de la población en Luisiana viene determinado principalmente por el crecimiento natural de su población, es decir, por el mayor número de nacimientos que

defunciones. Debido a esta tendencia, se espera que la población de Luisiana alcance los 4.802.633 habitantes en 2030. Esto representaría un aumento del 3,1% respecto a la población actual. (Arrufat, 2019)

Ilustración 9: población Luciana

	Luisiana
Población menor de 18 años	23,5
Población entre 18 y 65 años	61,1
Población mayor de 65 años	15,4

Fuente: (Ecured, 2023)

➤ **Clima**

Luisiana cuenta con un clima subtropical húmedo, probablemente el mejor ejemplo de este tipo de clima en los estados del sur del país. Cuenta con veranos largos, calurosos y húmedos e inviernos templados y cortos. Estas características se ven propiciadas por la influencia del Golfo de México y la baja altura sobre el nivel del mar. Las precipitaciones son comunes durante todo el año, especialmente en verano, mientras que el mes de octubre concentra el menor número.

➤ **Economía**

Constituye una tierra tropical por sus productos agrícolas (arroz, agrios, cacahuete, caña azucarera, algodón) y por su economía de plantación. Posee, además, grandes recursos mineros: petróleo, gas natural, azufre y lignito.

Las fuentes de energía, la facilidad de abastecimiento de materias primas procedentes de Iberoamérica y la navegación por el bajo Mississippi promovieron su desarrollo industrial, consistente en refinerías de petróleo, petroquímica, industrias químicas, metalurgia de los metales no férreos, construcciones mecánicas y productos alimenticios.

El turismo representa una de sus principales actividades económicas, siendo famoso este estado por la celebración, en New Orleans, del carnaval del “Mardi Gras”, en el French Quarter y la Bourbon Street. Adicionalmente, la constante presencia del blues (forma musical del folclor africano en los Estados Unidos) y del jazz (género musical derivado de ritmos y melodías afronorteamericanos), los zoológicos y acuarios, zonas pantanosas, plantaciones antiguas y cruceros por el Mississippi, se reconocen como otras de sus sobresalientes atracciones.

4.1.4. Microlocalización en Destino

Para la elección de la Microlocalización en destino se realizó una matriz en la cual se analizaron las 3 ciudades más importadoras de cacao en los Estados Unidos (Seattle, Great Falls y New Orleans) tal como se muestra a continuación.

Tabla 12: Cuantificación De Factores Para La Micro Localización País Destino

CUANTIFICACIÓN DE FACTORES PARA LA MICRO LOCALIZACIÓN PAIS DESTINO										
FACTORES RELEVANTES	F.P	SEATTLE			GREAT FALLS			NEW ORLEANS		
		CALIFICACIÓN			CALIFICACIÓN			CALIFICACIÓN		
		0-100	DATOS	PONDERADA	0-100	DATOS	PONDERADA	0-100	DATOS	PONDERADA
Puertos o Aeropuertos	0,15	100	1 puerto, 1 aeropuerto	15	70	1 Puerto	11	100	1 puerto, 1 aeropuerto	15
Conectividad con Colombia	0,15	0	No cuenta con conexión directa	0	0	No cuenta con conexión	0	90	Conexión desde Buenaventura y Cartagena	14
Distancia con Colombia	0,08	70	6,607 km	6	80	5934 km	6	85	3270 km	7
Costo de vida	0,05	60	\$ 3.783	3	85	\$ 2.315	4	80	\$ 2.396	4
Población	0,13	95	3519000	12	20	59072	3	80	1013000	10
Ingresos per cápita	0,14	95	74733	13	20	2300	3	85	61327	12
Tasa de importación del producto	0,3	90	14700kg	27	85	10500	26	60	2255	18

TOTAL	1,00			76			52			80
--------------	-------------	--	--	-----------	--	--	-----------	--	--	-----------

Fuente: Elaboración propia

Una vez realizada la investigación acerca de los datos presentados en la matriz, se realizó una calificación según la información en una escala de 0 a 100, siendo 100 el resultado más alto. De esta manera se llega a una ponderación que permitió observar que la ciudad que mejores resultados podría tener para la exportación de cacao será New Orleans en el Estado de Luisiana.

Nueva Orleans. Situada en el Estado de Luisiana (Estados Unidos), es uno de los centros culturales más importantes de ese país, y una de las poblaciones que puede presumir de tener el pasado más rico dentro de un país con una historia tan reciente como el suyo.

➤ **Geografía**

Con el puerto más grande de los Estados Unidos, recibe a más de 5.000 embarcaciones de 60 países diferentes, lo que aumenta su comercio. De esta forma, sal, productos agrícolas, petróleo, gas natural, etc. Pasan por el puerto de Nueva Orleans en su camino hacia el Norte o hacia Sudamérica y América Central.

La ciudad se extiende sobre una superficie de 360 millas cuadradas, de las que 160 son agua, y comprende cuatro parroquias (parishes, equivalente en Nueva Orleans del tradicional *county* o condado): Orleans, Jefferson, St. Bernard y St. Tammany. (Ecured, 2023)

Ilustración 10: Microlocalización en Destino



Fuente: Google

4.2. Ingeniería del proyecto

4.1.1. Proceso de exportación pasos a seguir

Tabla 13: Proceso de Exportación

PROCESO DE EXPORTACIÓN
Paso 1. Estudio de mercado y localización de la demanda
Paso 2. Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT)
Paso 3. Registro ante la Cámara de Comercio y obtención del NIT
Paso 4. Costeo
Paso 5. Solicitud de la cotización internacional
Paso 6. Aceptación de la cotización y establecimiento del medio de pago
Paso 7. Preparación del producto a exportar
Paso 8. Remisión de la factura y confirmación de la carta de crédito si es el caso
Paso 9. Contratación del transporte y seguro
Paso 10. Solicitud de permisos de exportación o vistos buenos
Paso 11. Trámites Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Paso 12. Diligenciamiento por parte del declarante autorizado de la Solicitud de Autorización de Embarque, documento del que se desprende la Declaración de Exportación, DEX, (Sin detalles)
Paso 12.1 Funciones del declarante autorizado
Paso 13. Autorización y despacho de la mercancía

Paso 13.1 Documentos de embarque
Paso 13.2 Obligaciones y sanciones de los transportadores
Paso 13.3 Obligaciones y sanciones de los agentes de carga internacional
Paso 15. Diligenciamiento de la declaración de cambio y venta de divisas al intermediario cambiario (reintegro de divisas)

Fuente: Tomado de documentación Legiscomex proceso de exportación desde Colombia

4.2.1. Logística

La logística internacional se trata de una serie de actividades operativas que se enfocan en el manejo de productos terminados o sus materias primas desde un punto determinado a un punto distinto. Mediante la integración de una serie de recursos que permiten lograrlo efectivamente. Produciéndose la actividad de la comercialización. (CEUPE, 2023).

