

**Estrategias para la exportación de cacao Boyacense en el marco del Tratado
de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur**

Presentado para obtener El Título De
Profesionales en Negocios Internacionales
Universidad Santo Tomás, Tunja

Luisa Fernanda Cely, Paula Maritza Parra

Septiembre, 2017.

Tabla de contenido

Estrategias para la exportación de cacao Boyacense en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur.....	i
Introducción.....	1
CAPÍTULO 1: Problema de investigación.....	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Formulación del problema.....	3
CAPÍTULO 2: Objetivos de la investigación.....	3
CAPÍTULO 3: Justificación de la investigación	4
CAPÍTULO 4: Marco de referencia.....	8
4.1 Marco teórico	8
4.2 Marco Conceptual.....	13
CAPÍTULO 5: Hipótesis de trabajo	14
6.1 Tipo de estudio	14
6.2 Método de investigación.....	15
6.4 Fuentes y técnicas de recolección de la información	15
7.1 Análisis de la oferta Nacional y Boyacense	18
7.1.1 El producto.....	18
7.1.1.1 Producción en Colombia y Boyacá	18
7.1.1.1.1 Producción en Colombia.....	18
7.1.1.1.1.1 Precio promedio nacional del cacao en grano	21
7.1.1.1.2 Producción en Boyacá.....	22
7.1.1.3 Código arancelario en Corea y descripción del producto.....	25
7.1.1.4 Nombres comerciales y categóricos del producto	25
7.1.2 Perfil de la compañía	29
7.1.2.1 Datos básicos y reseña histórica de APROCAMPA.....	29
7.1.2.2 Visión y Misión de APROCAMPA.....	29

7.1.1.6.3 Ventas de APROCAMPA	30
7.1.2.4 Productos y/o servicios de APROCAMPA	30
7.2 Análisis de la demanda	31
7.2.1 Matriz de mercados	31
7.2.1.2 Importadores Asiáticos de Cacao proveniente de Latinoamérica	33
7.2.1.3 Países Asiáticos importadores de cacao con mayor potencialidad	35
7.2.2.3 Clientes potenciales en Corea del Sur	42
Hyesung Cable & Communication Inc	44
Crown Confectionery Co., Ltd.	44
Lotte Confectionery Co., Ltd.	44
Grache Co., Ltd.	44
7.2.2.4 Comportamiento del mercado.....	45
7.2.2.5 Comportamiento del consumidor.	46
7.2.2.6 Consumo Per cápita del producto.	50
7.2.2.7 Productos sustitutos y complementarios	51
7.2.2.8 Características y tendencias del mercado	51
7.3 Comercio Exterior	52
7.3.1 Exportaciones del producto desde Colombia.....	52
7.3.1.3 Exportaciones del producto desde Colombia hacia Corea del Sur	56
7.3.2 Importaciones del producto por parte de Corea del Sur	57
7.4 Logística de exportación desde Colombia a Corea del Sur	59
7.4.1 Servicios marítimos.....	61
7.4.2 Beneficios de un Agente Aduanal.....	62
7.5 Ficha Análisis de la Información Primaria	63
CAPÍTULO 8: Régimen arancelario, requisitos y barreras de ingreso	65
8.1 Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur con respecto al cacao.....	65
8.2 Régimen impositivo nacional	66
8.3 Documentos soporte para la exportación de cacao	67

8.4 Requisitos no arancelarios para la exportación.....	67
8.4.1 Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios	67
8.5 Requisitos de entrada y documentación aduanera	70
8.6 Régimen arancelario	71
8.7 Dificultades en la exportación	72
8.8 Contactos para realizar la exportación.....	73
8.9 Eventos y ferias para presentar el producto	74
8.9 Organizaciones coreanas de interés para la exportación del producto.....	75
CAPÍTULO 9: Análisis de la potencialidad y generación de estrategias.....	76
9.1 Análisis de la potencialidad	76
9.2 Estrategias para la exportación.....	84
9.2.1 Estrategias de Producto	84
9.2.2 Estrategias de Precio.....	88
9.2.3 Estrategia de Distribución	89
9.2.4 Estrategia de Promoción	91
CAPÍTULO 10: Conclusiones y Recomendaciones	93
BIBLIOGRAFÍA.....	95
ANEXOS	98

Índice de Tablas

Tabla 1. Producción de cacao en Boyacá

Tabla 2. Partida Arancelaria para el cacao en Colombia.

Tabla 3. Código arancelario en Corea y descripción del producto

Tabla 4. Nombre en coreano del producto

Tabla 5. Importadores Asiáticos de cacao proveniente de Latinoamérica

Tabla 6. Matriz de Mercados

Tabla 7. Ciudades con empresas procesadoras de cacao en Corea del Sur

Tabla 8. Otras empresas importadoras en Corea del Sur

Tabla 9. Requerimientos de las empresas importadoras

Tabla 10. Países importadores de cacao colombiano

Tabla 11. Países asiáticos importadores de cacao colombiano

Tabla 12. Exportaciones del producto desde Colombia a Corea del Sur

Tabla 13. Países exportadores de cacao a Corea del Sur 2014-2016

Tabla 14. Ficha análisis de la información primaria

Tabla 15. Régimen impositivo nacional

Tabla 16. Documentos soporte para la exportación del cacao

Tabla 17. Instituciones coreanas de comercio exterior

Tabla 18. Eventos y ferias para presentar el producto

Tabla 19. Organizaciones coreanas para exportar el producto

Tabla 20. Verificación del cumplimiento de los requisitos

Tabla 21. Análisis de la potencialidad

Tabla 22. Análisis FODA cruzado

Índice de Figuras

Figura 1. Producción Nacional registrada de cacao en grano por departamentos 2007-2016

Figura 2. Precio promedio nacional del kilo de cacao en grano

Figura 3. Área Sembrada, área cosechada, producción y rendimiento del cultivo de cacao según departamento 2013-2014

Figura 4. Comercialización de cacao de APROCAMPA

Figura 5. Ventas de chocolate en Corea del Sur 2010 al 2015

Figura 6. Participación en las importaciones de cacao y chocolates por tipo de producto

Figura 7. Consumo per cápita de Chocolate por países

Figura 8. Valor de exportaciones vía marítima y aérea desde Colombia a Corea del Sur

Figura 9. Ruta comercial entre Colombia y Corea del Sur

Figura 10. Frecuencia y tiempo de tránsito desde los puertos de Colombia

Figura 11. Símbolos del tipo de material del empaque

Figura 12. Aranceles para el cacao en Corea del Sur

Introducción

El siguiente proyecto de investigación tiene como objetivo generar estrategias para la exportación de cacao desde el departamento de Boyacá hacia Corea del Sur, buscando determinar la potencialidad que tiene el producto en el país meta a partir de los lineamientos que dicta su exportación y los parámetros planteados por el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur de manera que se puedan ofrecer posibles variables que culminen en una exportación exitosa hacia este país.

Para ello se llevará a cabo un análisis de la oferta correspondiente al sector cacaotero boyacense, estudiando así su actual producción, sus clientes, sus principales competidores, las fortalezas con las que cuenta y por supuesto sus debilidades. En segundo lugar, se estudiará el mercado meta de Corea del Sur, evaluando su comportamiento de consumo, sus actuales importaciones con respecto a este producto y los requerimientos para la exportación.

Finalmente, teniendo en cuenta toda la información recopilada se analizará la potencialidad del sector, se generarán tácticas y actividades para lograr el objetivo del proyecto de investigación, es decir el diseño de estrategias, vistas principalmente desde el producto, la promoción, el precio y la distribución, para la exportación efectiva de cacao desde el departamento de Boyacá con destino a Corea del Sur.

CAPÍTULO 1: Problema de investigación

1.1 Planteamiento del problema

El departamento de Boyacá no cuenta con exportaciones significativas de cacao y tampoco cuenta con estrategias ligadas al fomento en las exportaciones de este y otros productos (Rodriguez, 2016, párr.3). Es aquí donde se observa la falta de aprovechamiento de esta tierra, donde predomina el sector agrícola enfatizando en este caso en el sector cacaotero, desarrollado principalmente en el occidente del departamento de Boyacá.

El occidente de Boyacá está volcando su producción al cacao después de tener una gran inclinación a la extracción de esmeraldas. Para el año 2016 Boyacá ocupó el onceavo puesto en producción anual de cacao con 1021 toneladas y el crecimiento en la producción desde el año 2007 al 2016 fue de 95%, debido a que en este último año la cantidad producida llegó a ser 1021 toneladas, mientras que en el año 2007 dicha cifra no superó las 57 toneladas (FEDECACAO, 2016, p.3). Este incremento ha sido tal que la capacidad productiva podría llegar a abastecer mercados internacionales.

El cacao está supliendo el mercado regional y nacional pero no ha llegado a ser exportado. Esto se debe a la escasa o nula creación de estrategias para aprovechar la potencialidad exportadora, donde se evalué la producción interna y se analicen mercados que puedan ser potenciales importadores del producto. (Villamil, 2015, párr. 17)

En Colombia y en el caso específico de Boyacá se producen y comercializan en su mayoría materias primas que al llegar al extranjero son transformadas y luego enviadas de vuelta a los países productores a un mayor precio. Este es un problema típico de los países agrícolas; el hecho de no suministrar un valor añadido a sus productos y venderlos a países que aunque no tengan los medios para su producción si poseen capital industrial para su transformación. Es allí, donde se genera un desaprovechamiento de oportunidades comerciales, nuevos socios y la captación de clientes potenciales alrededor del mundo.

A partir de esto se puede determinar que el principal problema al que daría solución el presente proyecto de investigación es el desaprovechamiento del potencial exportador que tiene el cacao del departamento por parte de los cacaoteros del Occidente de Boyacá y de los organismos gubernamentales regionales y nacionales que promueven prácticas de comercio internacional.

1.2 Formulación del problema

¿Qué estrategias se pueden formular para efectuar una exportación exitosa de cacao boyacense a Corea del Sur dentro del marco del TLC entre Colombia y Corea del Sur?

CAPÍTULO 2: Objetivos de la investigación

2.1 Objetivo General

Diseñar estrategias para la exportación de cacao procedente del departamento de Boyacá hacia Corea del Sur, dentro del marco del TLC entre Colombia y Corea del Sur.

2.2 Objetivos específicos

- Evaluar la oferta de cacao boyacense con respecto a la demanda del mercado surcoreano y las variables que inciden en su consumo.
- Analizar la normatividad técnica y legal para la exportación de cacao boyacense en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur.
- Determinar las potencialidades del sector cacaotero del departamento de Boyacá a partir del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur.

CAPÍTULO 3: Justificación de la investigación

Con la conformación bilateral del tratado de libre comercio suscrito entre Colombia y Corea del sur, el cual entró en vigencia el 15 de julio del año 2016, “se encontró que la desgravación de cacao crudo es inmediata” (Mincomercio, 2016, p. 38), lo cual representa un potencial relevante para este proyecto de investigación, donde además, se espera que la información recolectada ofrezca unos parámetros para determinar las estrategias relacionadas al producto, manejando los estándares exigidos por Corea del Sur tanto en temas legales como de consumo.

Para justificar esta investigación se hace necesario responder a la pregunta acerca de su importancia y los beneficios que traerá para la sociedad, además de determinar el motivo de su

estudio y el contexto en el que se desarrolla, de manera que se logre entender el por qué, el para qué, su factibilidad y su viabilidad.

Resulta beneficiosa una investigación sobre las estrategias que se pueden generar a raíz de las potencialidades del sector cacaotero para la exportación de su producto a Corea del Sur, porque permite determinar la capacidad productiva interna, las características de la oferta local, los demandantes actuales, las oportunidades y las exigencias; viabilizando la exportación.

Con el análisis de los mercados internacionales, se logra identificar con mayor precisión a los países con alto o bajo potencial para adquirir el producto dependiendo de los comportamientos de consumo y las características de la demanda. Lo anterior nos orienta para entender el porqué de la realización del presente proyecto de investigación, ya que como es bien sabido la internacionalización de las empresas representa un beneficio significativo para las naciones. Debido a los ingresos que se logran con su realización, se pueden beneficiar familias productoras, empresas transformadoras, la región y el país exportador mejorando así la calidad de vida de sus habitantes.

Sin embargo, todos estos beneficios no se pueden ver materializados si no se estructuran mecanismos que evalúen el potencial que tienen los productos para ser vendidos a clientes internacionales; en cuanto a requerimientos de los demandantes, estructura de la oferta y costos.

Es allí donde los estudiosos de los negocios internacionales entran a jugar un rol importante, estudiando la oferta nacional de los diferentes productos, sus características, su posición en el comercio internacional y los beneficios económicos que traería su exportación,

además de proponer estrategias que favorezcan la realización de estos procesos de internacionalización, de manera que sea más eficaz su resultado.

Decidido el porqué de la investigación, resulta más sencillo analizar el para qué de la misma. Este proyecto ha tomado como producto base el cacao, por razones que más adelante serán presentadas y que justificarán la viabilidad del proyecto dirigido a Corea del Sur.

Esta investigación servirá no solo para presentar el potencial que tiene el cacao en el mercado meta, argumentando la viabilidad de su exportación y proporcionando estrategias para hacerlo atractivo, sino también para fomentar el acompañamiento de las entidades gubernamentales en el mejoramiento de los procesos productivos, hacer uso de la promoción del cultivo boyacense e impulsar la creación de empresas para que produzcan y exporten sus productos a países con consumidores potenciales.

Corea del Sur, además de ser un país con una alta capacidad de compra “está posicionado, como el octavo importador del mundo” (PROCOLOMBIA, 2016, p.2). La república de Corea, tiene como principales productores agroindustriales a países como, Estados Unidos, China, Japón, Alemania y Arabia Saudita; es aquí donde Colombia podría llegar a hacer uso del Tratado de libre comercio exportando productos pertenecientes a este sector para ganar terreno en el país asiático.

De acuerdo a la adquisición del Cacao por parte del mercado surcoreano, se encontró que hay preferencia por los productos Premium (PROECUADOR, 2012, p.7), y Colombia en general cuenta con un cacao denominado de fino sabor y aroma, lo cual, representa una

oportunidad que se debe tener en cuenta a lo largo de esta investigación. Por lo anterior, se identificó que la región del occidente Boyacense cuenta con un producto digno de estudio; con este producto se busca identificar cuáles estrategias le darían mayores oportunidades de penetración en el mercado surcoreano, teniendo como epicentro el acuerdo de libre comercio firmado entre Colombia y Corea del sur.

Cabe destacar el hecho de que el Cacao boyacense goza de prestigio nacional e internacional, debido a su nombramiento como el mejor Cacao de Colombia, el cual fue atribuido en “el concurso ‘Cacao de Oro de Colombia’, organizado por la Embajada de Suiza - SECO y su aliada, la Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico (Swisscontact)” (FINAGRO, 2016, párr.5). Es por esto que, la investigación toma una orientación optimista desde la parte regional, al implementar una visión internacional con las estrategias enfocadas en el mercado surcoreano mientras se tiene en cuenta el ámbito y la ejecución local.

La investigación beneficiará a los productores de cacao del municipio de Boyacá, puesto que no existen las suficientes herramientas, como la información recopilada y pertinente relacionada a la incursión de su producto en territorio Surcoreano, la cual generaría un conocimiento para realizar un análisis y tomar decisiones de negocio.

CAPÍTULO 4: Marco de referencia

4.1 Marco teórico

4.1.1 Teoría de la ventaja absoluta.

Adam Smith, el padre de la economía, a través de su libro *La riqueza de las Naciones* (1776), trató de explicar cómo los países y los mercados desarrollan sus procesos productivos en la sociedad. Su contribución principal fue la creación de la teoría de la Ventaja absoluta y la división del trabajo.

En cuanto a la ventaja absoluta, Smith explica que para crear un producto para intercambiar es necesario el elemento más importante de la sociedad: el trabajo humano. Smith señala, que un país puede producir con mayor velocidad cierto producto, si posee una mano de obra más capacitada y materia prima de mejor calidad, frente a otros países que lo pueden lograr en un mayor tiempo; a esto le llamo la ventaja absoluta.

Smith, agrega que cada país debe especializarse en un producto en el que tiene habilidades especiales y diferentes a los demás. De manera que si cada país se dedica a producir aquel producto en el que es altamente eficaz, se podrá realizar un intercambio de productos, donde los países que intercambian los productos, tengan ahora lo mejor del otro país (Czinkota, Ronkainen and Moffett, 2007,p.139).