4.1.1.1. Envase, Empaque y Embalaje del producto

➤ Envase

Envase es todo recipiente o estructura rígida o semirrígida propio para contener o guarda productos líquidos o sólidos, finamente divididos como gránulos, polvos, hojuelas, grasas o líquidos como agua, fármacos, veterinarios, homeopáticos cosméticos, licores, bebidas, alimentos, aceites, en materiales como: vidrio, metal, plástico, propio para contener alguna materia o artículo, es conocido como envase primario. Sus funciones son la de conservar el producto, proteger la mercancía, facilitar su transporte, ayudar a distinguirla de otros artículos, presentarlo para su venta y coloquialmente se dice que es como el traje de gala y el vendedor silencioso del producto. Debe proteger de la luz y el calor, de la humedad, de los golpes, de los manoseos y de los insectos o bacterias de acuerdo al producto.

Es así que para la exportación de cacao se utilizará como envase una bolsa plástica con capacidad de 50 kg.

Ilustración 11: Envase



Fuente: Google

➤ **Empaque**

Se considera empaque aquel material que protege al envase y que adicionalmente tiene fines comerciales, generando un concepto muy interesante desde el punto de vista del marketing puesto que coadyuva a la función de la venta, siendo su objetivo primordial el de proteger el producto, el envase o ambos y puede convertirse en promotor del artículo dentro del canal de distribución.

➤ **Embalaje**

Llamado embalaje de transporte, siendo el que permite preparar la carga adecuadamente para su manipulación, almacenamiento, conservación y transporte de las mercancías en los modos elegidos y así enviarla entre el productor y el consumidor que pueden estar distanciados geográficamente por pocos metros o miles de kilómetros y en diferentes mercados, facilitando las operaciones durante los trayectos. Se denominado embalaje colectivo puesto que protege la estructura de primer y segundo nivel, permite el apilamiento, facilita la manipulación y la unitarización en grandes volúmenes y puede ser elaborado con materiales como: madera, metales,

cartones, polímeros etc. El embalaje protege el producto durante el transporte; Facilita el almacenamiento; Colabora en los manipuleos, apilamientos o en la unitarización; Protege contra riesgos de tipo mecánicos, climáticos, físicos, de aceleración o desaceleración, frenado, impacto y hasta de vibración; Evita robos, saqueos, contaminación y malos olores.

Para el presente proyecto se utilizarán sacos de fibra natural de 50 kilos, acorde con estándares de calidad y certificaciones especifica los cuales será tanto el empaque como el embalaje del producto, esto principalmente porque estos sacos tienen como característica principal el ser biodegradables y ofrecen un óptimo rendimiento en la conservación del aroma, la humedad adecuada para su almacenamiento y su aireación. Además:

- Son ideales para el trabajo pesado.
- Conservan el aroma y el sabor del producto empacado
- Brinda facilidad en el arrume del producto a la hora de realizar la unitarización a través de los palets a la hora de colocarlo en el medio del transporte y como consecuencia a esta ventaja se podrá obtener un flete más económico
- Tienen excelente resistencia a caídas y manejo brusco por lo que tienen mayor seguridad y esto nos garantiza una reducción de costo en la prima de seguro

✚ Dimensiones:

- Alto: 110 cm
- Ancho: 60 cm
- Largo: 14 cm

Ilustración 12: Empaque y Embalaje

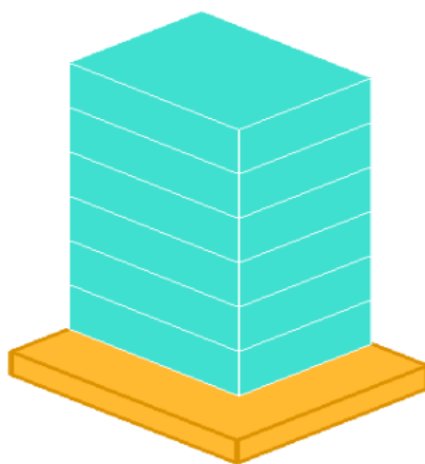


Fuente: Google

Unitarización

El proceso de exportación entendido como la reunión agrupación de ciertos números de artículos o bultos en un solo conjunto con el propósito de facilitar su manipulación, estiba, almacenamiento, transporte o utilización posterior de su contenido. Para este proceso se utilizará un estiban estándar de madera con medidas de 100cm x 120cm x 15cm. En la cual se ubicarán 6 bultos por estiba.

Ilustración 13: unitarización de la carga

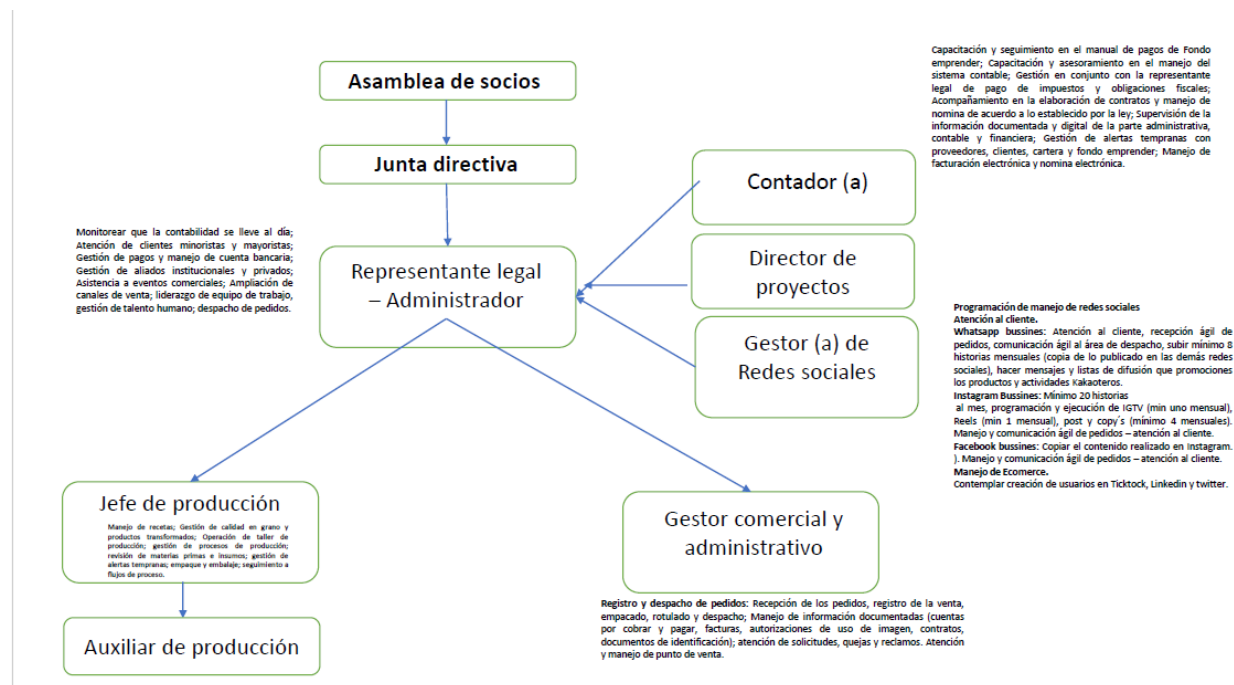


Fuente: Searates, 2023

5. ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS

5.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Ilustración 14: Organigrama de la empresa



Fuente: Kakaoterros, 2023

5.2. PLANEACION ESTRATEGICA

- **Misión:** contar historia de paz y reconciliación a través de productos derivados del cacao
- **Visión:** unir al mundo a través del chocolate

6. ESTUDIO LEGAL

6.1 . Tipo de empresa a crear o reestructurar

La empresa KAKAOTEROS se constituye como una sociedad por acciones simplificada como su nombre lo indica, es simplificada en la medida en que se puede constituir mediante

documento privado, excepto si en su constitución se aportan bienes sujetos a escritura pública, caso en el cual sí se debe constituir mediante escritura pública.

Requisitos legales de constitución de la empresa

En el artículo 5 de la LEY 1258 DE 2008, expedida por el congreso de la república de Colombia, sobre la constitución de la sociedad por acciones simplificada. Se creará mediante un contrato unilateral, que consta por documento privado, se registra en Cámara de Comercio donde se expresará lo siguientes requisitos (Pública, 2008) .

- Nombre, identificación y domicilio de los accionistas.
- Razón social o la denominación de la sociedad, seguida de sociedad por acciones simplificada o de las letras (S.A.S.).
- El domicilio principal de la sociedad y sucursales que se establezcan en el acto de constitución.
- El termino de duración, si no fuese indefinido. Si nada se expresa en la constitución, se dará por entendido que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. De lo contrario si no se expresa en la constitución se entenderá que la sociedad podrá hacer cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores; se deberá designar cuando menos un representante legal.

6.3. Normatividad

6.3.1. Requisitos en origen

El conocer y dar cumplimiento a las normativas necesarias para la exportación de cacao hacia los Estados Unidos generará que el proceso se desarrolle de manera correcta, es así, que a continuación se presentan los requisitos a tener en cuenta para la exportación

Factura comercial

El primer paso de la documentación es garantizar que la factura comercial expedida al cliente, bien sea en inglés o español, cumpla con todos los requisitos determinados por la ley, esta debe incluir:

- Consecutivo de facturación.
- Periodo.
- Valor de la negociación y moneda en la cual se negocia.
- Cantidades de producto objeto de la negociación.
- Subpartida arancelaria.
- Descripción de los productos.
- Incoterm o término de negociación que se está utilizando.
- Forma de pago de la negociación.
- Información completa de quién actúa como exportador y el importador o comprador.

Lista de empaque

Aunque no es un documento obligatorio, se recomienda anexarla porque permite identificar y manipular la mercancía cumpliendo con los procedimientos aduaneros o inspecciones que se realicen de la carga, tanto en origen como en destino. La lista debe indicar la siguiente información:

- Lugar y fecha de embarque.
- Número de pedido.
- Indicación de la factura a la que corresponde.
- Fecha, nombre y razón social del vendedor y comprador.
- Cantidad, denominación precisa y tipo de embalaje de la mercancía, con identificación de marcas.
- Numeración del tipo de embalaje y el contenido de cada uno de ellos.
- Peso bruto y neto.
- Volumen de la carga.
- Vistos buenos

Hay productos de libre exportación y otros bienes que sí requieren el registro o visto bueno de algunas autoridades especiales en el territorio nacional. Este requisito de las características del producto a exportar y los trámites respectivos se realizan a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)

- Registro ICA

6.3.2. Requisitos en destino

Registro de Instalaciones

Es un requisito indispensable de cada exportador que desee exportar a los Estados Unidos registrarse previamente en un padrón de exportadores manejado por la FDA. El registro de las instalaciones se tendrá que realizar solamente una vez y no tiene ningún costo.

Notificación previa

Consiste en llenar un formulario que debe ser recibido y confirmado por la FDA, no más de cinco días antes de la llegada del embarque. El tiempo mínimo para recibir las notificaciones dependerá del medio de transporte:

- No menos de 2 horas antes de la llegada si es por carretera
- 4 horas si es vía aérea o férrea u 8 horas si la vía es marítima.

Establecimiento y mantenimiento de registros

Para el mejor control y vigilancia de los productos que se comercializan, en los Estados Unidos, la FDA solicita establecer y mantener registros relacionados con: manufactura, procesamiento, empaque, distribución, recepción, almacenamiento e importación. Este requisito rige para las personas (individuos, sociedades, corporaciones y asociaciones) que elaboran, procesan, envasan, transportan, distribuyen, conservan o importan alimentos, así como para los extranjeros que transportan alimentos a EE.UU, los demás están exentos

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. INVERSIONES Y FUENTES DE FINANCIACIÓN (BALANCE PRE OPERATIVO)

Tabla 14: Inversiones

PRESUPUESTO DE LAS INVERSIONES Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO					
CUENTA	%	VALOR	VALOR	%	DEPRECIACIÓN MENSUAL
CAPITAL DE TRABAJO DISPONIBLE EN CAJA Y BANCOS	94%	\$ 321.508.005			
ACTIVOS FIJOS	3%	\$ 11.723.326			\$ 97.694

DIFERIDOS	3%	\$ 10.000.000			\$ 166.667
CAPITAL			\$ 303.231.331	88%	
FINANCIAMIENTO			\$ 40.000.000	12%	
TOTAL	100%	\$ 343.231.331	\$ 343.231.331	100%	

Fuente: Elaboración propia

El capital social de la empresa es de \$ 303.231.331, que es el 88% del total de las inversiones. Además, también buscó \$40 millones de financiamiento en los bancos, equivalente al 12% de la inversión.