Esta teoría es de alta utilidad para entender la problemática del proyecto debido a que Smith propone un sistema donde un país se especializa en un producto que tiene ventaja comparativa frente a los demás, dicha ventaja le permite producir el producto a menor costo que otros países. En este caso dicho país es Colombia y el producto al que se hace referencia es el cacao, el cual como materia prima cuenta con características especiales que pueden ser requeridas por consumidores en otras partes del mundo. Es allí donde Colombia debe aprovechar sus ventajas y exponerlas al mercado internacional.

4.1.2 Teoría de la ventaja comparativa.

David Ricardo, en su libro *On the principles of Political Economy and Taxation* (1819), demostró que cuando un país tiene ventaja absoluta en la producción de dos productos, otro país puede tener una ventaja comparativa en uno de los dos productos, a esto lo llamó Ventaja comparativa. Entonces, cada país tendría una ventaja comparativa en la producción de un producto y ambos se verían beneficiados al comerciar el uno con el otro.

David Ricardo también afirma que “un país no puede tener ventaja comparativa en la producción de ambos productos, así que cada país tiene un papel económico a desempeñar en el comercio internacional” (Czinkota, Ronkainen and Moffett, 2007, p.142).

De manera que cada país debería especializarse en el producto que tiene ventaja comparativa, y debido a que no solamente quieren suplir sus necesidades por medio de este único producto, es necesario y efectivo el intercambio de productos con otros países que tengan la

ventaja comparativa en bienes diferentes.

Se puede articular lo dicho anteriormente con el proyecto a través de los factores que favorecen a Colombia para poseer una ventaja comparativa. Colombia al ser un país principalmente agrícola, posee gran variedad de productos que son requeridos en todas partes del mundo. En el caso de Corea del Sur, el cacao no es una materia prima que se produzca a nivel interno y deben abastecerse a través de las importaciones (PROECUADOR, 2012, p.4). Es en este escenario en el que Colombia puede aprovechar sus ventajas comparativas para exportar aquel bien que en otros países es requerido debido a su baja o nula producción.

4.1.3 Teoría de los rangos de productos traslapados de Linder.

Staffan Burenstam Linder buscó dar explicación a algunos de los determinantes del comercio internacional, en la demanda.

Linder determinó que en las industrias basadas en recursos naturales, el comercio en verdad era determinado por los costos relativos de producción y los factores de dotación, mientras que el comercio de bienes manufacturados era dictado por la similitud de las demandas de productos entre países. También afirmó que, los países que tienen mayores ingresos y PIB per cápita más amplio, exigen un nivel de complejidad y calidad de los productos mayor que aquellos países cuyo PIB per cápita es más reducido. Donde “el rango total de la sofisticación exigida por los residentes de un país es determinada en mayor grado por su nivel de ingresos”. (Czinkota, Ronkainen and Moffett, 2007, p.162)

La segunda afirmación hecha por Linder se basa en la eficacia de desarrollar mercado en países extranjeros. Linder afirma que es muy difícil que una empresa labore con 100% de eficacia en un país diferente al de su origen, debido a que la empresa tiene la experiencia de laborar en su propio mercado nacional y aún no ha forjado la experiencia en el mercado extranjero, es decir tiene un alto riesgo de cometer un error por el bajo índice de experiencia en el mercado meta. Por esto es necesario que el empresario se enfoque primero en desarrollar su mercado en el país original y luego se traslade a un mercado extranjero, aunque esto represente riesgos. (Czinkota, Ronkainen and Moffett, 2007, p.162)

Esta teoría es de alta utilidad para tener en cuenta durante el desarrollo del proyecto, ya que se debe analizar las características económicas y las exigencias del mercado al cual se quiere llevar el producto, en este caso, Corea del Sur.

Adicionalmente, Linder asegura que una empresa que llegue al extranjero sin una experiencia previa puede tener mayor riesgo de cometer errores, es por ello que se hace necesario estudiar el mercado meta y plantear mecanismos para la reducción de dichas fallas en el proceso de exportación o internacionalización de las empresas.

4.1.4 Teorías de especialización: supuestos y limitaciones.

Entre una de las limitaciones de esta teoría se encuentran los costos de transporte, puesto al expresar que, "si cuesta más transportar los bienes que lo que se ahorra por medio de la

especialización, entonces las ventajas del comercio se invalidan " (Daniels, Radebaugh and Sullivan, 2007, p.234)

Esta limitación es importante, ya que Colombia es reconocida por tener altos costos en el transporte de productos internamente, además, dicha teoría advierte sobre la importancia en la evaluación de los costos logísticos, de manera que se pueda determinar si la exportación genera la recuperación de la inversión y las utilidades necesarias en la venta del producto, teniendo en cuenta, que el fin último de todo proceso de exportación e importación es la obtención del beneficio económico.

4.1.5 Teoría Heckscher-Ohlin.

Eli Heckscher y Bertil Ohlin (1933) propusieron otra explicación para la ventaja comparativa dada por David Ricardo, donde mencionaba que la ventaja comparativa se alcanza dependiendo de los factores productivos de los países, es decir, el factor laboral. Heckscher y Ohlin propusieron otra justificación, donde afirmaban que la ventaja comparativa se obtiene dependiendo de la cantidad de recursos como tierra, trabajo y capital, a lo que llamaron Dotación de factores. Esta dotación es la que marca la diferencia en los costos de producción de los diferentes países, es decir, cuando más abunda un factor, más barato resulta. La teoría Heckscher Ohlin muestra que los países exportarán aquellos factores que abundan en su suelo e importarán aquellos que tienen en escasez. (Czinkota, Ronkainen and Moffett, 2007, p. 149)

4.2 Marco Conceptual

Para comprender a plenitud el presente proyecto de investigación, es necesario aclarar el concepto de capital productivo, capacidad industrial, valor añadido, potencial exportador, oportunidad comercial y clientes potenciales, que a continuación se presentan.

Una empresa tiene capacidad productiva e industrial cuando posee la materia prima, el capital financiero de mano de obra y de maquinarias para crear un producto o servicio. En este caso, el capital industrial refleja a aquellas empresas que poseen la capacidad para transformar el cacao en un producto con valor añadido como el chocolate. Cuando a una materia prima o a cierto producto se le proporciona un valor adicional que es identificable por el consumidor y que permite el aumento de su precio se le conoce como valor añadido.

Las empresas que poseen las anteriores características pueden evaluar si poseen potencial exportador, es decir, si tienen la capacidad productiva para suplir una demanda internacional y cumplir con los requisitos o exigencias para hacerlo.

Para identificar el potencial exportador, no sólo es necesario evaluar la capacidad interna de la empresa, sino la demanda en el país meta. Cuando existe un mercado con una necesidad y consumidores con capacidad de compra del producto se dice que existe oportunidad comercial y clientes potenciales. Solo con estos elementos se puede determinar la efectividad de una exportación o de un proceso de internacionalización.

CAPÍTULO 5: Hipótesis de trabajo

El tratado de libre comercio entre Colombia y Corea del Sur genera altas potencialidades para la exportación del cacao boyacense permitiendo así, la generación de estrategias basadas en las 4P del marketing (el producto, el precio, la distribución y la promoción), dando pie a la generación de mecanismos adecuados para lograr su exportación exitosa.

CAPÍTULO 6: Metodología

6.1 Tipo de estudio

El presente proyecto de investigación se llevará a cabo bajo un tipo de estudio mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, debido a que se analizará la información de primera mano que involucre el acuerdo de libre comercio entre Corea del Sur y Colombia, así como todos los aspectos relacionados con las características y oferta del cacao boyacense; investigación teórica que se llevará a cabo por medio del estudio de artículos, libros, revistas científicas, artículos digitales y trabajos previos realizados sobre el tema. De la misma manera se llevará a cabo un estudio de datos estadísticos que permitirán analizar los flujos comerciales entre Corea del Sur y Colombia, específicamente en el sector agrícola y cacaotero; además de analizar las estadísticas de producción, distribución y venta del cacao del Departamento de Boyacá.

6.2 Método de investigación

La investigación tendrá un rasgo de tipo exploratorio, descriptivo y analítico; de tipo exploratorio debido a que va a familiarizar al investigador con el problema a través del estudio de casos y documentos científicos; de tipo descriptivo ya que permitirá lograr la integración y la asociación entre las variables que hacen parte del problema; y finalmente se realizará un estudio analítico que buscará estudiar la información recolectada a través de datos primarios y secundarios para dar respuesta a la pregunta planteada en la formulación del problema.

6.3 Población y Muestra

- Población: 1200 productores de Cacao del departamento de Boyacá, Colombia.
- Muestra: (Muestra por conveniencia): Productores de APROCAMPA, Asociación conformada por 174 cacaoteros del municipio de Pauna, Boyacá.

6.4 Fuentes y técnicas de recolección de la información

De acuerdo con los documentos a utilizar, estos se dividirán en:

Primarios, los cuales provienen de fuentes que transmiten información de manera directa y de primera mano, como las entrevistas a profundidad. Con ellas se pretenderá obtener información de carácter abierta, a través de personas o entidades tales como, expertos en producción, funcionarios de FEDECACAO, PROCOLOMBIA, DIAN, líderes de asociaciones

productoras, como es el caso de APROCAMPA, entre otras que otorguen datos relacionados con la producción del cacao y su viabilidad de exportación.

Por otra parte se utilizarán fuentes secundarias, las cuales describen los datos previamente recogidos de las fuentes primarias, por ejemplo las bases de datos o revisiones sistemáticas, el estudio de libros, artículos científicos, tesis entre otras fuentes bibliográficas, las cuales, mantendrán unas pautas que permitan la revisión de los documentos, así como, la tenencia de su fiabilidad y de su validez, con el fin de crear bases sólidas que lleven a la contestación de la hipótesis planteada.

6.5 Tratamiento de la información

El análisis cualitativo se ejecutará a través de la organización de los datos recogidos, transcripción y codificación. Generando unidades de significado y categorías y estableciendo relaciones de conceptos.

No obstante, el análisis de datos cuantitativos también será necesario para llegar a una conclusión exacta de la situación, lo cual se analizará por medio de instrumentos estadísticos de análisis, donde se evalúen entre otras las tendencias de crecimiento de la producción, la capacidad productiva y la demanda en el mercado meta, con lo cual se pueda llegar a resultados más exactos que complementen en análisis de la información cualitativa. Esta tarea se llevará a cabo a través de la exploración de los datos, al analizarlos descriptivamente por variables y evaluando la confiabilidad y validez de la información.

El análisis de la información se llevará a cabo a través de la triangulación de datos, analizando los provenientes de distintas fuentes y llegando a conclusiones comunes, lo cual involucra estudiar cada pieza de los datos en sí misma y en relación con los demás.

La conclusión final se logrará a través de la creación de un sistema que permita categorizar, sistematizar y hallar similitudes entre la teoría presentada, la información encontrada y los resultados de las entrevistas; para concluir si la hipótesis planteada es correcta o no.

CAPÍTULO 7: Análisis de la Oferta y la Demanda

Para analizar la oferta de cacao, es necesario remitirse a la producción del mismo a nivel nacional, con un enfoque en el departamento de Boyacá y en las zonas productoras importantes, como Pauna y otros municipios ubicados en el Occidente de Boyacá. De esta manera se determinará la cantidad de producción y la calidad requerida del producto.

Para llevar a cabo el análisis de la oferta es necesario estudiar la muestra seleccionada, es decir, la asociación APROCAMPA, de donde se obtendrá información acerca del producto, sus atributos y características, así como la cantidad de producción y verificación del cumplimiento de los requisitos de exportación.

7.1 Análisis de la oferta Nacional y Boyacense

7.1.1 El producto

7.1.1.1 Producción en Colombia y Boyacá

7.1.1.1.1 Producción en Colombia.

“Colombia cuenta con una potencialidad de 2 millones de hectáreas aptas para el desarrollo de cultivos de cacao, lo que lo ubicaría como uno de los principales cultivadores de cacao en el mundo”. (swisscontact.org, 2014, p.5), en la investigación realizada por PROEXPORT.

Las propiedades del cacao nacional, tienen gran reconocimiento internacional. “El cacao colombiano es conocido por ser de gran calidad, exclusivo para el uso de chocolates finos por su punto de acidez y equilibrio. Colombia compite en esta variedad principalmente con Venezuela, Ecuador, Perú y República Dominicana” (swisscontact.org, 2014, p.5), lo cual, indica que Colombia puede ser incluido en la lista de los mercados importadores, como uno de sus principales socios a la hora de adquirir este producto, debido a sus cualidades de tipo Premium.

“Para el caso del cacao, un sector que quiere llegar a ser tan representativo como el café, la producción creció 3,6 % en 2016, al pasar de 54.798 toneladas a unas 56.785” (Minagricultura.gov.co, 2017, párr.1) esto quiere decir, que el cacao está tomando cada vez más

fortaleza con el apoyo de los planes de acción generados desde las normativas colombianas que ven en la agricultura un aliciente para mejorar el desarrollo económico y social.

Del mismo modo, en la página oficial del ministerio de agricultura se encontró parte de sus planes a futuro expresados de la siguiente manera: “Continuaremos apoyando la importante labor de las 35.000 familias productoras de cacao que hemos venido acompañando en programas de siembra nueva, renovación de cacaotales envejecidos, mejora de infraestructura para el manejo poscosecha, planes nutricionales, investigación, comercialización y asistencia técnica, entre otros”, agregó el jefe de la cartera agropecuaria. Min Agricultura ha invertido más de \$38 mil millones en apoyos que han beneficiado a más de 21 mil familias”. (Minagricultura.gov.co, 2017, párr.3). En medio de la apuesta por apoyar la agricultura colombiana, se han generado importantes avances plasmados en un incremento en la producción del cacao.

Estas familias campesinas, que proveen a la población de productos tales como el cacao, abren al mismo tiempo el camino para que los profesionales generen investigaciones acerca de los posibles mercados en los que se puede incursionar y dinamizar así, la economía.

En Colombia, la producción de cacao está liderada por departamentos como Santander, Arauca, Antioquia, Huila, Tolima, Cundinamarca, Nariño, Meta, Norte de Santander, Cesar y Boyacá (FEDECACAO, 2016, p.3). En la siguiente gráfica se puede apreciar la producción en los últimos años de los principales departamentos productores de Colombia.

DEPTO/AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
SANTANDER	16.723	18.178	17.272	19.411	16.165	16.225	19.517	19.085	22.424	22.117
ARAUCA	1.889	4.179	3.967	3.988	6.495	4.501	4.532	5.448	5.629	6.398
ANTIOQUIA	2.133	2.052	2.030	3.254	2.537	3.377	3.478	3.553	4.391	5.285
HUILA	3.535	3.323	3.009	4.237	2.172	3.708	3.166	3.301	3.787	4.159
TOLIMA	1.596	2.114	2.059	2.892	1.569	1.986	3.054	2.515	3.547	3.527
CUND/MARCA	1.066	849	551	957	630	944	1.477	1.573	1.604	2.141
NARIÑO	1.660	1.970	1.795	1.152	2.289	2.882	2.711	2.763	2.876	2.059
META	652	622	676	965	199	1.023	1.155	1.486	1.592	1.843
N.SDER	1.756	1.454	1.339	1.609	1.002	2.153	1.779	1.428	1.814	1.656
CESAR	559	944	882	735	729	914	1.178	1.243	1.046	1.169
BOYACA	57	100	219	201	563	446	810	683	1.030	1.021
PUTUMAYO	0	0	10	126	437	330	503	590	868	1.004
CALDAS	545	600	491	497	166	287	561	421	452	820
VALLE	513	353	452	716	913	725	527	953	558	690
CORDOBA	90	119	81	216	221	249	358	437	485	659
CAUCA	173	286	263	331	287	373	310	414	450	583
CHOCO	31	20	61	19	24	212	322	385	332	454
BOLIVAR	10	212	314	213	196	307	420	349	448	373
MAGDALENA	140	194	192	238	181	230	186	162	200	366
GUAVIARE	0	0	0	0	14	59	0	83	146	155
CAQUETA	73	106	139	123	145	149	149	207	113	106
RISARALDA	270	37	238	405	256	508	308	394	701	64
QUINDIO	0	0	0	0	0	0	4	9	46	60
CASANARE	6	6	56	4	12	82	151	247	253	56
GUAJIRA	0	0	8	0	0	1	5	2	2	7
SUCRE	0	0	0	0	0	0	1	1	0	6
VICHADA									2	3
AMAZONAS	0	0	0	0	0	0	0	-	-	2
ATLANTICO	0	0	1	0	0	0	0	-	-	1
GUAINIA	4	2	12	5	0	0	77	-	1	
TOTAL	33.480	37.719	36.118	42.294	37.202	41.671	46.739	47.732	54.798	56.785

Fuente: FEDECACAO - Estadística y Recaudo

Figura 1. Producción Nacional registrada de cacao en grano por departamentos 2007-2016 Toneladas

Fuente: FEDECACAO (2016) (p.2).