7.2. PRESUPUESTOS DE INGRESOS, COSTOS, GASTOS.

Tabla 15: Presupuesto de gastos operacionales de administración

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN			
CONSOLIDADO ANUAL GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN			
CUENTA	%	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE PERSONAL	61%	9.688.158	116.257.891
HONORARIOS	13%	2.000.000	24.000.000
ARRENDAMIENTOS	0%	0	0
SEGUROS	6%	1.000.000	12.000.000
SERVICIOS	3%	500.000	6.000.000
GASTOS LEGALES	1%	100.000	1.200.000
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	1%	200.000	2.400.000
ADECUACIONES E INSTALACIONES	1%	100.000	1.200.000
DEPRECIACIONES	13%	2.000.000	24.000.000
AMORTIZACIONES	1%	166.667	2.000.000
DIVERSOS (Papelería oficina)	1%	100.000	1.200.000
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	100%	15.854.824	190.257.891

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto de administración incluye todos los costos incurridos por la asociación en relación con el desempeño de sus actividades. Estos gastos operativos son de \$15.854,824 por mes, lo que equivale a \$19,257,891 por año. Entre ellos, los gastos de personal son los más importantes y suponen el 61% del total de gastos administrativos de la empresa.

Tabla 16: Presupuesto mensual de gastos

PRESUPUESTO MENSUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS			
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO			
CONCEPTO		PARCIAL	TOTAL
SALARIO			1.160.000
Sueldo Básico		1.160.000	
Subsidio Transporte		0	
APORTES PARAFISCALES			348.255
SENA	2,0%	23.200	
C.C.F	4,0%	46.400	
I.C.B.F	3,0%	34.800	
EPS	8,5%	98.600	
AFP	12,0%	139.200	
ARP	0,522%	6.055	
PRESTACIONES SOCIALES			253.228
Cesantías	8,330%	96.628	
Vacaciones	4,170%	48.372	
Prima Legal	8,330%	96.628	
Intereses Sobre Cesantías	1,000%	11.600	
TOTAL, MENSUAL			1.761.483
Gerente	2,5	SML	4.403.708
Contador	2	SML	3.522.966
Tramitador	0	SML	0
Operador control de calidad	1	SML	1.761.483
TOTAL, GASTOS DE PERSONAL			9.688.158

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17: Presupuesto de gastos operacionales

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS			
CONSOLIDADO ANUAL GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS			
CUENTA	%	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE PERSONAL	95%	3.744.958	44.939.501
HONORARIOS	0%	0	0
ARRENDAMIENTOS	0%	0	0
SEGUROS	0%	0	0
SERVICIOS	0%	0	0

GASTOS LEGALES	0%	0	0
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	0%	0	0
ADECUACIONES E INSTALACIONES	0%	0	0
DIVERSOS	5%	200.000	2.400.000
PROVISIONES	0%	0	0
TOTAL, GASTOS DE VENTAS	100%	3.944.958	47.339.501

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto de gastos de ventas está formado por los gastos relacionados con la actividad comercial de la empresa. Estos gastos operativos se estiman en \$3.944.958 por mes, lo que equivale a \$47.339.501 por año. Entre ellos, el más importante es el personal de ventas profesional, que representa el 95% del coste total de ventas.

Tabla 18: Sueldo personal de ventas

PRESUPUESTO MENSUAL DE GASTOS DE VENTAS			
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS			
CONCEPTO	COMISIÓN	VENTAS	TOTAL
SALARIO			1.237.700
Sueldo Basico		1.160.000	
Subsidio Transporte		77.700	
APORTES PARAFISCALES			364.589
SENA	2,000%	23.200	
C.C.F	4,000%	46.400	
I.C.B.F	3,000%	34.800	
EPS	8,500%	105.205	
AFP		148.524	
ARP	0,522%	6.461	
PRESTACIONES SOCIALES			270.190
Cesantías	8,330%	103.100	
Vacaciones	4,170%	51.612	
Prima Legal	8,330%	103.100	
Intereses Sobre Cesantías	1,000%	12.377	
TOTAL, MENSUAL POR VENDEDOR			1.872.479
Profesional Comercio exterior - Vendedor	2	SML	3.744.958
TOTAL, GASTOS DE PERSONAL			3.744.958

Fuente: Elaboración propia

7.3. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS UNITARIOS DE EXPORTACIÓN O IMPORTACIÓN

Tabla 19: Presupuesto de costos de ventas

PRESUPUESTO DE COSTOS DE VENTAS			
ESTRUCTURA DE COSTOS, GASTOS Y PRECIO		TC	\$4.129,59
CONCEPTO	US\$	COP (PESOS COLOMBIANOS)	ESTRUCTURA
EXW	1695,08	\$7.000.000	65%
TRANSPORTE NACIONAL	33,27	\$137.381	1%
VALOR FOB	1.728,35	\$7.137.381	67%
FLETE INTERNACIONAL	484,31	\$2.000.000	19%
BL OF LANDING(B/L)	100,00	\$412.959	4%
RECARGOS EN ORIGEN	20,00	\$82.591	1%
SEGURO	86,42	\$356.869	3%
VALOR DE VENTA ANTES DE CIF	2.419,08	\$9.989.800	93%
GASTOS ADMINISTRATIVOS POR UNIDAD	196,15	\$810.028	8%
GASTOS DE VENTAS POR UNIDAD	48,81	\$201.549	2%
GASTOS FINANCIEROS POR UNIDAD	-69,27	-\$286.060	-3%
COSTO DE VENTA TOTAL POR UNIDAD	2.594,77	\$10.715.317	100%
MARGEN COMERCIAL	648,69	\$2.678.829	25%
VALOR VENTA CIF	3.243,46	\$13.394.146	125%
IVA	6,16	\$25.449	0%
PRECIO VENTA AL PUBLICO	3.249,62	\$13.419.595	125%

Fuente: Elaboración propia

Según los datos recopilados en la matriz de costos se ha determinado que los costos asociados al proceso de exportación son favorables y competitivos. Específicamente, el valor unitario de exportación en términos de CIF es de \$13.394.146 por caja, teniendo en cuenta todos los gastos incurridos por la empresa.

7.4. ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

Tabla 20: estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS AL 31 DICIEMBRE 2023		
CUENTAS	TOTAL	%
INGRESOS		
VENTAS	3.145.993.003	100,0%
EGRESOS		
COSTOS DE VENTAS	-2.516.794.403	80,0%
UTILIDAD BRUTA	629.198.601	20,0%
GASTOS ADMINSTRATIVOS	-190.257.891	6,0%
GASTOS DE VENTAS	-47.339.501	1,5%
GASTOS OPERACIONALES	-237.597.392	7,6%
UTILIDAD OPERACIONAL	391.601.209	12,4%
GASTOS FINANCIEROS	-9.823.867	0,3%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	381.777.341	12,1%
IMPUESTO A LA RENTA	-95.444.335	3,0%
RESULTADO DEL EJERCICIO	286.333.006	9,1%

Fuente: Elaboración propia

En el estado de resultados proyectado, se estima que los ingresos totales alcanzarán la cifra de \$3.145.993.003. De este monto, aproximadamente el 80% se destinará a cubrir los costos de ventas. Los gastos administrativos representarán alrededor del 6,0% de los ingresos, mientras que los gastos de ventas se situarán en torno al 1,5%. Por otro lado, los gastos financieros representarán aproximadamente el 0,3% de los ingresos totales. Al finalizar el ejercicio, se espera obtener una utilidad del 9,1%.

7.5. FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Tabla 21: Flujo de fondos sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO O FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO							
AÑOS	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021	VR
CUENTAS	0	1	2	3	4	5	
INVERSION							
CAPITAL DE TRABAJO	- 321.508. 005						321.508. 005
ACTIVOS FIJOS	- 11.723.3 26						5.861.6 63
CARGAS DIFERIDOS	- 10.000.0 00						
INGRESOS OPERACIONALES - VENTAS		3.145.993 .003	3.847.111 .211	4.616.764 .280	5.540.394 .142	6.648.805 .394	
COSTOS DE PRODUCCION O COSTO DE VENTAS		- 2.516.794 .403	- 3.077.688 .969	- 3.693.411 .424	- 4.432.315 .314	- 5.319.044 .315	
UTILIDAD BRUTA		629.198.6 01	769.422.2 42	923.352.8 56	1.108.078 .828	1.329.761 .079	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		- 190.257.8 91	- 190.257.8 91	- 190.257.8 91	- 190.257.8 91	- 190.257.8 91	
GASTOS DE VENTAS		- 47.339.50 1	- 47.339.50 1	- 47.339.50 1	- 47.339.50 1	- 47.339.50 1	
RESULTADO OPERACIONAL O ANTES DE IMPUESTO		391.601.2 09	531.824.8 50	685.755.4 64	870.481.4 36	1.092.163 .687	
IMPUESTO A LA RENTA		- 97.900.30 2	- 132.956.2 13	- 171.438.8 66	- 217.620.3 59	- 273.040.9 22	
RESULTADO NETO		293.700.9 06	398.868.6 38	514.316.5 98	652.861.0 77	819.122.7 65	
DEPRECIACION		1.172.333	1.172.333	1.172.333	1.172.333	1.172.333	

MAQUINARI A, MOBILIARIO Y EQUIPO							
AMORTIZACI ON DEL DIFERIDO		2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	
FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO	- 343.231. 331	296.873.2 39	402.040.9 70	517.488.9 31	656.033.4 10	822.295.0 98	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		2.852.292 .097	3.448.242 .574	4.102.447 .682	4.887.533 .065	5.829.682 .629	

Fuente: Elaboración propia

Los flujos de fondos, excluyendo la financiación de proyectos, fueron positivos a partir del primer año esto se debe a que los pronósticos para años futuros se calculan sobre la base de precios y costos fijos en el año base.

7.6. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Tabla 22: Flujo de fondos con financiamiento

FLUJO DE FONDOS CON FINANCIAMIENTO O FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA							
AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
CUENTAS	0	1	2	3	4	5	VR
INVERSION							
CAPITAL DE TRABAJO	- 321.508. 005						321.508 .005
ACTIVOS FIJOS	- 11.723.3 26						5.861.6 63
CARGAS DIFERIDOS	- 10.000.0 00						
FINANCIAMI ENTO	40.000.0 00						

INGRESOS OPERACIONALES - VENTAS	0	3.145.993.003	3.847.111.211	4.616.764.280	5.540.394.142	6.648.805.394	
COSTOS DE PRODUCCION O COSTO DE VENTAS		- 2.516.794.403	- 3.077.688.969	- 3.693.411.424	- 4.432.315.314	- 5.319.044.315	
UTILIDAD BRUTA		629.198.601	769.422.242	923.352.856	1.108.078.828	1.329.761.079	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		- 190.257.891	- 190.257.891	- 190.257.891	- 190.257.891	- 190.257.891	
GASTOS DE VENTAS		- 47.339.501	- 47.339.501	- 47.339.501	- 47.339.501	- 47.339.501	
RESULTADO OPERACIONAL		391.601.209	531.824.850	685.755.464	870.481.436	1.092.163.687	
GASTOS NO OPERACIONALES Y FINANCIEROS		- 9.823.867	19.353.636	56.663.657	104.372.939	165.380.021	
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	0	381.777.341	551.178.486	742.419.121	974.854.375	1.257.543.707	
IMPUESTO A LA RENTA		- 95.444.335	- 137.794.621	- 185.604.780	- 243.713.594	- 314.385.927	
RESULTADO NETO	0	286.333.006	413.383.864	556.814.341	731.140.781	943.157.781	
DEPRECIACION MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO		1.172.333	1.172.333	1.172.333	1.172.333	1.172.333	
AMORTIZACION DEL DIFERIDO		2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	
AMORTIZACION DE LA DEUDA		- 104.681.800	- 133.859.303	- 171.169.325	- 218.878.606	- 279.885.688	

FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO	- 303.231. 331	184.823.5 38	282.696.8 94	388.817.3 49	515.434.5 08	666.444.4 25	
TOTAL, COSTOS Y GASTOS	- 303.231. 331	2.859.659 .997	3.433.727 .347	4.059.949 .939	4.809.253 .361	5.705.647 .614	

Fuente: Elaboración propia

Desde el primer año, los flujos de fondos, incluida la financiación de inversores, han mostrado una evolución positiva y se realizan gastos considerables de manera anual

7.7. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 23: Análisis punto de equilibrio

ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
INFORMACION PARA EL ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	IMPORTE (UNIDADES)
GASTOS ADMINISTRATIVOS	15.854.824
GASTOS DE VENTAS	3.944.958
GASTOS FINANCIEROS	-5.599.106
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL	14.200.676
COSTOS VARIABLE UNITARIO	10.715.317
PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	13.394.146