Según la gráfica anterior, el departamento líder en producción de cacao es Santander con un rendimiento superior a las 15000 toneladas anuales; para el año 2016 su producción fue de 22117 toneladas. En el caso de Boyacá, para el año 2016 ocupó el onceavo puesto en producción anual de cacao con 1021 toneladas.

7.1.1.1.1 Precio promedio nacional del cacao en grano

Según cifras presentadas por FEDECACAO (2017), el kilogramo de cacao en grano tiene un precio promedio actual de \$6045, no obstante, su precio tuvo una disminución importante con respecto al año anterior, el cual había sido de \$8068 (p.5).

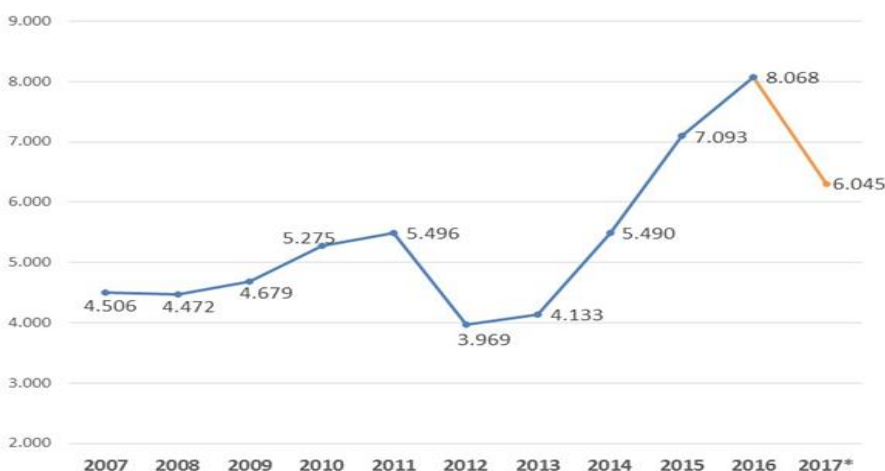


Figura 2. Precio promedio nacional del kilo de cacao en grano COP

Fuente: FEDECACAO (2017) (p.5)

La caída del precio del cacao del año 2016 al 2017 se debe a factores externos, como la cotización de las bolsas en New York y el comportamiento del dólar en Colombia. El gerente de FEDECACAO, Eduard Baquero López, comentó en una entrevista realizada por el periódico La Vanguardia que “En el mercado externo, el cacao se conoce como un ‘commodity’ o materia prima que se caracteriza por ser un producto uniforme en el que cada porción o parte individual

sirve igual que otra, por eso, cuando sube demasiado el valor de un producto, la demanda se baja, esperando un incremento en la oferta, y así los precios se regulan” (La Vanguardia, 2017, párr.5).

En Pauna, el precio del kilo de cacao oscila entre los \$6000 y los \$8000, no obstante, en el último año el precio se ha visto constante en los \$6000 por kilogramo. (García, Ángel, comunicación virtual, 24 de julio de 2017)

7.1.1.1.2 Producción en Boyacá.

El cacao boyacense tiene la cualidad de ser un cacao de alta calidad, de sabor cítrico y olor agradable. “En Boyacá existen 4495 hectáreas de este producto donde se producen anualmente 2600 toneladas en 20 municipios como Buenavista, Campohermoso, Cooper, Cubará, La Victoria, Labranzagrande, Maripí, Miraflores, Muzo, Otanche, Páez, Pauna, Paya, Puerto Boyacá, Quípama, San Luis de Gaceno, San Pablo de Borbur, Santa María, Cubará y Tununguá.” (Medina, A, 2016, párr. 4)

En Boyacá, existen 23 asociaciones que se dedican al cultivo del cacao en la región, las cuales reúnen a un total de 4500 familias. “La mayoría de asociados antes sembraban coca. La historia en la zona ha cambiado mucho, pasaron de una guerra de esmeraldas y paramilitar a cultivos ilícitos, para estar ahora en la legitimidad con el cacao” (Cañón, L, 2016, párr. 2).

En Pauna, se encuentra la asociación de cacaoteros APROCAMPA, que agrupa a un total de 174 familias dedicadas a la producción de cacao. Su producción es dirigida principalmente al

consumo doméstico y a la venta en mercados municipales. Dicha asociación fue premiada en el año 2014 con el reconocimiento “El mejor cacao de Colombia” por las cualidades y características que el producto posee, entre ellas su olor y su sabor cítrico. A partir de la obtención del premio, el cacao fue expuesto en una convención en Suiza como un cacao fino para la fabricación de productos de alta calidad. (FINAGRO, 2014, párr. 11)

Departamento	Área Sembrada (ha)				Área Cosechada (ha)				Producción expresada en Grano Seco				Rendimiento (t/ha)		
	2013		Variación (%)	Participación (%)	2013		Variación (%)	Participación (%)	Producción (t)		Variación (%)	Participación (%)	2013		Variación (%)
	2013	2014			2013	2014			2013	2014			2013	2014	
TOTAL	188.405	194.225	3,1	100,0	150.092	154.906	3,2	100,0	78.363	83.125	6,1	100,0	0,52	0,54	2,8
Santander	45.555	46.039	1,1	23,7	39.169	34.691	-11,4	22,4	21.542	18.826	-12,6	22,6	0,55	0,54	-1,3
Nariño	19.527	21.845	11,9	11,2	13.636	19.203	40,8	12,4	4.532	7.641	68,6	9,2	0,33	0,40	19,7
Antioquia	18.822	19.737	4,9	10,2	13.782	14.889	8,0	9,6	7.725	8.839	14,4	10,6	0,56	0,59	5,9
Norte de Santander	17.521	16.198	-7,6	8,3	17.220	15.849	-8,0	10,2	8.425	7.871	-6,6	9,5	0,49	0,50	1,5
Arauca	15.596	15.059	-3,4	7,8	12.620	12.145	-3,8	7,8	7.572	8.396	10,9	10,1	0,60	0,69	15,2
Tolima	10.604	10.850	2,3	5,6	9.135	9.866	8,0	6,4	4.849	5.238	8,0	6,3	0,53	0,53	0,0
Bolívar	7.835	7.916	1,0	4,1	5.496	5.567	1,3	3,6	2.390	2.574	7,7	3,1	0,43	0,46	6,3
Huila	7.566	7.076	-6,5	3,6	6.613	6.487	-1,9	4,2	3.305	3.305	0,0	4,0	0,50	0,51	1,9
Meta	6.212	6.808	9,6	3,5	3.557	5.027	41,3	3,2	2.099	2.992	42,5	3,6	0,59	0,60	0,9
Cesar	6.377	6.643	4,2	3,4	5.871	6.398	9,0	4,1	2.349	2.934	24,9	3,5	0,40	0,46	14,7
Cundinamarca	4.959	5.191	4,7	2,7	4.026	4.187	4,0	2,7	2.397	2.388	-0,4	2,9	0,60	0,57	-4,2
Chocó	4.590	5.046	9,9	2,6	2.954	3.925	32,9	2,5	1.150	1.418	23,3	1,7	0,39	0,36	-7,2
Boyacá	4.745	4.923	3,7	2,5	3.544	3.975	12,2	2,6	2.421	2.656	9,7	3,2	0,68	0,67	-2,2
Caquetá	3.317	4.117	24,1	2,1	1.542	1.434	-7,0	0,9	872	899	3,1	1,1	0,57	0,63	10,9

Figura 3. Área Sembrada, área cosechada, producción y rendimiento del cultivo de cacao según departamento 2013-2014

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Secretarías de Agricultura Departamentales. Alcaldías Municipales. (2014) (p.2)

Extraído de: Agronet.gov

Esta tabla indica que Boyacá, en el periodo comprendido entre los años 2013 y 2014, alcanzó la posición número trece, como departamento que obtuvo las siguientes cifras ponderadas en la producción de cacao: en cuanto a área sembrada de 2.5%, en el área cosechada

de 2,6%, en su producción en grano seco de 3.2% y en el rendimiento (t/ha) se obtuvo una disminución con un valor de -22%.

Tabla 1

Producción de cacao en Boyacá (Toneladas)

Año	Producción de cacao en Boyacá (Toneladas)	Año	Producción de cacao en Boyacá (Toneladas)
2007	57	2012	446
2008	100	2013	810
2009	219	2014	683
2010	201	2015	1030
2011	563	2016	1021

Nota: Tomada de FEDECACAO (2017), Elaboración propia.

La Tabla 1 muestra la producción de cacao Boyacense entre 2007 y 2016, en donde se observa un incremento progresivo que llegó a las 1021 toneladas para 2016.

7.1.1.2 Código arancelario en Colombia y descripción del producto

Tabla 2

Partida Arancelaria para el cacao en Colombia

Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Desde
ARIAN	1801.00.11.00	01-ene-2007

Nota: tomada de Dian (s,f).

La descripción de la partida arancelaria, según la página de la DIAN, correspondiente al código 1801.00.11.00 es: el Cacao y sus preparaciones, Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado. - implementando para este caso, como unidad física al kilogramo.

7.1.1.3 Código arancelario en Corea y descripción del producto

Tabla 3

Partida Arancelaria para el Cacao en Corea del Sur.

Subpartida	Descripción
1801.00	Grano de Cacao (Entero o quebrado, que incluye el grano tostado)
1801.00.1000	Cacao en grano sin tostar
1801.00.2000	Cacao en grano tostado

Nota: tomada de PROECUADOR (2012) (p.3), y esta información fue extraída de KITA.

7.1.1.4 Nombres comerciales y categóricos del producto

Para Corea del Sur, este producto tiene las siguientes traducciones al lenguaje Coreano según la investigación realizada por PROECUADOR (2012, p.3), donde además, se deja claro que es un grano que sirve de materia prima para la elaboración del Chocolate.

Tabla 4

Nombre en Coreano del producto

Cacao	코코아	Kokoa
Chocolate	초콜릿	Chokollis

Nota: Tomada de la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR (2012) (p.3).

En cuanto al Nombre del cacao, en español podemos encontrar su nombre científico el cual es: Theobroma (traducido del griego como “la comida de los Dioses”) y hace parte de la familia Esterculiáceas (Oficina Comercial del Ecuador en México, 2012, p.6).

Hay conceptos relacionados entre sí acerca de este producto, en primer lugar, el cacao, se relaciona al fruto del cacaotero y a las semillas que están en su fruto, en segundo lugar, el producto que resulta de realizar la fermentación y secado de las semillas contenidas en el fruto. Por último, se refiere a la obtención de polvo seco, debido a la molienda de los granos, siendo extraída de forma total o parcial su grasa (Oficina Comercial del Ecuador en México, 2012, p.6).

7.1.1.5 Características del producto.

Según el informe presentado por Finagro (2014), el cacao boyacense fue seleccionado como el mejor cacao de Colombia debido a su fino aroma y sabor cítrico, además fue destacada la región por su esfuerzo al contrarrestar las dificultades que ha traído consigo la violencia durante tantos años a través de la construcción de paz y trabajo digno (p.7).

“El concurso, que busca promover la calidad y la exportación de los cacaos finos de aroma en el país, dio como ganador de esta segunda versión a la Asociación de Productores de Cacao de Pauna (APROCAMPA) de Boyacá, que hará parte de una misión exportadora en Suiza y podrá asistir al Salón del Chocolate de París en octubre 2014” (FINAGRO, 2014, p. 7)

El concurso llamado “Cacao de Oro de Colombia”, destacó los principales departamentos de Colombia productores del mejor cacao por su calidad y aroma. Según sus organizadores, la Embajada de Suiza SECO y la Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico, los seleccionados fueron los departamentos de Nariño, Santander, Arauca, Chocó, Boyacá y Córdoba. (FINAGRO, 2014, p.9)

El ex secretario económico de Pauna, Wilson Lancheros Cañón declaró en una entrevista virtual para el presente proyecto que “En Pauna el sector agropecuario es el dinamizador de la economía, junto con el turismo que viene tomando fuerza. Pero el Cacao se ha convertido en la primera fuente generadora de ingresos para los pequeños productores, permitiendo de esta manera mejorar sus condiciones de vida, además el cacao de Pauna es característico por ser un cacao fino de aroma, que por sus características ha gustado en varios escenarios, reconociéndose como el mejor cacao de Colombia. Y ya es conocido en Suiza, Inglaterra, Italia, Alemania, Canadá, Chile, entre otros países, a través de la participación de APROCAMPA en varios eventos.” (Lancheros, Wilson, comunicación virtual, 3 de marzo de 2017)

En las entrevistas realizadas a algunos de los habitantes de Pauna, entre ellos productores de cacao, se logró determinar que el cacao del occidente de Boyacá goza de ciertas características que le dan prestigio a nivel nacional, como su sabor, su aroma cítrico, además la poca presencia de abonos y fertilizantes en los procesos de cultivo; inclusive existen productores que no utilizan ningún producto químico para realizar las cosechas. Además, mencionaron que

en Boyacá se cultiva cacao de tipo criollo o común, pajarito, brasileño e injertado y las plagas que más aquejan a este producto son la llamada “bruja”, “hielos”, hongos y la “monilia”.

(García, Ángel, comunicación virtual, 24 de julio de 2017)

En Pauna, la producción es dirigida al consumo doméstico y también a la venta en mercados o pequeños minoristas, además, en los últimos años se ha popularizado el producto en Bogotá y por ello varias compañías productoras de chocolate han adquirido el cacao como materia prima para realizar los chocolates y demás productos derivados. (García, Daniela, comunicación virtual, 31 de julio del 2017)

De Acuerdo a las entrevistas realizadas a personas de Pauna se habla que, aunque se ha venido mejorando en los procesos productivos y en la tecnificación, estas personas son conscientes de que aún falta más por hacer con el fin de mejorar su nivel competitivo, pues este proceso de tecnificación ha tenido un lento desarrollo. Así mismo, se habla que “Los proyectos son muy demorados, se hace un aporte mensual de \$5000 a la Cooperativa para ayudas en la producción del cacao pero son muy tardíos los procesos” (García, Daniela, comunicación virtual, 31 de julio del 2017).

“Aún el desarrollo del producto es incipiente, pese a las ayudas del Estado a través de alianzas y proyectos ejecutados, esto se debe a que la producción de cacao es un proceso de largo plazo, donde los resultados que hoy se ven permitan motivar a más productores a mejorar las

técnicas de producción, cosecha y poscosecha” (Lancheros, Wilson, comunicación virtual, 3 de marzo de 2017)

7.1.2 Perfil de la compañía

7.1.2.1 Datos básicos y reseña histórica de APROCAMPA

“APROCAMPA es una entidad de carácter agropecuario, sin ánimo de lucro, abierta a todos los productores de cacao sin hacer alguna distinción. Se rige de acuerdo con la Constitución Política de Colombia, las leyes y sus estatutos” (APROCAMPA, 2014, p.4). La asociación tiene por objeto principal la integración, satisfacción y defensa de los intereses comunes de las familias asociadas y contribuir al desarrollo de la actividad cacaotera y en general del sector agropecuario del municipio y de la región. (APROCAMPA, 2014, p.5)

El Presidente es José Silvestre Rojas, el Director es José Urbano, el secretario es Oriolfo Solano Herrera y el número total de asociados es de 174 (2017)

7.1.2.2 Visión y Misión de APROCAMPA

Misión

“Fortalecer los núcleos productivos de nuestros asociados, mediante la planificación, gestión, desarrollo, evaluación e investigación, con el objeto de mejorar la productividad,

contribuyendo así a la recuperación social y económica de las familias asociadas.”