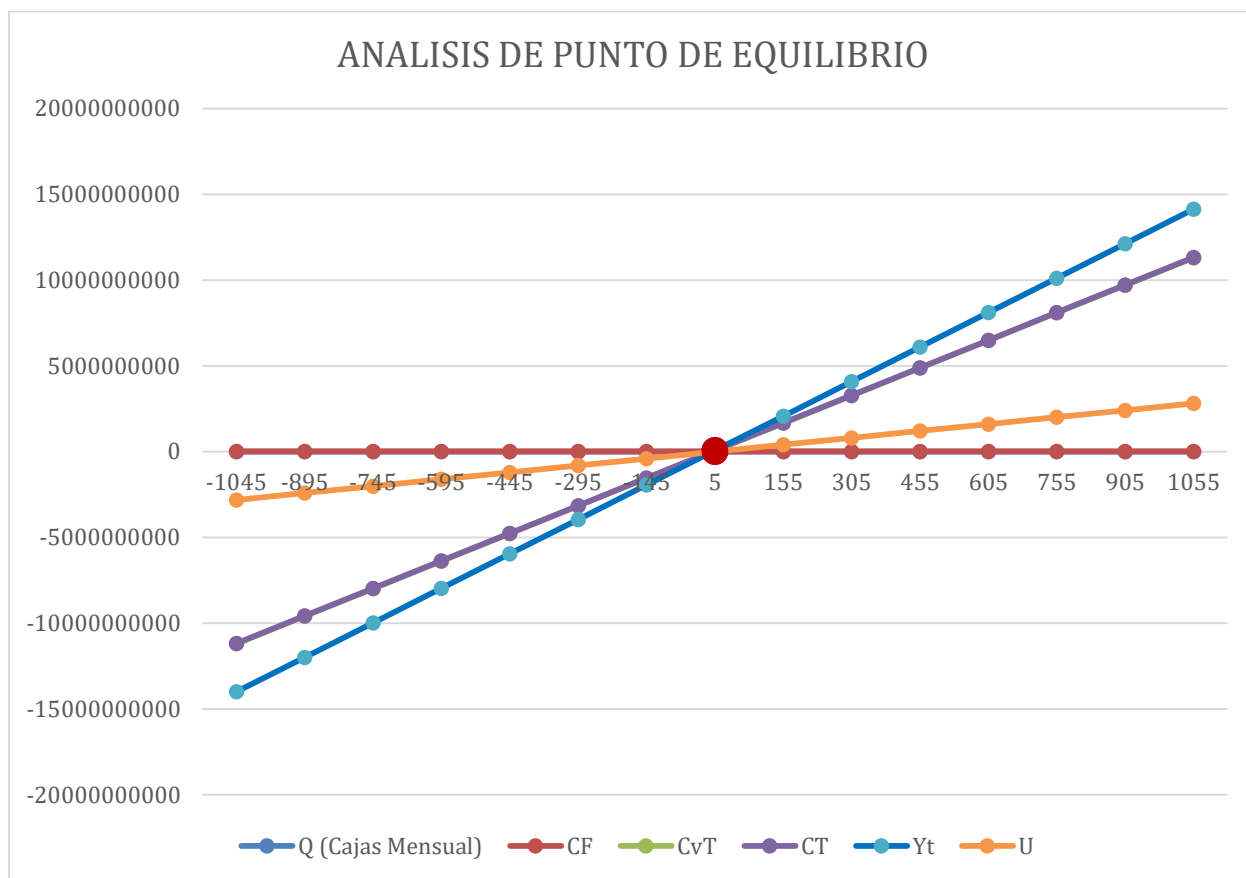
ANALISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO					
Q (Cajas Mensuales)	CF	CvT	CT	Yt	U
-1045	14.200.676	(11.194.280.294)	(11.180.079.617)	(13.992.850.367)	- 2.812.770.750
-895	14.200.676	(9.586.982.722)	(9.572.782.046)	(11.983.728.403)	- 2.410.946.357
-745	14.200.676	(7.979.685.151)	(7.965.484.475)	(9.974.606.439)	- 2.009.121.964

-595	14.200.676	(6.372.387.580)	(6.358.186.904)	(7.965.484.475)	-1.607.297.571
-445	14.200.676	(4.765.090.009)	(4.750.889.332)	(5.956.362.511)	-1.205.473.178
-295	14.200.676	(3.157.792.437)	(3.143.591.761)	(3.947.240.547)	-803.648.786
-145	14.200.676	(1.550.494.866)	(1.536.294.190)	(1.938.118.583)	-401.824.393
5	14.200.676	56.802.705	71.003.381	71.003.381	0
155	14.200.676	1.664.100.276	1.678.300.953	2.080.125.345	401.824.393
305	14.200.676	3.271.397.848	3.285.598.524	4.089.247.309	803.648.786
455	14.200.676	4.878.695.419	4.892.896.095	6.098.369.273	1.205.473.178
605	14.200.676	6.485.992.990	6.500.193.666	8.107.491.237	1.607.297.571
755	14.200.676	8.093.290.561	8.107.491.237	10.116.613.201	2.009.121.964
905	14.200.676	9.700.588.132	9.714.788.809	12.125.735.166	2.410.946.357
1055	14.200.676	11.307.885.704	11.322.086.380	14.134.857.130	2.812.770.750

Fuente: Elaboración propia

Para lograr un punto de equilibrio y evitar pérdidas, es necesario comercializar al menos 5 cajas de cacao. Sin embargo, para generar ganancias, es necesario exportar cantidades superiores a este mínimo mensual.

Ilustración 15: Análisis punto de equilibrio



8. EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1. VALOR PRESENTE NETO – VPN

Tabla 24: Valor Presente Neto

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO VPN		
2016	0	-303.231.331
2017	1	184.823.538
2018	2	282.696.894
2019	3	388.817.349
2020	4	515.434.508
2021	5	666.444.425
VPN		\$563.734.599

En la tabla de análisis, un VPN positivo indica que el valor de la empresa aumenta, ya que el Valor Presente Neto es mayor a cero. Si el VPN es cero, significa que el tamaño del valor de la empresa no se ve afectado. Para calcular el Valor Presente Neto, es necesario establecer la tasa de descuento, analizar los flujos de efectivo, definir el período de tiempo y evaluar la rentabilidad del proyecto.

8.1.1. VALOR PRESENTE NETO (VPN) SIN FINANCIAMIENTO

Tabla 25: Flujo de fondos neto sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO VPN		
2016	0	-343.231.331
2017	1	296.873.239
2018	2	402.040.970
2019	3	517.488.931
2020	4	656.033.410
2021	5	822.295.098
VPN		836.650.618

Fuente: Elaboración propia

El Valor Presente Neto (VPN) del proyecto sin financiamiento es de \$836.650.618, lo cual indica que es un valor positivo. Esta cifra demuestra que el proyecto sin financiamiento es viable desde el punto de vista financiero.

8.2. TASA INTERNA DE RETORNO –TIR

8.2.1. Tasa Interna De Retorno (TIR) Con Financiamiento

Tabla 26: Flujo de fondos neto con financiamiento TIR

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO TIR		
2016	0	-303.231.331
2017	1	184.823.538
2018	2	282.696.894
2019	3	388.817.349
2020	4	515.434.508
2021	5	666.444.425
TIR		89%

Fuente: Elaboración propia

Durante el análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto, se observó que la tasa de rendimiento, específicamente en el flujo de fondos netos con financiamiento, es del 89%, Esto indica que es un indicativo positivo. En base a esta información, se puede concluir que el proyecto es factible.