(APROCAMPA, 2014, p. 6)

Visión

“Con la participación activa de los productores asociados, en el año 2020, APROCAMPA como asociación de productores será una empresa líder del sector agropecuario en Boyacá, como ejemplo de asociatividad de los núcleos productivos de los asociados, cimentados en sus valores y principios.” (APROCAMPA, 2014, p.7)

7.1.1.6.3 Ventas de APROCAMPA

APROCAMPA			
	2012	2013	2014
ENERO			2,688
FEBRERO		681	3,144
MARZO		750	2,048
ABRIL		6,942	3,404
MAYO	1,800	7,545	3,549
JUNIO	3,843	9,549	18,597
JULIO	13,595	13,379	5,865
AGOSTO	2,591	5,699	4,125
SEPTIEMBRE	2,587	5,690	
OCTUBRE	2,934	6,722	
NOVIEMBRE	4,549	6,120	
DICIEMBRE	15,884	6,403	
TOTAL	47,782	69,480	43,421
TOTAL COMERCIALIZADO			160,683
VALOR COMERCIALIZACION			\$ 668,850,032

Figura 4. Comercialización de cacao de APROCAMPA

Fuente: APROCAMPA (2015) (p.15).

7.1.2.4 Productos y/o servicios de APROCAMPA

- Cacao en Grano:

Sabor cítrico y fino aroma. Premio al mejor cacao de Colombia en el concurso “Cacao de Oro de Colombia” en el año 2014. (Finagro, 2016, párr.7)

Producción: 200 toneladas anuales de cacao. (Urbano, Juan, 2016)

Principal comprador: “Casa luker: Se han vendido 246 toneladas de granos de cacao de excelente calidad” (Urbano, Juan, 2016).

Tipo de cacao: Criollo, Trinitario, Pajarito de las categorías ICS 95, CCN 51, EET 8, SCC 61, ICS 60 Y TSH 565. (García, Ángel, comunicación virtual, 12 de agosto de 2017)

Presentación: Costal de fique por kilogramo.

Precio: \$6000 - \$8000 por kilogramo. (García, Ángel, comunicación virtual, 24 de julio 2017).

7.2 Análisis de la demanda

7.2.1 Matriz de mercados

7.2.1.1 Definición región con potencial

Europa es el continente que posee la mayor demanda de cacao y sus derivados en el mundo, debido a que es el mayor consumidor de chocolate. Sin embargo su crecimiento se ha venido deteriorando en los últimos años, de manera que su consumo se ha representado en un aumento anual de tan solo 0,4% durante el periodo de 2011 a 2016 (Corratti, M, 2014, párr. 11)

Mientras tanto, el valor del consumo del cacao y sus derivados en los mercados de Asia, América Latina, Oriente Medio y África tendrá un crecimiento del 5% anual en los próximos

años, significando más del doble del crecimiento anual promedio a nivel mundial. El consumo del cacao en el continente Asiático se ha destacado en los últimos años. Este se ha impulsado de tal manera que puede intensificar la escasez del cacao en la próxima década, ocasionando un posible déficit mundial de 1 millón de toneladas métricas en 2020. (ICEX, 2014, párr. 3).

Según los análisis de la Asociación nacional de Confiteros los consumidores de la región Asia Pacífico demandarán 1,096 millones de toneladas en 2018, lo cual representa un incremento del 27% desde 2013. (Corratti, M, 2014, párr. 3)

La creciente demanda de chocolate en Asia está impulsando al alza los precios del cacao en grano que ya ha alcanzado su nivel más alto en tres años. Mientras que la demanda en este continente fue la más baja del mundo per cápita en 2013, está previsto que el mercado crezca a casi el doble de la tasa global durante los próximos cuatro años. (Euromonitor, 2015, párr. 2)

Aunque en la actualidad no se observa un crecimiento en altos volúmenes del consumo per cápita de chocolate, se prevé que los países asiáticos dirigirán su consumo hacia este producto de alta calidad y por tanto al aumento de las importaciones de cacao. Cada vez es más común el consumo de derivados del cacao en la dieta de los asiáticos y con ello existe una predicción de alto crecimiento e importante potencialidad. (Proexpansión, 2015, párr. 4)

Se ha elegido al continente Asiático, como la región potencial para ser importadora del cacao proveniente de Boyacá, debido a que presenta un crecimiento poblacional significativo,

con unos 3.700 millones de personas, es decir más de la mitad de la población mundial. Además la tendencia del consumo de productos derivados del chocolate está iniciando hasta ahora en el continente, y tiende a crecer en los próximos años.

En cuanto a la demanda de cacao en Asia se observa que esta “creció 4.5%, la tasa más alta en el mundo y casi seis veces el aumento global de 0.8%”(Chanjaroen, 2014, p.8). Asimismo, dentro del continente hay países para ampliar el mercado y mantener la tendencia en alza por medio de estrategias de mercadeo que incentiven el consumo del cacao proveniente de Colombia, específicamente de Boyacá.

7.2.1.2 Importadores Asiáticos de Cacao proveniente de Latinoamérica

En la tabla se presentan los principales importadores de cacao latinoamericano junto al valor importado desde al año 2012 al año 2016.

Dentro de esta tabla, se muestra el valor importado por todo el continente asiático y posteriormente se enlistan en orden descendente los principales importadores de cacao latinoamericano.

Tabla 5
Importadores Asiáticos de Cacao proveniente de Latinoamérica

Importadores	VE 2012	VE 2013	VE 2014	VE 2015	VE 2016
Asia	88760	77103	108771	166705	135200

Malasia	53068	40572	27203	70387	76534
Japón	15040	9803	20057	28656	44394
Corea, República de	715	1041	1142	829	10498
India	500	-	13907	31423	1229
Indonesia	218	16566	37456	14061	1186
Turquía	2784	286	161	298	392
Hong Kong, China	91	1	283	427	316
Singapur	335	724	853	1082	304
Armenia	-	-	-	-	249
Israel	27	13	26	182	93
Arabia Saudita	21	31	-	-	3
Tailandia	-	-	-	768	2
China	15762	8037	7319	18563	-
Líbano	23	29	32	-	-
Taipéi Chino	-	-	330	27	-
Uzbekistán	60	-	-	-	-

Nota: VE = Valor Exportada para ese año * Unidades: Miles de Dólares americanos.

Fuente: TradeMap (2017)

En la tabla se observan los países asiáticos que importan cacao proveniente de Latinoamérica. El país con mayor valor de importaciones del producto es Malasia con 70387 USD en el año 2015 y 76534 USD en 2016, lo cual representa un mercado en crecimiento en los

últimos 5 años, posicionándolo como el mayor importador de cacao latinoamericano en Asia, seguido por Japón, el cual ha mantenido un ritmo de constante crecimiento en el valor de sus importaciones pasando de 28656 USD en el 2015 a 44394 USD en el año 2016.

Corea del Sur es el tercer mayor importador del continente y tiene el mayor incremento en los dos últimos años. Para 2015 las importaciones de cacao latinoamericano fueron de 829 USD y para el 2016 de 10498 USD, representando un aumento de 9669 USD, es decir casi 13 veces más (1166%) de un año para el otro; lo cual es destacable teniendo en cuenta que para Malasia y Japón este incremento fue de solo 8,7% y 54,9% respectivamente.

El cuarto importador de cacao es la India. Aunque sus importaciones ascendieron del año 2014 al 2015 con unos valores correspondientes a 13907 USD y 31423 USD respectivamente, para el año 2016 las importaciones descendieron a un valor de 1229 USD.

7.2.1.3 Países Asiáticos importadores de cacao con mayor potencialidad

Tabla 6
Matriz de Mercados

Variables	Malasia	Japón	Sur Corea	India
Idioma / Moneda	Malayo / Ringgit	Japonés / Yen	Coreano / Won	Hindi / Rupia India
Población (2015)	29628392	128066000	51555409	1210193422

PIB (2015)	75306	4450400	1683898	4824551
PIB per cápita (2015)	10430	37176	27213,5	3248
Valor importado de cacao del mundo (2015) miles de dólares	691990	138079	15405	47576
Cantidad importada de cacao del mundo (2015) miles de dólares	222134	40105	4573	14710
Valor unitario (Valor/Tonelada)	3115	3443	3369	3234
Tasa de crecimiento anual en valor 2011-2015%	-7	-11	6	-3
Porcentaje de crecimiento del valor importado del 2015 al 2016	8,7%	54,9%	1166%	-96%
Arancel equivalente %	0	0	3,1	29,4
TLC con Colombia	No	No	Si	No
Arancel preferencial al cacao de Colom	No	No	Si	No
Principal proveedor de Cacao	Ghana	Ghana	Ghana	Rep. Dominicana
Principal proveedor latinoamericanos	Ecuador	Venezuela	Ecuador	Rep. Dominicana
Exportaciones de cacao desde Colombia (miles de USD)	6325	109	4	308
Arancel para el cacao proveniente de Colombia %	0	0	0	30

Nota: Elaboración Propia (2017) con datos extraídos de TRADEMAP, PROEXPORT, UM Comtrade, IXXE, TLC Colombia y Corea del Sur.

Los países seleccionados para el análisis en la Matriz de Mercados son Malasia, Japón, Corea del Sur y la India, debido a que son los principales importadores de cacao latinoamericano en la región. De acuerdo a los datos correspondientes a la población, la India es el país con

mayor cantidad de población con un total de 1.210.193.422 personas para el año 2015, seguido por Japón, Corea del Sur y Malasia.

El país con mayor PIB (2015) es la India, seguido por Japón, Corea del Sur y Malasia. En cuanto al PIB per cápita, Japón ocupa el primer lugar con un valor de 37176 USD, seguido de Corea del Sur con 27213,5 USD, Malasia con 10430 USD y finalmente la India, que a pesar de ser el país con mayor población dentro de estos cuatro países, es el de menor ingreso per cápita con 3248 USD, para el mismo periodo 2015.

Por su parte para el valor importado de cacao en 2015, el país con mayor valor fue Malasia, seguido por Japón, la India y Corea del Sur. Mientras que el valor por unidad es mayor en Japón con 3443 USD por tonelada, seguido por Corea del Sur con 3369 USD, luego la India y finalmente Malasia.

La tasa de crecimiento entre el año 2011 y 2015 en cuanto a importaciones de cacao, fue mayor en Corea del Sur, debido a que es el único país dentro de los 4 estudiados que representó un aumento en sus importaciones, con un crecimiento de 6%, mientras que Malasia obtuvo un -7%, Japón -11% y la India un -3%. De igual manera la tasa de crecimiento anual de cantidad importada fue liderada por Corea del Sur debido a un crecimiento del 5% mientras que los países restantes tuvieron decrecimiento.

En cuanto al arancel equivalente para la importación de cacao, Malasia tiene un arancel de 0%, Japón de 0%, Corea del Sur de 3,1% e India de 29,4%.

Otra de las variables analizadas es la existencia de un acuerdo preferencial o de libre comercio entre el país exportador, es decir Colombia y el país importador. De acuerdo a esto el único país que tiene Tratado de Libre Comercio con Colombia es Corea del Sur, lo cual representa una desgravación arancelaria de 100% para el cacao.

7.2.1.4 Selección país meta

Los países seleccionados con mayor potencialidad fueron Corea del Sur y Malasia, de acuerdo a esto, Corea del Sur resultó ser el país con mayor potencial para ser importador de Cacao proveniente de Colombia; decisión que se tomó teniendo en cuenta que es un país con un crecimiento significativo en cuanto a las importaciones del producto entre los años 2011 y 2015, además del crecimiento en el último año el cual fue bastante importante. Lo anterior demuestra que hay un mercado desarrollándose con rapidez en Corea del Sur, en cuanto al cacao y sus derivados.

Otro punto importante es el Tratado de Libre Comercio existente entre Colombia y Corea del Sur con el beneficio que conlleva el 0% de arancel para el cacao colombiano; a raíz de esto se pone la mirada en el nuevo comprador potencial, al cual se le debe realizar un estudio de mercado y encontrar así la oportunidad que tiene el producto de incursión en el país asiático.

Finalmente, otros datos importantes que ayudaron a tomar la decisión final, fueron el PIB del país, el PIB per cápita y el valor pagado por tonelada de cacao; en cada uno de los cuales Corea del Sur presentó mejores resultados frente a Malasia.

7.2.2 Análisis del mercado de consumo

Con el fin de lograr un análisis más completo sobre la potencialidad del cacao boyacense en Corea del Sur, es necesario conocer la actual oferta del producto en el país, las cantidades internas de producción del cacao, el tamaño del mercado, la segmentación, el consumo per cápita del producto, entre otros.

7.2.2.1 Análisis del sector

Corea del Sur tiene una fuerte industria de transformación de productos a base de cacao, además, dicho mercado está creciendo por los recientes cambios en las preferencias de los consumidores por los productos Premium de alta calidad. “Los productos con alto contenido de cacao son los más populares entre los coreanos con alta preferencia por los productos Premium” (Pennsylvania korea office, 2017, párr. 1)

Las empresas tienen muy presentes las fechas especiales en las cuales se venden en mayor medida los productos a base de cacao. Hay marcas que obtienen el 90% de sus ganancias solamente en el día de San Valentín, el Día Blanco (14 de marzo) y la navidad. En Corea del Sur,

las mujeres suelen dar chocolates a los hombres en el día de San Valentín y los hombres les dan chocolates el Día Blanco. (Pennsylvania korea office, 2017, párr. 4)

En Corea del Sur, las importaciones de chocolates o productos a base de cacao tienen una participación de 79 millones de dólares en el 2015, debido a que estos productos son populares en la industria chocolatera del país. Los principales exportadores de chocolates a Corea son Italia con 23 millones de dólares en el 2015, Alemania con 16 millones, Estados Unidos con 15 millones seguido por China y Japón. (Pennsylvania korea office, 2017, párr. 5)

Existen productos de chocolate que tienen una gran acogida por el consumidor coreano como Ferrero Rocher de Italia, Lindt y Toblerone de Suiza y Litter de Alemania. (Pennsylvania korea office, 2017, párr. 5)

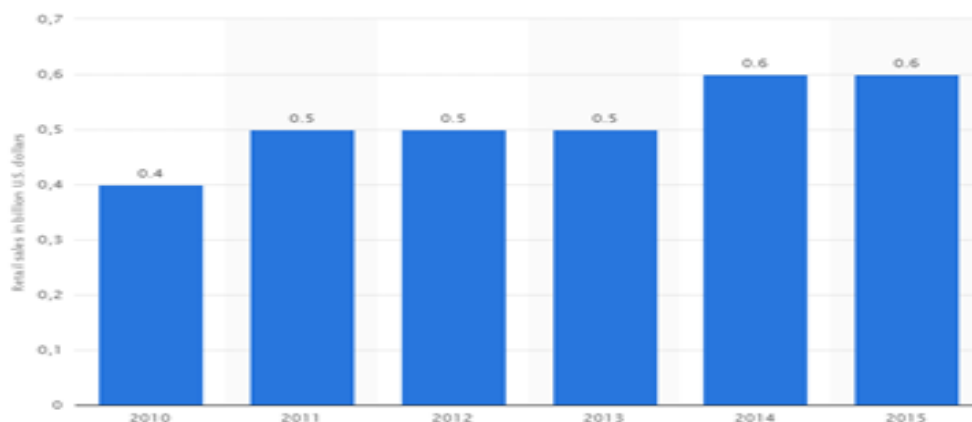


Figura 5. Ventas de chocolate en Corea del Sur del 2010 al 2015

Fuente: STATISTA (2016)

7.2.2.2 Segmentación del mercado del cacao en Corea del Sur.

En Corea del Sur no existe producción doméstica de cacao, el mercado se abastece del producto por medio de importaciones (PROECUADOR, 2012, p.4). Pero, en Corea del Sur existe un número importante de empresas que procesan el producto para convertirlo en Chocolate y otros derivados. El número de empresas registradas es de 166 en las ciudades principales del país.

Tabla 7

Ciudades con empresas procesadoras de Cacao en Corea del Sur

Ciudades con empresas procesadoras de Cacao en Corea del Sur	Número de empresas procesadoras por ciudad
Gyeonggi	53
Seoul	22
Chungbuk province	22
Gyeongnam province	16
Chungnam province	15
JeonBuk province	7
Jeju Island	6
Daejeon	6
Gangwon	5
Jeonnam province	4
Daegu	3
Incheon	3
Gwangju	1
Total	166

Nota: tomada de PROECUADOR (2012) (p. 4) y la información fue extraída de: Food distribution yearbook 2011.

Según la tabla anterior, en el año 2011 había un total de 166 empresas procesadoras de cacao en Corea del Sur, dentro de las ciudades más destacadas se encuentran Gyeonggi y Seúl con 53 y 22 empresas respectivamente. También se observa que a pesar de que en Corea del Sur no hay producción doméstica de cacao, el país abastece su mercado interno con la importación del producto y por medio de sus empresas procesadoras.

Corea del sur no solo abastece a su mercado doméstico en cacao, sino que lo exporta como chocolate a otros países como Japón, China, Australia, Rusia, Estados Unidos, entre otros. (TradeMap, 2017)

7.2.2.3 Clientes potenciales en Corea del Sur

En Corea del Sur existen 166 empresas importadoras de cacao, sin embargo, el mercado se encuentra liderado por 4 empresas que son los principales importadores y fabricantes de productos a base de cacao. Estas empresas son importadoras de cacao proveniente de Ghana, Ecuador y Perú principalmente. (PROECUADOR, 2012, p. 13)

Empresas que dominan el mercado como importadores y transformadores de cacao:

- **Lotte Confectionery Co., Ltd.** Es el principal importador de cacao en Corea del Sur, con 16.188 millones de USD en importaciones, (PROECUADOR, 2012, p. 6). Además es la empresa que posee el liderazgo en el mercado del chocolate y los productos a base de cacao en Corea del Sur. Durante el 2016 mantuvo una cuota de mercado del 27%, no obstante, su participación en el

mercado se vio afectada por la llegada de marcas importadas en ese mismo año. Actualmente, su nuevo producto “Chocolate Ghana Negro Premium” ha ganado popularidad en el sector de chocolate Premium en Corea del Sur y se mantiene como líder en el mercado.

(EUROMONITOR, 2016, párr. 2)

- **Orion Corp.** Es una empresa transformadora de productos a base de cacao. Tiene la segunda mayor participación en el mercado después de Lotte Confectionery Co.

Orion Corp se dirige al mercado de la confitería en Corea del Sur y actualmente ofrece productos premium sin ningún aditivo artificial. (PROECUADOR, 2012, p. 6)

- **Haitai Confectionery & Foods Co., Ltd.** Es una empresa que elabora productos a base de cacao. Haitai Confectionary & Food Co introdujo por primera vez el chocolate a Corea del Sur, con el producto “Nahana” en el año 1967.

El producto estrella de esta empresa es el chocolate “Freetime” que tiene alta acogida por parte de los consumidores (PROECUADOR, 2012, p. 6)

- **CROWN Confectionery Co., Ltd.** Es una de las líderes en producción de confitería y es un importante importador de cacao en Corea del Sur. (PROECUADOR, 2012, p.7)

Tabla 8

Otras empresas importadoras en Corea del Sur

Empresa	Datos de la empresa
---------	---------------------

Decoria Confectionery Co., Ltd (creada en 2002)	Actividades: Productos de chocolate y cacao - Tipo de compañía Head Office - Fax +82 41 534 5577 - Website http://www.decoriaconf.co.kr
Hyesung Cable & Communication Inc (creada en 1991)	Actividades: productos de chocolate y cacao. - Tipo de compañía Head Office - Fax +82 63 858 8537 - Website http://www.hscnci.com
Crown Confectionery Co., Ltd (creada en 1968)	Actividades: productor y distribuidor de dulces y confitería. - Tipo de empresa Head Office - Fax +82 2 791-9119 - Website http://www.crown.co.kr
Lotte Confectionery Co., Ltd.	Manufactura y Exportación de Caramelos, Galletas, Goma de Mascar, Chocolate, Snack Cacao en grano, Tel: 82 (0)2 2670 6305 - Fax:82 (0)2 2670 6391 - Email: myongskim@lotteconf.co.kr
Grache Co., Ltd.	Fabricación y Exportación de Chocolate para Panadería Chocoball , Chocolate, Confitería desde el 2005 - Co.Registration No 301-81-82582 - Tipo de empresa Oficina central - Fax +82 31 715 7709 - Sitio web Http://www.grache.com
Idochu Korea Ltd. (importa cacao)	Tel y Fax: 82 (0)2 6366 2660 - Email: fred.mcgoody@itochu.com
KLS Co., Ltd. (importa cacao)	Tel: 82 (0)2 2678 2673 - Fax: 82 (0)2 2678 8953 - Email: kls@kls3355.com

A continuación, se muestran dos de las empresas coreanas que importan cacao, así como las características de lo que estas suelen exigir para realizar la compra del producto.

Tabla 9

Requerimientos de las empresas importadoras

Empresas Importadoras	Requerimientos de importación
DK Kim Co., Ltd.	Cacao Orgánico Cantidad requerida: 1-20 contenedores Término de negociación: FOB o CIF Envío en cajas de cartón 10 unidades por caja. Por Kilogramos. Puerto destino: Busan, Korea Valor pagado por tonelada: 2800 USD
Dong Kyu Choi	Cacao Seco cantidad requerida 100 toneladas Puerto de Destino; Bandar Abbas Envío en cajas por 10 unidades kilogramos Valor pagado por tonelada: 2300 USD

Nota: Elaboración Propia (2017) con información tomada de la página web www.go4worldbusiness.com: Go4 World Business (2017).

7.2.2.4 Comportamiento del mercado

Los productos Premium han tomado popularidad en los últimos años, por lo cual las empresas han empezado a concentrar sus esfuerzos en la importación de cacao de alta calidad para la fabricación de estos productos. (Euromonitor, 2016, párr. 1). Un ejemplo de ello, es la empresa Orion Group que discontinuó una de sus marcas de chocolate “market O” para la

fabricación de un nuevo producto Premium “Sr. B” creado bajo un contrato de importación de cacao proveniente de Bélgica con la empresa “Gudrun Group”. (Euromonitor, 2016, párr. 1)

Otra de las empresas que inició con fuerza la creación de chocolates Premium es Lotte Confectionery, el líder actual del mercado chocolatero en Corea del Sur, al lanzar un producto de alta calidad para competir con los productos importados. El producto ha capturado la atención del público adulto por sus ingredientes cuidadosamente seleccionados en pro del cuidado de la salud y el bienestar. Productos como “Farm on the Road” que tuvo un crecimiento del 25% durante el 2016 o “Chocolate Ghana Negro Premium” han mantenido el alza en las ventas mientras que el típico chocolate “Ghana” ha perdido cuota de mercado debido a que no es considerado Premium. (Euromonitor, 2016, párr. 1)

7.2.2.5 Comportamiento del consumidor.

Debido a que se está analizando la factibilidad de exportar cacao, el cual es una materia prima sin procesar, se tiene en consideración que las posibilidades de vender el commodity a un consumidor final es muy baja. Los clientes principales serían entonces las empresas procesadoras o transformadoras de la materia prima en chocolate u otros derivados. Las empresas exigen principalmente calidad, uniformidad en el tamaño del cacao, que cumpla además con las medidas fitosanitarias que exige su país, que los materiales en los que se exporte el material sea reciclable (PROECUADOR, 2012, p.22).

En cuanto al consumo del chocolate, cacao o derivados en Corea del sur “en la actualidad, las bebidas en polvo a base de cacao ganan popularidad entre niños y personas entre los 20 y 30 años. Además, cada vez es más común tomarse una bebida con sabor a chocolate después del almuerzo.” (TLC Colombia-Corea del Sur, 2016, p.5)

Según PROECUADOR (2012) los principales consumidores de cacao en Corea del Sur son los adolescentes y personas en sus 20 a 30 años, además el producto tiene mayor nivel de consumo por parte de las mujeres (p.4).

La Oficina Comercial de Ecuador en su informe publicado en el año 2012, también presenta la segmentación del consumidor de chocolate, donde los adolescentes son más sensibles al precio y a la cantidad. Sus preferencias están dirigidas al chocolate mezclado y lo consumen preferiblemente en compañía de sus amigos u otro grupo de referencia.

Las personas que se encuentran en sus 20 son altamente influenciados por las tendencias de consumo y la moda, prefieren un chocolate suave y fresco y la importancia que le prestan al precio es menos marcada.

En el segmento de personas que se encuentran en la década de los 30, prefieren la calidad antes que el precio y son definidos como consumidores con gustos guiados a los productos multifuncionales, además tienen una alta visión hacia el control y la magnificencia.

Finalmente, los consumidores entre los 40 y 50 años tienen un gran interés por los productos que les otorgan un beneficio a su salud, en este caso chocolate con bajos niveles de azúcar. (PROECUADOR, 2012, p.4)

“El interés de los coreanos por un estilo de vida que les permita sentirse jóvenes y saludables los ha llevado a consumir más productos alimenticios importados y de alta calidad.” (PROCOLOMBIA, 2015, p.7). Según el informe presentado por PROEXPORT, en Corea del Sur, tanto los hipermercados como las tiendas de descuento mantienen precios bajos en los alimentos, en mayor medida cuando son adquiridos en volúmenes significativos, además, las comercializadoras internacionales cumplen el papel de mayoristas y distribuidores, principalmente en el subsector de productos alimenticios y bebidas. Sin embargo, las empresas coreanas pueden importar sin necesidad de intermediarios.

El tamaño del mercado del cacao y confitería de chocolate en Corea del Sur es de un valor aproximado de 600 millones de dólares, además en el año 2014 la venta de chocolate obtuvo un crecimiento del 2% en volumen y 5% en términos de valor actual, ascendiendo a KRW\$ 531 billones equivalentes a 478,3 millones de dólares. El consumo per cápita de chocolate en Corea del Sur es de 800g-900g aproximadamente (PROCOLOMBIA, 2015, p.9)

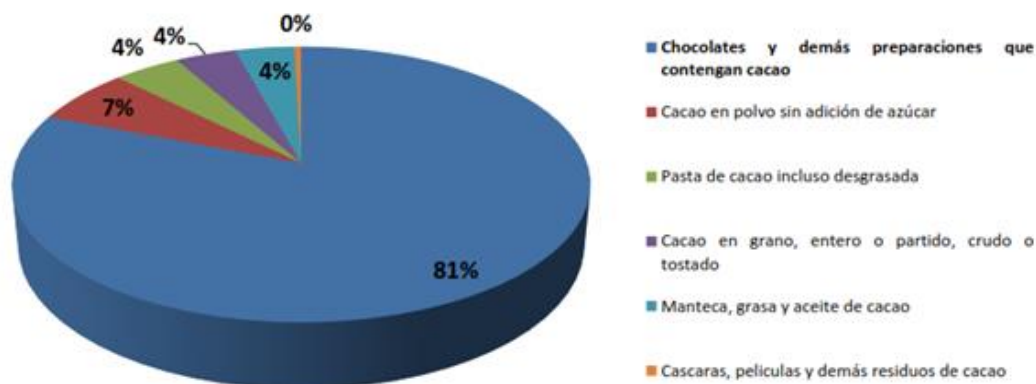


Figura 6. Participación en las importaciones de cacao y chocolates por tipo de producto

Fuente: PROCOLOMBIA, (2016) (p.11)

En la anterior gráfica se puede observar que el 81% de participación en las importaciones de cacao y derivados está siendo ocupado por chocolates y demás preparaciones que contengan cacao. Por su parte, el cacao en grano ocupa el 4% de las importaciones totales en este rubro, al igual que la pasta de cacao, la manteca, grasa y el aceite de cacao.

En Corea del Sur existe una preferencia por el tipo de cacao “Criollo” y “Trinitario”. El cacao criollo es producido principalmente por países como Colombia, Madagascar, México, Nicaragua y Venezuela y se caracteriza por ser un grano suave de sabor aromático y utilizado para la fabricación de chocolates finos y exquisitos. Este representa el 10% de la producción mundial de cacao.

El Trinitario, es un híbrido entre el cacao criollo y el forastero; representa el 20% de la producción mundial y se caracteriza por ser resistente a las plagas y con sabor peculiar.

(Alicebentleychocolates.com, 2014, párr. 11). Este tipo de cacao solía tener un precio muy elevado en el mercado, sin embargo, gracias a la obtención de nuevas variedades su precio se ha equilibrado, (PROECUADOR, 2012, p.7)

7.2.2.6 Consumo Per cápita del producto.

En cuanto al consumo per cápita, también se hará referencia al chocolate, debido a que el cacao se adquiere más comúnmente por empresas productoras en volúmenes significativos, para luego ser transformado.

La siguiente gráfica muestra el consumo per cápita de chocolate por países haciendo una comparación con el país surcoreano, objeto del estudio.

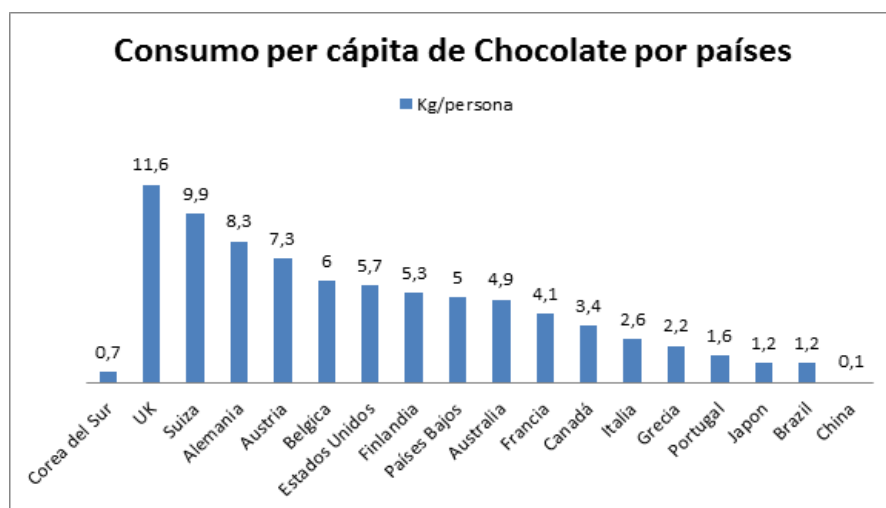


Figura 7. Consumo per cápita de Chocolate por países.

Elaboración: Propia, con datos extraídos de la Oficina Comercial del Ecuador en Corea (2012)

Según la gráfica se determina que el mayor consumidor de chocolate en el mundo es el Reino Unido con un consumo per cápita de 11,6 kg, seguido por Suiza con un 9,9 kg y Alemania y Austria con 8,3 kg y 7,3 kg respectivamente. En cuanto a los países asiáticos podemos observar que Japón tiene un consumo per cápita de 1,2 kg y se destaca como el mayor consumidor de chocolate en la región, seguido por Corea del Sur con un consumo de 0,7 kg por persona.

7.2.2.7 Productos sustitutos y complementarios

Los productos complementarios del cacao son la pasta, manteca, grasa y aceite de cacao, cuyo principal proveedor a Corea del Sur es Malasia. También, se pueden clasificar dentro de este grupo los productos derivados del cacao como el chocolate. En Corea del Sur el 80% del mercado lo abarcan las empresas locales Lotte Confectionery, Haiti confectionery and foods, Orion confectionery y Crown confectionery. No obstante, el mercado del chocolate Premium es dominado por empresas europeas.

En Corea del sur, los productos sustitutos del cacao en polvo son el café y el té; los granos de café son el principal producto sustituto de los granos de cacao; y en cuanto al chocolate en barra sus productos sustitutos son las demás variedades de snacks.

(PROECUADOR, 2012, p.12)

7.2.2.8 Características y tendencias del mercado

PROCOLOMBIA en su informe del año 2016 sobre las “Oportunidades de Cacao en Corea del Sur”, nos presenta las características y las tendencias del mercado en cuanto a consumo de cacao y derivados.

- Aumento de la popularidad de productos con alto contenido de cacao.
- Incremento en las importaciones de chocolates Premium.
- Las marcas Godiva, Laderach y Teuscher han ingresado a Corea con tiendas propias.
- Las barras de chocolate son el tipo de presentación más consumida en Corea del Sur.
- “Los hoteles, tiendas y grandes almacenes también están mejorando su oferta de productos de confitería de chocolate” (PROCOLOMBIA, 2016, p.15)

7.3 Comercio Exterior

7.3.1 Exportaciones del producto desde Colombia

7.3.1.1 Exportaciones del producto desde Colombia al mundo

En la siguiente tabla se observarán los países importadores del cacao proveniente de Colombia, en el año 2015, acompañados de variables como el valor de las importaciones en el mismo año, su participación en las exportaciones del producto desde Colombia, entre otras.