8.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR) Sin Financiamiento

Tabla 27: Flujo de fondos netos sin financiamiento TIR

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO TIR		
2016	0	-343.231.331
2017	1	296.873.239
2018	2	402.040.970
2019	3	517.488.931
2020	4	656.033.410
2021	5	822.295.098
TIR		110%

Fuente: Elaboración propia

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto, en relación al flujo de fondos sin financiamiento, es del 110%, esto indica que la TIR respalda la viabilidad del proyecto. Por lo tanto, se puede concluir que el proyecto es factible.

8.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN – PRI

8.3.1. Periodo De Recuperación De La Inversión (PRI) Sin Financiamiento

Tabla 28: Flujo de fondos sin financiamiento PRI

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO PRI		
2016	0	-343.231.331
2017	1	296.873.239
2018	2	402.040.970
2019	3	517.488.931
2020	4	656.033.410
2021	5	822.295.098
VPN		820.384.763
INVERSION		343.231.331
FUAE		\$334.256.858
PRI		1,02

Fuente: Elaboración propia

Según los datos de flujos de fondo sin financiamiento, la inversión propia es de \$343.231.331, los datos arrojados muestran que el periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de 1,02 años.

8.3.2. Periodo De Recuperación De La Inversión (PRI) Con Financiamiento

Tabla 29: Flujo de fondos neto con financiamiento PRI

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO PRI		
2016	0	-303.231.331
2017	1	184.823.538
2018	2	282.696.894

2019	3	388.817.349
2020	4	515.434.508
2021	5	666.444.425
VPN		551.296.326
INVERSION		303.231.331
FUAE		\$224.619.699
PRI		1,30

Fuente: Elaboración propia

Según los datos de flujos de fondo con financiamiento, la inversión propia es de \$303,231,331 el proyecto generaría un FUAE (Flujo Uniforme Anual Equivalente) de \$224,619,699, los datos arrojados muestran que el periodo de recuperación de la inversión (PRI) es de 1,30 años.

8.4. LA RAZÓN INGRESO A LA INVERSIÓN

8.4.1. La Razón Ingreso A La Inversión Con Financiamiento

Tabla 30: Inversión del proyecto con financiamiento

RAZON DE INGRESO A INVERSION PROYECTO CON FINANCIAMIENTO			
Año		Flujo de Fondos netos del proyecto	Razón ingreso inversión
2016	1	184.823.538	0,6
2017	2	282.696.894	0,9
2018	3	388.817.349	1,3
2019	4	515.434.508	1,7
2020	5	666.444.425	2,2
INVERSION			303.231.331

Fuente: Elaboración propia

La razón ingreso a la inversión con financiamiento del proyecto, muestra que el ingreso de la inversión va aumentando, desde el año 2016 con un valor de 0.6 pesos, hasta el año 2020 con un valor de 2.0 pesos de ingresos netos por cada peso de inversión. Con esta información se concluye que es factible la inversión desde la perspectiva de la razón ingreso.

8.4.2. La Razón Ingreso A La Inversión Sin Financiamiento

RAZON DE INGRESO A INVERSION PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO			
Año		Flujo de Fondos netos del proyecto	Razón ingreso inversión
2016	1	296.873.239	0,9
2017	2	402.040.970	1,2
2018	3	517.488.931	1,5
2019	4	656.033.410	1,9
2020	5	822.295.098	2,4
INVERSION			343.231.331

Fuente: Elaboración propia

La razón ingreso a la inversión sin financiamiento del proyecto, muestra que el ingreso de la inversión va aumentando, desde el año 2016 con un valor de 0.9 pesos, hasta el año 2020 con un valor de 2,4 pesos de ingresos netos por cada peso de inversión. Con esta información se concluye que el proyecto es factible desde la perspectiva de la razón ingreso inversión.

8.5. RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

8.5.1. Relación Costo Beneficio Con Financiamiento

Tabla 31: Razón beneficio costo proyecto con financiamiento

RAZON BENEFICIO COSTO PROYECTO CON FINANCIAMIENTO		
Año	Flujo de Fondos netos del proyecto	Flujo de costos del proyecto
2016	184.823.538	2.859.659.997
2017	282.696.894	3.433.727.347
2018	388.817.349	4.059.949.939
2019	515.434.508	4.809.253.361
2020	666.444.425	5.705.647.614
Razón Beneficio costo.		0,091

Fuente: Elaboración propia

Según los datos obtenidos se puede concluir que el proyecto es viable con respecto a beneficio con costo donde se tiene un beneficio neto del 0,091%. También se puede evidenciar que la relación beneficio costo del proyecto con financiamiento es menor que la relación beneficio costo del proyecto sin financiamiento, por lo que hay un efecto negativo en esta razón.

8.5.2. Relación Costo Beneficio Sin Financiamiento

Tabla 32: Razón beneficio costo proyecto sin financiamiento

RAZON BENEFICIO COSTO PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO		
Año	Flujo de Fondos netos del proyecto	Flujo de costos del proyecto
2016	296.873.239	2.852.292.097
2017	402.040.970	3.448.242.574
2018	517.488.931	4.102.447.682
2019	656.033.410	4.887.533.065
2020	822.295.098	5.829.682.629
Razón Beneficio costo.		0,123

Fuente: Elaboración propia

En la relación beneficio costo del proyecto sin financiamiento es de 0.123 pesos de beneficio por cada peso de costo. Por lo que se puede concluir que el proyecto es viable en la razón beneficio costo.

8.6. Análisis De Sensibilidad

Tabla 33: Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD POR ESCENARIOS					
VARIABLES CRITICAS	ESCENARIOS				
	Pesimista		Conservador	Optimista	
	Variación %	Parámetro	Parámetro	Variación	Parámetro
Rentabilidad esperada anual del capital propio	-50%	15%	30%	33%	40%

Costo anual del capital financiado	75%	35%	20%	-10%	18%
% Capital propio	-38%	50%	80%	25%	100%
% Capital financiado	-38%	25%	40%	25%	50%
Tasa de descuento del proyecto	38%	40,0%	29,0%	-31%	20,0%
Función de Demanda Dirigida % De Demanda Potencial	-17%	0,250	0,30	17%	0,35
Margen de Contribución o margen comercial	-33%	0,20	0,30	33%	0,40
% Inflación anualizada	6%	3,693	3,5	4,0%	3,640
% variación promedio anual del tipo de cambio (apreciación / depreciación)	-6%	2900	3100	6%	3300
Factor ajuste del flujo de fondos		0,55	1,00		1,72
VARIABLES DE EVALUACION DEL PROYECTO		INDICADOR ES	INDICADOR ES		INDICADOR ES
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	-64%	204.406.770	563.734.599	141%	1.357.940.775
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	-44%	50%	89%	59%	141%
RELACION BENEFICIO COSTO	-45%	0,07	0,12	72%	0,21
FLUJO UNIFORME ANUAL EQUIVALENTE	-56%	100.437.497	227.038.103	100%	454.067.833
PERIO DE PAGO	39%	1,8	1,3	-40%	0,8
PUNTO DE EQUILIBRIO	82%	10	5	-42%	3