Tabla 10

Países importadores de cacao colombiano 2015

Importador	Indicadores comerciales									
	Valor exportada en 2015 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Colombia (%)	Cantidad exportada en 2015	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2011-2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2011-2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2014-2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2011-2015 (% p.a.)	Arancel medio (estimado) enfrentado por Colombia
Mundo	41740	100	13744	Ton.	3037	51	52	71	-1	
España	9010	21,6	2991	Ton.	3012	79	79	8	8	0
México	7135	17,1	2481	Ton.	2876		143	-10	14	0
Malasia	6389	15,3	2055	Ton.	3109				-7	0
Países Bajos	5833	14	1914	Ton.	3048	88	87	479	0	0
Estonia	5666	13,6	1878	Ton.	3017			96	-9	0
Bélgica	2251	5,4	703	Ton.	3202		172	55	7	0
EEUU	2113	5,1	685	Ton.	3085	-20	-24	7726	3	0
Italia	1626	3,9	552	Ton.	2946		6	78	-1	0
India	623	1,5	200	Ton.	3115	-2	0	31	-3	30
Argentina	521	1,2	173	Ton.	3012		53	5	-16	0
Japón	197	0,5	26	Ton.	7577	-43	-56	103	-11	0
Reino U.	116	0,3	23	Ton.	5043	-28	-36	1833	-23	0
Suiza	56	0,1	15	Ton.	3733			600	-2	0
Francia	54	0,1	13	Ton.	4154			32	-1	0
Canadá	54	0,1	9	Ton.	6000	-28	-58	315	2	0
Alemania	53	0,1	14	Ton.	3786	-64	-54		-10	0
Rusia	39	0,1	13	Ton.	3000				-5	0
Australia	3	0	1	Ton.	3000				9	0
Guatemala	1	0	0	Ton.					26	2
Chile	1	0	0	Ton.						0

Nota: tomada de TradeMap (2015), con Información extraída de: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

En la tabla se identifica al principal importador de cacao proveniente de Colombia que es España con un valor de 9010 USD, el cual tiene una participación en las exportaciones de cacao colombiano del 21,6% que corresponde una cantidad importada en 2015 de 2991 toneladas.

El siguiente mayor importador de cacao proveniente de Colombia es México, con una participación de 17,1%, por valor importado en el año 2015 de 7135 USD correspondiente a 2481 toneladas.

En cuanto a los países asiáticos, se encuentra en tercera posición a Malasia con un valor importado para el año 2015 de 6389 USD y una participación de 15,3% en las exportaciones de cacao desde Colombia.

7.3.1.2 Exportaciones del producto desde Colombia al continente asiático.

Dado que se ha elegido el continente asiático como potencial importador del cacao boyacense, es necesario conocer el estado actual de las exportaciones a esa región y los principales importadores del producto en Asia, analizando variables como la cantidad exportada por Colombia a cada uno de los países, el valor exportado, la participación en las exportaciones de Colombia y el crecimiento porcentual en los últimos años.

Tabla 11
Países Asiáticos importadores de cacao colombiano

País Importador	Indicadores comerciales											
	Valor exporta da en 2015 (miles de USD)	Participación de las exportacione s para Colombia (%)	Cantidad exportada en 2015	Unidad medida	Valor unitario (USD /unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2011- 2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2011- 2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2014- 2015 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2011-2015 (% p.a.)	Arancel medio (estimado) enfrentado por Colombia
Mundo	41740	100	13744	Ton.	3037	51	52	71		100	-1	
Asia	7209	17,3	2281	Ton.	3160							
Malasia	6389	15,3	2055	Ton.	3109				5	7,3	-7	0
India	623	1,5	200	Ton.	3115	-2	0	31	23	0,5	-3	30
Japón	197	0,5	26	Ton.	7577	-43	-56	103	16	1,5	-11	0
Singapur									9	2,8	2	
Turquía									10	2,8	0	0
Indonesia									12	1,8	44	5

Nota: tomada de TradeMap (2015), con datos extraídos de: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Según la tabla anterior, el continente asiático tiene una participación de las exportaciones de cacao colombianas de un 17,3%, con un valor total de exportaciones de 7209 USD para el año 2015. La cantidad exportada correspondiente es de 2281 toneladas a un valor promedio de 3160 USD la tonelada, es decir superior al valor de tonelada promedio con el resto del mundo.

El principal importador asiático de cacao Colombiano es Malasia, con una participación del total de las exportaciones de 15,3% y un valor exportado por 6389 USD. En el año 2015 Colombia exportó a este país una cantidad de 2055 toneladas a un valor unitario de 3109 USD, sin embargo, durante los años 2011 al 2015 sufrió un decrecimiento de 7%.

El siguiente mayor importador asiático de cacao colombiano es la India, con una participación de 1,5% Y un valor importado de 623 USD para el mismo año. La cantidad de

toneladas exportadas fue de 200 a un valor unitario de 3115 USD. El tercer mayor importador es Japón con una participación de 0,5%, y un valor importado de 197 USD.

7.3.1.3 Exportaciones del producto desde Colombia hacia Corea del Sur

A continuación, se observan en la tabla, algunos de los productos a base de cacao que fueron exportados en el año 2015 desde Colombia hacia Corea del Sur, así como su valor exportado, desde el año 2014 al 2016.

Tabla 12

Exportaciones del producto desde Colombia a Corea del Sur

Código del producto	Descripción del producto	Corea, República de importa desde Colombia		
		Valor 2014	Valor 2015	Valor 2016
'1806	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	371	554	1021
'1805	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	76	74	152
'1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	5	4	19
'1802	Cáscara, películas y demás desechos de cacao	0	0	0
'1803	Pasta de cacao, incl. Desgrasada	105	0	0
'1804	Manteca, grasa y aceite de cacao	0	0	-

Nota: tomado de TradeMap (2016), Datos extraídos de: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

La gráfica anterior muestra que el chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, fueron exportados desde Colombia hacia Corea del Sur por un valor de 1021 (miles de USD) en el año 2016, con un incremento desde el año 2014 al 2016 de 175%.

El cacao en polvo, fue exportado desde Colombia hacia Corea del Sur por un valor de 152 (miles de USD) en el año 2016, 76 (miles de USD) en el año 2015 y 74 (miles de USD) en lo correspondiente al año 2014)

Por su parte, el cacao en grano, registró exportaciones en el 2014 por 5 mil dólares, en el 2015 por 4 mil dólares y en el año 2016 por 19 mil dólares, representado en un crecimiento del 280% desde el 2014 al 2016.

7.3.2 Importaciones del producto por parte de Corea del Sur

En la siguiente gráfica, se observan los 24 primeros países exportadores de cacao y sus preparaciones a Corea del Sur, a partir del año 2014 hasta diciembre de 2016.

Tabla 13
Países exportadores de cacao a Corea del Sur 2014-2016

Exportadores	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
Mundo	15766	15405	26301
Ghana	14342	14029	13653
Perú	49	2	9505

Ecuador	1234	1231	1249
Vietnam	0	12	562
Indonesia	7	5	392
Estados Unidos de América	1	9	340
Bélgica	9	13	217
Polonia	0	0	165
Filipinas	0	0	84
Francia	15	65	28
República Dominicana	0	3	26
Colombia	5	4	19

Nota: *Información dada en Miles de dólares estadounidenses. Fuente: Trademap, estadísticas a enero (2017) y Korea Customs and Trade Development Institute (KCTDI), 2017 UN COMTRADE, (2017).

El principal exportador a lo largo de los tres años es Ghana, este país tuvo una leve disminución en exportaciones de cacao entre los tres años, pero mantuvo su lugar.

Dentro de estos 12 primeros países, podemos destacar la participación de algunos latinoamericanos como Perú, Ecuador, República Dominicana y Colombia, quienes exportaron en el año 2016, 9505 USD, 1249 USD, 26 USD y 19 USD, respectivamente.

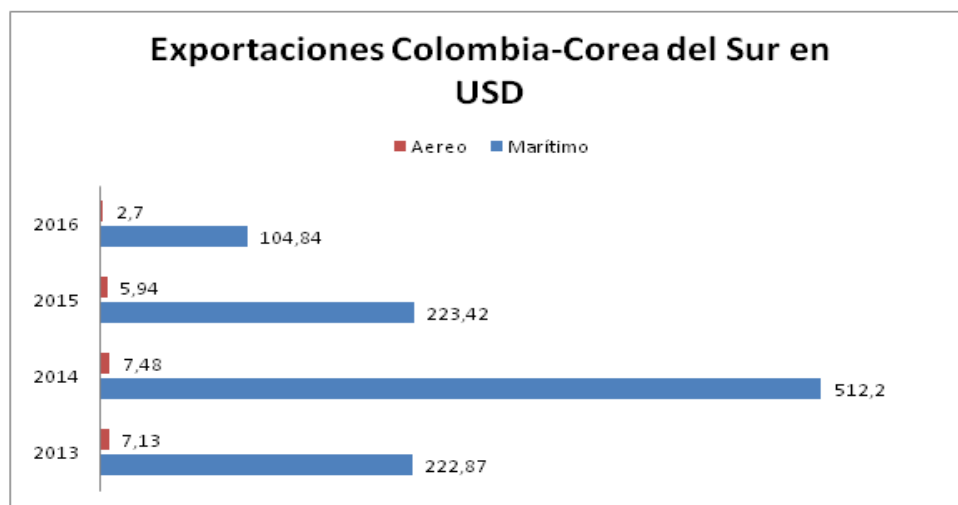
Uno de los países latinoamericanos, que más se destacó en las exportaciones de cacao a Corea, fue Perú, liderando las exportaciones del producto al país Asiático, además se puede observar cómo incrementó drásticamente sus exportaciones del año 2015 al 2016 con un crecimiento drástico que llegó a los 9505 USD

Mientras tanto, Colombia se encuentra al final de la lista y es el cuarto exportador de cacao latinoamericano a Corea del Sur, a partir de la gráfica podemos observar que las exportaciones de Cacao colombiano a Corea del Sur van en aumento. El cacao colombiano está ganando terreno en el mercado surcoreano, pero este posicionamiento no es tan significativo como el de nuestros vecinos sudamericanos.

7.4 Logística de exportación desde Colombia a Corea del Sur

El principal medio de transporte de mercancías desde Colombia a Corea del Sur es el marítimo, con una participación en el año 2016 del 99.78% del total de mercancías. Para el mismo año, se exportó desde Colombia al país asiático 175.816 toneladas, representadas en un valor de 107.54 millones de USD en FOB. (PROCOLOMBIA, 2016, p.2)

De acuerdo a PROCOLOMBIA, el valor y toneladas exportadas desde Colombia hacia Corea del Sur para el año 2016, dependiendo del medio de transporte es el siguiente:



*Unidad: millones de USD en FOB

Figura 8. Valor de exportaciones vía marítima y aérea desde Colombia a Corea del Sur

Elaboración: propia

Información extraída de: PROCOLOMBIA, DANE (2017).

En el gráfico se identifica que efectivamente el principal medio para realizar exportaciones desde Colombia hacia Corea del Sur es el marítimo. Para el año 2015 el valor en exportaciones por vía marítima fue de 223,42 millones de USD mientras que por medio aéreo el valor fue de tan solo 5,94 millones de USD.

El transporte marítimo es la opción más pertinente, debido a que el cacao cuenta con una vida útil de larga duración y puede soportar el viaje. Además, este medio de transporte es reconocido por tener menores costos si se compara con la vía aérea.

En cuanto al acceso marítimo, Corea del Sur cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por 25 puertos. Por su parte el comercio entre Colombia y Corea del Sur se lleva a cabo en Pusan (Busan) que es un puerto ubicado en la parte Sur del país y que juega un rol muy importante en el comercio de Corea del Sur y de Asia ya que conecta al continente con el Océano Atlántico. (PROCOLOMBIA, 2016, p.4)



Figura 9. Ruta comercial entre Colombia y Corea del Sur

Fuente: PROCOLOMBIA (2016) (p.4).

7.4.1 Servicios marítimos

El transporte marítimo directo desde la Costa Atlántica colombiana al puerto de Busan es prestado por 3 navieras, con tiempos de entrega de 39 días. El servicio de trasbordo es ofrecido por 7 navieras en puertos de Panamá, Jamaica, Países Bajos y Alemania, con tiempos de tránsito

desde 24 días. Y desde la costa Pacífica, el servicio es ofrecido por 7 navieras con rutas directas desde los 24 días. En cuanto a los servicios de conexión, lo ofrecen 9 navieras que realizan trasbordo en los puertos de Panamá, México, Bélgica, Taiwán y China con tiempos de tránsito desde los 30 días. (PROCOLOMBIA, 2016, p.5)

Origen	Destino	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Pusan - Busan	Cartagena	Directo	39
		Manzanillo – Panamá	24
	Barranquilla	Manzanillo – Panamá	27
	Santa Marta	Cartagena – Colombia, Manzanillo – Panamá	30
	Buenaventura	Directo	24

Figura 10. Frecuencia y tiempo de tránsito desde los puertos de Colombia

Fuente: PROCOLOMBIA (2016) (p.5)

7.4.2 Beneficios de un Agente Aduanal

Proporciona diversos servicios de trámites en la aduana como otorgar información sobre la exportación, información específica sobre las mercancías, defensa ante las autoridades, logística, trámites de importación y exportación, forwarding y manejo de carga, consultoría para importación y exportación, aseguramiento de la carga, almacenaje, comercialización, etiquetado y embalaje y regularización de mercancías. (Comercio y Aduanas, 2013, párr. 4)

7.5 Ficha Análisis de la Información Primaria

En este punto se tomarán elementos (cualitativos y cuantitativos) en común, de acuerdo a los aspectos clave recolectados como fuente primaria, a partir de las entrevistas Wilson Lancheros (Lancheros, Wilson, comunicación virtual, 3 de marzo de 2017), Daniela Garcia (García, Daniela, comunicación virtual, 31 de julio del 2017) y Ángel García (García, Ángel, comunicación virtual, 12 de agosto de 2017).

Tabla 14

Ficha análisis de la información primaria

Aspecto Clave	Análisis
Aspectos positivos sobre el cultivo de cacao	Varias familias han volcado sus esfuerzos productivos hacia el cultivo de cacao en donde Pauna cuenta con una oferta que está entre las 180 y las 200 Ton. Anuales. Existen asociaciones entre los cacaoteros, donde han llegado a generar alianzas como la comercialización de 246 toneladas de granos secos de excelente calidad con Casa luker y otras. La oferta de granos de cacao llega a tener 7 variedades, que adquieren un sabor especial por la característica de sus condiciones geográficas, y esto se ve reflejado en las distinciones obtenidas.
Aspectos negativos sobre el cultivo de cacao	Aunque los cultivos de cacao abundan no hay una gran consolidación. También está el problema de las enfermedades que aquejan al cacao. Hay pequeños productores que viven por trochas,

donde no cuentan con vías de fácil acceso.

Importancia del cultivo de cacao en Pauna	Existe un auge por el premio de 2015, donde cada vez son más los que se asocian y cultivan cacao y en Pauna el sector agrícola es muy importante para el sustento de las familias. De igual manera, se dice que el cacao hace parte de la esencia del Paunense.
Gestión percibida para mejorar la producción de cacao	Se realizan aportes mensuales de aproximadamente 5000 pesos para que la cooperativa de Pauna gestione proyectos que llegan a ser demorados, así mismo, aunque el gobierno ha prestado algunas ayudas mediante proyectos, la población espera un apoyo más significativo. Cada vez son más los que tecnifican y se quieren unir a esta producción y a la asociación, por sus reconocimientos.
¿Qué está pasando ahora con la producción de cacao?	Se está vendiendo especialmente en la zona Andina, donde el kilo está aproximadamente en 6000 pesos. Se ha participado en Corferias y demás muestras y exposiciones. Varios lo consumen en su hogar y lo que no se consume se vende en los mercados o tiendas. Al día de hoy hay 174 personas inscritas en APROCAMPA.
Información sobre exportación	Solo se ha llevado a Europa como muestra, por lo que no ha sido como tal para comercializar, hay poca experiencia. Pero se sabe que tiene capacidad exportadora.
¿Que se espera para el cacao en Pauna?	Se tiene la idea de crear una empresa con variedad en productos y generar mejores procesos. APROCAMPA y sus organizaciones

aliadas abrirán 3 puntos más de compra de cacao en Muzo, Quipama y Cooper, poniéndose además la meta de comercialización de 500 toneladas.

Nota: creación propia (2017).

CAPÍTULO 8: Régimen arancelario, requisitos y barreras de ingreso

8.1 Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur con respecto al cacao.

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur presenta los requisitos arancelarios para exportar cacao de manera bilateral. Para el producto de la subpartida 1801001000, el cacao crudo, los aranceles serán eliminados de manera inmediata, ya que es una mercancía de tipo originario es decir producida totalmente en el territorio nacional.

En cuanto al certificado de origen se enuncia que para que una mercancía sea tratada como originaria y sea elegible para trato arancelario preferencial, deberá ser soportada por un certificado de origen que deberá:

- Especificar que las mercancías descritas son originarias.
- Estar en un formato impreso incluso electrónico.
- Ser completado en inglés (además el importador puede exigir que sea traducido a su idioma)

Hay que aclarar que un certificado de origen tiene una vigencia de un año. (TLC, 2016, p.12)

8.2 Régimen impositivo nacional

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) (s.f.) presenta el régimen impositivo para el cacao y todas las exigencias para su exportación.

- Código arancelario: 1801.00.11.00

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

- Unidad física: Kilogramo.

Tabla N° 15
Régimen impositivo Nacional

Concepto	Importaciones	Exportaciones
Gravamen	10%	0%
IVA	0%	0%
G por acuerdos internacionales	0%	0%
Régimen de comercio	Libre importación	
Índice alfabético arancelario	Cacao en grano crudo para siembra	Cacao en grano crudo para siembra
Documentos de soporte	Documento de requisitos fitosanitarios de importación, Instituto colombiano agropecuario	-Certificado de exportación -Certificado de no obligatoriedad -Certificado fitosanitario -Convenios de estabilización -Cuota de fomento del cacao

Nota: Elaboración Propia (2017), con información extraída de la página web de la DIAN (2017). G = Gravámenes.

8.3 Documentos soporte para la exportación de cacao

Tabla 16

Documentos soporte para la exportación de cacao

Documento	Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico
Certificado de exportación	Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos	Previo	Opcional	Si
Certificado de no obligatoriedad	Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos	Previo	Opcional	Si
Certificado fitosanitario	Instituto Colombiano Agropecuario	Embarque/ Desembarque	Opcional	No
Convenios de Estabilización	-	Previo	Obligatorio	No
Cuota de fomento de cacao	Federación nacional de cacaoteros	Previo	Opcional	No

Nota: Elaboración Propia (2017), con información extraída de la página web de la DIAN (2017).

8.4 Requisitos no arancelarios para la exportación

8.4.1 Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios

Para la exportación de cacao y chocolate a Corea del Sur se aplica la Ley de Sanidad de Alimentos (Food Sanitation Act), la Ley sobre el fomento del ahorro y el reciclaje de ReFuentes. Para los granos de cacao también se aplica la ley de cuarentena vegetal (Plant Quarantine Act). (PROECUADOR, 2012, p.22)

Ley de Sanidad Alimentaria (Food Sanitation Act): “Es la base jurídica para los temas relacionados con los estándares de sanidad para alimentos frescos y procesados” (PROCOLOMBIA, 2015, p.31)

Ley de promoción de Ahorro y reciclaje de ReFuentes (Act on the promotion of saving and recycling of Refunds): La Corporación Ambiental de Corea se encarga de verificar los productos o materiales de empaque sujetos a reciclaje obligatorio después de la importación. (PROECUADOR, 2012, p.22)

Ley de cuarentena para plantas (Plant Quarantine Act): Se requiere certificado fitosanitario del cacao en grano para su importación. La Agencia de Cuarentena e Inspección Animal, Vegetal y Pesquera debe examinar el cacao en grano, antes de que este sea importado. El objetivo de esta ley es proteger la producción nacional de plagas, insectos y malas hierbas provenientes del extranjero. (PROECUADOR, 2012, p.22)

La desinfección o retorno del producto se puede producir por los siguientes casos:

Plantas infectadas por plagas prohibidas o potencialmente nocivas, plantas mezcladas con productos prohibidos, plantas que no cuenten con el certificado de cuarentena del país exportador y plantas que incumplan con los requisitos de importación. (PROECUADOR, 2012, p.22)

Los documentos que se deben presentar en la aplicación de la cuarentena para plantas importadas son:

Certificado fitosanitario procedente de una institución del país del exportador donde se establezca la ausencia de cualquier plaga o insecto dañino en el producto, aplicable para los productos de la subpartida 1801.

Con la aplicación de la cuarentena para las plantas y el permiso de importación en el caso de productos prohibidos.

Los documentos requeridos para la exportación, según PROCOLOMBIA, 2016:

La Factura comercial, el Conocimiento de embarque, la Lista de empaque, el Certificado de origen y el Certificado fitosanitario (granos de cacao).

En cuanto al etiquetado, en el paquete, caja o contenedor donde se exporta el cacao en grano, se debe indicar el país de origen además de la siguiente información de etiquetado:

El nombre del producto, el tipo de producto, el nombre y dirección del importador, la fecha de vencimiento, el nombre de los ingredientes y contenidos, el contenido Neto y el etiquetado debe incluir el símbolo del tipo de material del empaque (p.32).



Figura 11. Símbolos del tipo de material del empaque.

Fuente: PROCOLOMBIA, 2015 (p.32)

Las principales certificaciones requeridas son Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ y Orgánico, estas comunican sobre esfuerzos de comercio justo y responsabilidad social y toman mayor importancia cuando se venden a compradores especializados. (PROECUADOR, 2016, p.24)

Además se deben implementar en los municipios los cuidados justos que para mantener las propiedades características de la región boyacense tanto en sabor como en aroma.

8.5 Requisitos de entrada y documentación aduanera

Para la importación del cacao en grano, el importador debe registrarse en el acuerdo de la Ley de Higiene Alimentaria, de manera que se corrobore que el cacao cumple con las exigencias en cualidades y tamaño de las regulaciones coreanas. (PROECUADOR, 2012, p.20)

Si se cumplen con los requisitos, el Servicio Nacional de Cuarentena Vegetal NPQS (National Plant Quarantine Service) y la KFDA (Korean Food and Drug Administration) le dará la aprobación para continuar con el proceso de importación donde se preparan los demás documentos requeridos para pasar por la aduana. (PROECUADOR, 2012, p.20)

Cuando los artículos son llevados a las bodegas de aduanas en Corea, se debe notificar su ingreso al Servicio Nacional de Cuarentena Vegetal como una importación de plantas y a la

Korean Food and Drug Administration como una importación de alimentos y luego, se informa al fiscal del distrito para así poner los productos en Corea del Sur. (PROECUADOR, 2012, p.20)

Para la declaración de importación de alimentos, El importador debe crear una cuenta en el Servicio de Aduanas Coreano UNIPASS o en la página web de LA KFDA en el servicio público electrónico para alimentos importados y para diligenciar el formulario según las instrucciones de la declaración de importación. (PROECUADOR, 2012, p.20)

Para realizar el proceso de despacho aduanero, la mercancía debe pasar por la liquidación de la aduana donde se corrobora el cumplimiento de los requisitos de importación.

8.6 Régimen arancelario

Partida arancelaria	Descripción arancelaria	básico	Chile	Perú	EU	USA	Colombia (tiempo de desgravación)
180100	Granos de cacao, enteros o partidos; crudos o tostados						
1000	Crudo	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	inmediata
2000	Tostado	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5 años
180200	Cáscara, películas y demás residuos de cacao.						
1000	Cáscara, películas de cacao	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5 años
9000	Otros	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5 años
1803	Pasta de cacao						
100000	Sin desgrasar	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3 años
200000	Parcial o totalmente desgrasada	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3 años
1804	000000 Manteca de cacao	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3 años
1805	000000 Polvo de cacao sin contenido de azúcar o endulzantes	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	3 años

Figura 12. Aranceles para el cacao en Corea del Sur

Fuente: PROCOLOMBIA, 2015 (p.5)

Información extraída de: Servicio de Aduanas de Corea

8.7 Dificultades en la exportación

- Existen un número sesgado de empresas que importan el cacao en Corea del sur y Ghana tiene la mayor cuota del mercado, seguido lejanamente por un país latinoamericano como lo es Ecuador quien ha aprovechado la incursión a este país (PROECUADOR, 2012, p.7) Cabe resaltar que al ir creciendo el consumo en Asia y más específicamente en Corea del Sur, se puede decir que la torta se está expandiendo, solo hay que tomar una buena tajada de esta y aprovechar las oportunidades.
- Aunque Ghana tiene gran representación de exportación a Corea del Sur, en cuanto al Cacao, México, América Central, América del Sur y ahora el Sudeste Asiático, son países que cuentan con la materia prima (PROECUADOR, 2012, p.7), esto quiere decir que no se está aprovechando la oportunidad de exportación del producto y que puede generarse competencia desde varios países en su mayoría del continente americano, los cuales podrían tomar la decisión de llegar a Asia.
- “Ecuador y Perú han aumentado su producción de manera sostenida. En el 2015, Ecuador logró superar las 223.000 toneladas (según reporte de Anecacao) y Perú 92.000 toneladas (según Minagricultura). Mientras que FEDECACAO reporta un incremento de tan solo 2.000 toneladas” (Dinero, 2017, párr. 1) Esto quiere decir que no se está generando la producción que tal vez se necesitaría para suplir el mercado Surcoreano y que Colombia se está quedando atrás en cuanto a la competencia generada desde países vecinos por la producción de cacao.

- Corea del Sur hace exportaciones pero no como tal de la subpartida 1801.00 referente al cacao, sino que, por el contrario realizan una transformación de esta materia prima para producir productos derivados como pueden ser el cacao en polvo, el chocolate en barra o en bloque, los dulces y demás productos terminados, llegando a abastecer algunos mercados asiáticos como el Japonés, el Chino, el de Emiratos Árabes, y otros como el Ruso, el Australiano y el Estadounidense (PROECUADOR, 2012, p.10) si bien, Corea del Sur está transformando al cacao para exportarlo, también se está elevando el consumo dentro del país de los productos terminados. Esto conlleva a plantear la posibilidad de estudiar, si es más rentable enviar productos ya terminados o continuar con la materia prima.

8.8 Contactos para realizar la exportación

En la parte denominada clientes potenciales a Corea del Sur, se encuentran tanto los datos de posibles clientes para el cacao como algunos contactos que pueden servir de ayuda para exportar cacao a este país asiático.

En Corea del Sur existe una oficina comercial de PROCOLOMBIA, la cual cuenta con el siguiente contacto: Augusto Castellanos (Encargado) Correo: seúl@procolombia.co. Dirección: Kyobo Building Fl.11, 1 Jongno, Jongno-gu, Seoul, 110-714, Korea y Tel y Fax: + (82) (2) 720 1318 / Horario de Atención: 9:00 AM - 6:00 PM UTC +8

Los siguientes contactos son proporcionados en su mayoría por la página de PROECUADOR (2012) (<http://www.proecuador.gob.ec>), los cuales están enfocados al producto del Cacao y al contexto colombiano (desde p.35)

Existen algunas instituciones surcoreanas relacionadas a la importación, como:

Tabla 17

Instituciones coreanas de comercio exterior

Institución	Contacto	Actividades
KFDA Korea Food & Drug Association	www.kfda.go.kr Chungcheongbukdo Cheongwon-gun 82 (0) 43 719-2161	Controlando asuntos relacionados a los alimentos
Korea Cacao & Chocolate Association	www.chocolate.re.kr	Temas relacionados al cacao
KFIA Korea Foods Industry Association	www.kifa.or.kr Seocho-dong, Seocho- gu, Seoul 82 (0) 2 585-5052	Muy relacionada con la industria alimentaria Surcoreana
Animal, Plant and Fisheries Quarantine and Inspection Agency	www.naqs.go.kr	Inspección y Cuarentena Vegetal

Nota: tomada de PROECUADOR (2012) (p.35).

Algunas Navieras y consolidadores con destino a Corea del Sur, como:

8.9 Eventos y ferias para presentar el producto

Tabla 18

Eventos y ferias en Corea del Sur 2017

Ferias y Eventos	Descripción	Fecha para 2017
Gwangju International Food	Feria Internacional de la Alimentación	Noviembre 23 – 26.
Seoul Food & Hotel	Entre sus Ferias hay un segmento sobre una Feria Internacional de la Alimentación	Mayo 8-11, Seúl.
Seoul International Food Exhibition	Es el mayor evento del sector alimentario y de industrias relacionadas www.seoulfood.or.kr	Mayo 19, en Kintex en Goyang, Korea
Sires Seoul Int'l Restaurant, Food Service and Kitchen Equipment Show	dirigido a profesionales locales del sector alimentario www.foodexkorea.com	Marzo 4-6 (2018)

Nota: Información tomada mayormente de PROECUADOR (2012) (p.36).

Link de Interés, proporcionado por PROCOLOMBIA:

“Corea aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de junio de 2005. Para prevenir la introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (...) En Colombia la entidad encargada de autorizar la marca es el ICA” (PROCOLOMBIA, 2017, p.25) -ICA: página web <http://www.ica.gov.co/> y correo; contactenos@ica.gov.co.

8.9 Organizaciones coreanas de interés para la exportación del producto.

En corea existen más Organizaciones de Interés como son:

Tabla 19

Organizaciones coreanas para exportar el producto

Entidad	Descripción	Contacto
KOIMA Asociación de Importadores de Corea	Con información de empresas Surcoreanas importadoras clasificadas por productos, legislaciones y estadísticas	www.import.or.kr/ (inglés y coreano)
KITA Korea International Trade Association	Movimientos y desarrollo del comercio Surcoreana	global.kita.net/ (inglés y coreano)
Cámara de Comercio e Industria	En esta página encontrará información sobre cooperación económica, así como de cada una de sus subsidiarias	www.colombocoreana.com
KOTRA Agencia de Promoción del Comercio y las Inversiones	Con información útil acerca de inversiones y mercados en Corea del Sur	http://english.korcham.net/nChamEng/Service/About/appl/Access.asp
Aduana de Corea	Contiene amplia información sobre aduanas como requisitos para mercancías.	www.customs.go.kr/kcshome/site/index.do?layoutSiteId=english
Cámara de Comercio Colombo Coreana de Comercio e Industria	Apoya desde la iniciativa privada al fortalecimiento y relaciones de intercambio comercial y de cooperación técnica, industrial, científica y cultural.	www.colombocoreana.com

Nota: tomada de PROCOLOMBIA (2016), mediante la página web de Colombiatrade.com.co (p.9)

CAPÍTULO 9: Análisis de la potencialidad y generación de estrategias

9.1 Análisis de la potencialidad

La siguiente tabla presenta los requisitos más importantes para exportar cacao a Corea del Sur junto a las indicaciones de: Si Cumple, si la asociación cumple totalmente con el requisito; En proceso, si lo cumple en alguna medida o el requisito se puede gestionar posteriormente como un certificado de origen o similares; y No cumple, si el requisito no lo posee la asociación.

Tabla 20

Verificación del cumplimiento de los requisitos

Requisitos	Cumple			Comentario
	Si	En proceso	No	
1. Cacao tipo criollo o común	X			Pauna y en específico APROCAMPA es productor de cacao criollo o común, blanco y pajarito. (García, Ángel, comunicación virtual, 12 de agosto de 2017)
2. Certificados de calidad	X			Los principales certificados a los cuales puede acceder el producto para exportar son Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ y Orgánico, estas comunican sobre esfuerzos de comercio justo y responsabilidad social. APROCAMPA cuenta con el Certificado de Comercio justo y el Certificado de Conservación Ambiental. (FUNREDAGRO, 2016, p.15)

3. Embalaje en material reciclable	X	Actualmente el cacao está siendo vendido en costal de fique y según Cia Empaques (s,f) “este tipo de costal es elaborado con fibras 100% naturales y biodegradables.”
4. Certificado fitosanitario para verificar que el producto esté libre de plagas o insectos	X	Este certificado es obligatorio en el momento de la exportación, sin embargo, la asociación no cuenta aún con este requisito.
5. Etiquetado en inglés y coreano	X	El etiquetado se encuentra en idioma español, sin embargo, es un requisito que se debe tener presente al momento de exportar.
6. Certificado de Origen	X	-
7. Tener cuenta en el Servicio de Aduanas Coreano UNIPASS	X	Es un requisito obligatorio para importar desde Corea del Sur.
8. Registro en el acuerdo de la ley de Higiene Alimentaria	X	En la importación, el comprador debe registrarse en el acuerdo de la Ley de Higiene Alimentaria, para que se corrobore que el cacao cumple con las exigencias en cualidades y tamaño según las regulaciones coreanas. (PROECUADOR, 2012, p.20)

6. Notificación del ingreso de la mercancía en el Servicio Nacional de cuarentena vegetal y en la Korean Food and Drug Administration

X

Una vez los artículos son llevados a las bodegas de aduanas en Corea, se debe notificar su ingreso al Servicio Nacional de Cuarentena Vegetal como una importación de plantas y a la Korean Food and Drug Administration como una importación de alimentos (PROECUADOR, 2012, p.20)

Nota: creación propia (2017).