Fuente: Elaboración propia

8.7. ANÁLISIS DE RIESGO

Tabla 34: Análisis de riesgo

Información por escenarios para el análisis de riesgo						
Escenario	Probabilidad	VPN	Factor	Desviación	Desviación ²	Producto
	P		$F=P*VPN$	$Ds=VPN-S$	Ds^2	$Pd=P*Ds^2$
Pesimista	30%	204.406.770	61.322.031,02	-478.267.754	228.740.044.601.282.000	68.622.013.380.384.600
Consejador	50%	563.734.599	281.867.299,40	-118.939.925	14.146.705.844.826.100	7.073.352.922.413.050
Optimista	25%	1.357.940.775	339.485.193,74	675.266.251	455.984.509.462.358.000	113.996.127.365.589.000
		S =	682.674.524	78.058.571	698.871.259.908.466.000	189.691.493.668.387.000

Fuente: Elaboración propia

9. IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

El cacao se ha convertido en el producto de mayor producción y procesamiento en gran parte del territorio nacional, para remplazar los cultivos ilícitos que se han venido erradicando mediante programas del gobierno nacional, con una gran responsabilidad social empresarial, contribuyendo al bienestar de los individuos y a gran parte de la sociedad, dando alcance a la creación de nuevas oportunidades laborales, realizando prácticas sostenibles y a su vez generando un impacto positivo.

Otro de los impactos sociales es promover la inclusión y la diversidad donde se crea un entorno de trabajo inclusivo respetando las diferencias culturales y se ofrezcan oportunidades equitativas para todos los empleados, independientemente de su origen, género o identidad. También se puede generar un impacto social positivo al empoderar económicamente a comunidades desfavorecidas, apoyando a pequeños negocios, la creación de oportunidades de empleo en áreas desfavorecidas o la promoción de programas de formación y desarrollo profesional para personas en situación de desempleo.

Para lograr un impacto ambiental positivo es importante que, dentro de las políticas de sostenibilidad de la empresa, se cuente con políticas que velen por el cuidado del medio ambiente y así reducir en lo posible el impacto derivado tanto de las actividades más cotidianas de la empresa como de sus procesos más complejos para cumplir el objetivo de vigilar la contaminación, el estado de los ecosistemas y la calidad de los elementos naturales.

Llevando a cabo unas buenas políticas ambientales se establecen responsables, se fijan objetivos y metas, se realizan procesos y procedimientos, acciones e indicadores, que conlleven a la contribución de la lucha contra el cambio climático.

Cuando se identifican los aspectos ambientales y se determina su importancia, se puede tener la capacidad de reconocer: Los impactos ambientales positivos al igual que los negativos.

Los impactos ambientales reales y potenciales, la parte o partes del ambiente que pueden ser afectadas, tales como el aire, el agua, el suelo, la flora, la fauna, etc.

CONCLUSIONES

- Se logra demostrar que la empresa Kakaoteros tiene grandes posibilidades de internacionalizar sus productos, especialmente el cacao.
- A partir del estudio de mercado y a través de la matriz allí presentada se pudo determinar que el mercado que mayores beneficios ofrece para la exportación de cacao es el estadounidense debido principalmente a la tendencia de crecimiento que el país ha presentado en la demanda de este producto, de igual manera se logra establecer que la microlozalización será New Orleans.
- De acuerdo a la investigación realizada en cuanto a los precios internacionales de comercialización del cacao, se logra observar que el producto de la empresa kakaoteros tiene grandes posibilidades de competencia en el mercado internacional.
- Realizados los costos de la distribución física internacional y a partir de cotizaciones se logró determinar que la mercancía pasa de un valor EXW de USD1695,08 a un valor CIF de USD 3.243,46
- Analizados los informes financieros de la empresa kakaoteros y teniendo presente los costos que implica la exportación, se pudo determinar que el proyecto cuenta con un valor presente neto positivo, lo que implica que existe una gran viabilidad para la realización del mismo.
- Por otra parte, se muestra como la tasa interna de retorno presenta un mayor porcentaje cuando se realiza el proyecto sin financiamiento.

RECOMENDACIONES

- La principal recomendación una vez realizado el presente proyecto es tener en cuenta las oportunidades de mercado que acá se presentan de tal forma que se pueda llegar a un proceso exitoso de internacionalización
- De acuerdo a la capacidad instalada de la empres se recomienda que la cantidad exportada mensualmente sea de 20 bultos de cacao de 50kg
- Brindar capacitación a los empleados en todas las etapas del proceso, desde la producción hasta el procesamiento y empaquetado, con el fin de asegurar una entrega exitosa del producto.

BIBLIOGRAFÍA

- Cely, L. (2017). Análisis de la cadena productiva del cacao en Colombia: Una revisión desde la teoría del valor compartido. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/34162/2017%0Cely%20Luisa%20Fernanda.pdf?sequence=1>
- Gómez, L. M. (2018). Análisis de viabilidad económica para la exportación de cacao en Pauna, Boyacá. *Revista de Estudios Agroindustriales*, 20(3), 78-94.
- EALDE. (2018, junio 11). *Las teorías del Comercio Internacional*. EALDE Business School. <https://www.ealde.es/teorias-comercio-internacional/>
- Martínez, J. F. (2020). El potencial de exportación del cacao de calidad en Colombia: El caso de Pauna, Boyacá. *Revista de Economía y Desarrollo*, 25(2), 45-62.
- Torres, J. (2021). Análisis de viabilidad para la exportación de cacao en Pauna, Boyacá. *Revista de estudios agroindustriales*. Volumen 15. Pp. 45-62
- González, F. (2021, mayo 26). *¿Qué es el comercio internacional?* Esic.edu; ESIC. <https://www.esic.edu/rethink/management/que-es-el-comercio-internacional>
- (S/f). Scalahed.com. Recuperado el 31 de mayo de 2023, de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r144r/w242w/caso2/descargable_linea.pdf
- <https://www.fedecacao.com.co/post/producci%C3%B3n-cacaotera-present%C3%B3-una-reducci%C3%B3n-del-10-en-2022-por-lluvias>

(S/f). Gov.co. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de

[https://www.corpoboyaca.gov.co/negociosverdes/wp-](https://www.corpoboyaca.gov.co/negociosverdes/wp-content/uploads/2023/04/Portafolio-Negocios-Verdes-2023.pdf)

[content/uploads/2023/04/Portafolio-Negocios-Verdes-2023.pdf](https://www.corpoboyaca.gov.co/negociosverdes/wp-content/uploads/2023/04/Portafolio-Negocios-Verdes-2023.pdf)