Se elaboró un diagrama FODA (el cual contiene Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) con el fin de realizar el análisis de la potencialidad del cacao Boyacense con destino a Corea del Sur. De igual manera esta información se usará más adelante para elaborar un FODA cruzado y luego se diseñará una serie de estrategias según las 4p del marketing.

Tabla 21

Análisis de la potencialidad

Debilidades	D1. Poca experiencia en el mercado coreano, Colombia tiene una participación del 0,1% en la exportación de cacao en grano con destino a Corea del Sur, esto según la fuente: Trademap (2017). D2. Poco reconocimiento del mercado, debido a su baja participación. D3. Boyacá tiene poca experiencia en exportar cacao. D4. Marcadas deficiencias en los procesos productivos y en tecnificación. D5. La investigación sobre mercados potenciales para el cacao es escasa, limitando así la creación eficaz de estrategias.
Amenazas	A1. Gran competencia, tanto a nivel nacional como internacional, “en

Colombia los principales productores de cacao son los departamentos de Santander, Arauca y Antioquia” (FEDECACAO, 2017, p.3), a nivel internacional se encuentran Costa de Marfil, Ghana e Indonesia (Trademap, 2017) y finalmente Ghana, Ecuador y Perú son los líderes en Corea del Sur. (Trademap, 2017)

A2. Corea del Sur registra importaciones de cacao donde Ghana ocupa un 51,91% del mercado. (Trademap, 2017)

Fortalezas

F1. El departamento de Boyacá es productor de un cacao de alta calidad, reconocido a nivel internacional como “de fino aroma y sabor”, y son merecedores del premio “El cacao de Oro de Colombia”.

F2. El cacao “criollo” es uno de los tipos que se cultivan en este departamento. Este es el más fino y es usado para la fabricación de chocolate Premium de alta calidad y de alto precio.

F3. Con las asociaciones, los productores tienen la posibilidad de generar capacidad exportadora e incentivar el apoyo y la mejora mutua.

F4. Debido a que el principal producto de la empresa es una materia prima, se requerirían menores procesos y adaptación para efectuar una exportación, teniendo así menores costes para la empresa.

Oportunidades

O1. Invertir en investigación con el fin de combatir las principales enfermedades que aquejan al cacao (la moniliasis y la escoba de bruja).

O2. Los competidores nacionales no han incursionado de una manera significativa en Corea del Sur, lo cual representa una oportunidad para Boyacá.

O3. El consumo de cacao en Corea del Sur tiene un aumento considerable

en los últimos años; por la creación de nuevos hábitos de consumo, como el tomar una bebida de chocolate después de almorzar.

O4. Existen certificaciones internacionales para medir la calidad del cacao, estas son la Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ y Orgánico, (PROECUADOR, 2012, p. 24). La obtención de estos certificados daría al cacao Boyacense más visibilidad a nivel internacional.

O5. Corea del Sur es un consumidor en crecimiento de productos fabricados con cacao criollo y es uno de los países que paga más por cada kilo de este producto, además, Colombia es uno de los países productores de este tipo de cacao, que acapara el 10% de la producción mundial. (PROCOLOMBIA, 2016, párr. 1)

O6. Aunque “APROCAMPA cuenta con 174 familias dentro de su asociación en el municipio de Pauna” es posible que estas atraigan a sus vecinos para que también siembren cacao; generando así más ingresos y oportunidad de crecimiento.

O7. Crecimiento mundial en el consumo de chocolate y derivados, especialmente en el continente Asiático debido a que la demanda en esta región creció 4.5%, siendo la tasa más alta en el mundo frente a la tasa global de 0.8%. (Euromonitor, 2015, párr. 2).

Nota: creación propia (2017).

Esta matriz muestra los principales aspectos encontrados en el proyecto, los cuales indican que el cacao boyacense tiene características atractivas para el mercado Surcoreano, por su uso en la elaboración de productos Premium. No obstante, Colombia no registra exportaciones significativas a Corea del Sur y Boyacá no ha realizado ninguna exportación a dicho país.

Al ser Corea del Sur un mercado desconocido para las empresas boyacenses, se está perdiendo oportunidad comercial y la competencia está tomando ventaja en el mercado, ya que cada vez es más notorio el incremento de las exportaciones de cacao a Corea del Sur por parte de Ghana, Ecuador y Perú; siendo estos sus principales proveedores.

Reconociendo el potencial que tiene el cacao boyacense en el mercado Surcoreano, se hace necesario estudiar los requerimientos de exportación, dentro de ellos se encuentran los aranceles y los requisitos no arancelarios. En cuanto a los primeros, Colombia goza de la exención del arancel al cacao por parte de Corea del Sur gracias a la reciente firma del TLC por la cual se redujo de 5% a 0% (desgravación inmediata), generando así una ventaja para los exportadores. En cuanto a los requisitos no arancelarios, se hace necesaria la adaptación del empaque o embalaje, etiquetado y selección del producto para lograr ingresar al mercado de acuerdo a las exigencias gubernamentales.

Finalmente, se puede concluir que las fortalezas que tiene el sector cacaotero boyacense permitirán contrarrestar ciertas debilidades y amenazas, para así aprovechar las oportunidades e ingresar de manera satisfactoria al mercado Surcoreano.

Con el fin de lograr un análisis completo acerca de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene el sector cacaotero para ingresar al mercado coreano, a continuación se presenta la matriz de FODA cruzada, la cual permitirá tomar medidas para utilizar las fortalezas y reducir las debilidades, aprovechar las oportunidades y usar las fortalezas. La siguiente matriz

presenta el cruce de las variables, de manera que se representa la fortaleza número uno como F1, la fortaleza número 2 como F2 etc. De la misma manera, para las debilidades D1, D2, etc.; oportunidades O1, O2, O3; y amenazas A1, A2 etc.

Tabla 22
Análisis FODA cruzado

F O R T A L E Z A S		D E B I L I D A D E S	
O P O R T U N I D A D E S	F1.O2 El mercado coreano es desconocido por las industrias boyacenses, por lo que se ignora el aumento en el consumo de cacao en este y los beneficios del TLC. Boyacá tiene productos de calidad que pueden ingresar a Corea, pero se debe realizar una investigación y un análisis minucioso de lo requerido.	D1.O2 Colombia tiene baja participación en el mercado coreano y no ha invertido en investigación para reconocer las oportunidades comerciales que existen. Si lo hiciera y diera a conocer los beneficios de sus productos, países como Corea del Sur incrementarían su demanda y se empezaría el proceso de posicionamiento y participación en este mercado.	
	F2.O3 El consumo de chocolate Premium en Corea del Sur está tomando popularidad. El chocolate de este tipo se fabrica con cacao de alta calidad. Boyacá es cultivador de cacao criollo, el cual es reconocido internacionalmente por ser de fino aroma y por ser usado para la fabricación de productos Premium.	D3.O2 Cuando se empieza a reconocer a Corea del Sur como un país potencial para importar productos de Colombia, Boyacá empezará a exportar de manera significativa a este mercado los productos que se requieran.	
	F3.O6 La asociatividad es muy importante al momento de exportar, porque el incremento de la demanda requiere mayor capacidad productiva. Cuando Asociaciones como APROCAMPA no tengan la suficiente capacidad en materia prima para exportar, pueden unirse a otras organizaciones o productores con el fin de completar la cuota.		

F4.O4 Una de las maneras de posicionar el cacao boyacense es a través de la obtención de certificados de calidad. Estos proporcionarán la confianza en el producto, además permitirán captar mayor cantidad de demandantes e incluso aumentar su precio.

A M E N A Z A S	A1. F1 Aunque Boyacá tiene fuertes competidores a nivel nacional, en 2014 se destacó como el mejor cacao de Colombia, y en los años posteriores fue finalista en este concurso denominado “El cacao de oro de Colombia”; lo que también le permitió alcanzar visibilidad internacional.	D1.A1 Colombia tiene una escasa participación en Corea del Sur, de hecho es mínima mientras tanto, otros países han aprovechado este potencial el crecimiento. Este mercado se encuentra en crecimiento (29% del 2015 al 2016 según (Trademap, 2017); generando una oportunidad para países interesados en exportar. Además el comportamiento del consumidor coreano está cambiando, dirigiendo su consumo a productos de alta calidad, como el cacao criollo de Boyacá.
	A2. F2 En cuanto a los competidores en Corea del Sur, Ghana tiene una amplia participación en el mercado, no obstante, países como Ecuador y Perú están ganando terreno en el mercado con un tipo de cacao que es similar al Boyacense. Las estrategias que usaron estos países darían una base para crear las de Boyacá.	

Nota: Elaboración Propia (2017).

9.2 Estrategias para la exportación

9.2.1 Estrategias de Producto

El objetivo es generar posicionamiento del cacao de Boyacá como un cacao fino de aroma y de alta calidad, mediante la adaptación del producto al mercado surcoreano.

1. Traducción de la marca y del empaque.

Diagnóstico: Tanto el nombre del producto como la información de exportación se deben presentar en idioma coreano e inglés preferiblemente. (PROCOLOMBIA, 2012, p.23)

Descripción: Traducción tanto de la marca como de los enunciados en el empaque, caja o contenedor incorporando además los datos descritos con antelación en este proyecto debido a su exigencia en temas normativos de comercio exterior.

2. Adaptación del empaque del producto.

Diagnóstico: De acuerdo con la Ley de promoción de Ahorro y reciclaje de Re Fuentes (Act on the promotion of saving and recycling of Refunds), La Corporación Ambiental de Corea se encarga de verificar los productos o materiales de empaque que deben estar sujetos a reciclaje obligatorio con la importación (PROECUADOR, 2012, p.22)

Descripción: Corroborar y adaptar el empaque como reciclable, ya sea en un costal de fique o de polipropileno, siempre y cuando contengan fibras 100% naturales y biodegradables.

3. Selección y evaluación de la calidad del producto.

Diagnóstico: Según la Ley de cuarentena para plantas (Plant Quarantine Act): Se requiere certificado fitosanitario del cacao para su importación, donde la Agencia de Cuarentena e Inspección Animal, Vegetal y Pesquera debe examinar el cacao en grano, antes de que este sea importado. El objetivo de esta ley es proteger la producción nacional de plagas, insectos y malas hierbas provenientes del extranjero. (PROECUADOR, 2012, p.22)

Descripción: Seleccionar el cacao de mejor calidad y con tamaño uniforme de acuerdo a la legislación coreana, además realizar un proceso de limpieza para la eliminación de cualquier plaga que pueda dañar el producto. Posteriormente se debe solicitar la revisión y el visto bueno por parte de entidades como el ICA y la Agencia de Cuarentena e Inspección Animal, Vegetal y Pesquera en Corea del Sur.

4. Inversión en el cuidado y mejoramiento del producto.

Diagnóstico: Uno de los motivos por los cuales no se cultiva cacao criollo en el mundo es por su vulnerabilidad ante las plagas y enfermedades, no obstante, Colombia y Boyacá son productores de este tipo de cacao. La producción se podría ver en incremento si se estudia y se invierte en contrarrestar las enfermedades y plagas que aquejan al grano, de esta manera se podrían aumentar los cultivos de cacao en la región.

Descripción: “Invertir en investigación para poder generar mejores clones y contrarrestar las principales enfermedades que aquejan al cacao como lo son la monilia y la escoba de bruja” (CASTELLANOS et al., 2007, p.33).

5. Promoción de la exportación de productos terminados, no commodities.

Diagnóstico: Muchos de los países importadores de materia prima, la transforman y la exportan como productos procesados y en algunos casos, los países compradores son aquellos productores de la misma materia prima con la que se fabricaron dichos productos transformados. Además su venta tiene un mayor precio debido al valor añadido que el producto procesado posee.

Descripción: Promover la exportación de productos terminados, en este caso, la transformación del cacao como materia prima en un producto como el chocolate o sus derivados, de manera que no se exporte el commodity sino bienes transformados con valor añadido.

6. Consolidación de la marca “cacao colombiano” y “cacao de Boyacá”

Descripción: Consolidación de la marca “cacao colombiano” y “cacao de Boyacá” como símbolo de un cacao de alta calidad, con características únicas y especiales. Aplicando el marketing territorial se buscará posicionar la marca a nivel internacional como el mejor cacao del mundo y a nivel nacional, como el mejor cacao de Colombia.



Fuente: creación propia

Esta imagen será tomada como referencia para la marca de consolidación del cacao Boyacense. Denotando elegancia propia de un producto de alta calidad.

7. Incorporación de datos obligatorios en el etiquetado del producto.

Descripción: El exportador debe incorporar en el etiquetado del producto los datos acerca del nombre del producto, el tipo de producto, el nombre y la dirección del importador, la fecha de vencimiento, el nombre y dirección del importador, la fecha de vencimiento, el nombre de los ingredientes, contenido neto y se debe incluir el símbolo del tipo de material del empaque. Dicha información debe estar en idioma coreano e inglés preferiblemente. (PROECUADOR, 2012, p.24)



Fuente: creación propia

8. Verificación del cumplimiento de los documentos de exportación

Descripción: El exportador debe tener en regla los documentos que deben estar presentes en el momento de la exportación, como la factura comercial, el conocimiento de embarque, la lista de empaque, el certificado de origen y el certificado fitosanitario. (PROCOLOMBIA, 2016. p.18)

9. Posicionamiento por calidad certificada

Diagnóstico: APROCAMPA, cuenta con dos certificaciones Certificado de Comercio justo y el Certificado de Conservación Ambiental. (FUNREDAGRO, s.f p.15) que son válidas para corroborar sus prácticas legales y amigables con el medio ambiente, sin embargo, no cuentan con certificaciones de calidad que validen las características de la materia prima.

Descripción: Una estrategia que puede ser de mayor utilidad para generar posicionamiento y diferenciación en cuanto al producto es la adquisición de certificaciones de calidad para el cacao como lo son la Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ y Orgánico (PROECUADOR, 2016, p.24), las cuales comunican sobre esfuerzos de comercio justo y responsabilidad social a nivel internacional.

9.2.2 Estrategias de Precio

El objetivo es basar el precio del kilogramo de cacao en la imagen y en la calidad del producto, puesto que, esta materia prima sirve para la fabricación de chocolates tipo Premium.

1. Guiar el precio del producto de acuerdo a la Bolsa de Valores de Nueva York.

Diagnóstico:	Descripción:
El precio por la tonelada de cacao en grano otorgado por la bolsa de Valores de Nueva York a agosto del 2017 es de 3322 USD.	De acuerdo tanto a los costos logísticos de exportación presentados en el presente proyecto de investigación como al precio otorgado por la Bolsa de Valores de Nueva York, el precio mínimo al que se ofertará el producto será de 3322 USD por tonelada. El precio mínimo por kilogramo será de \$10.002 COP, lo cual sugiere al exportador que se debe negociar a precios más altos que los indicados aquí para obtener mayor beneficio; esto por ser un cacao de mayor calidad.

2. Establecer la cantidad mínima a exportar de acuerdo al punto de equilibrio.

Diagnóstico:	Descripción:
El punto de equilibrio determinará cuánta es la cantidad mínima a exportar para obtener una utilidad.	La estructura de costos (en los anexos) presenta el punto de equilibrio, es decir la cantidad mínima que se debe exportar para obtener una utilidad. Esta es de 51782 kilogramos al precio mínimo de 3322 USD por tonelada. En caso de que se exporte menos de esta cantidad a ese precio, la utilidad será \$0.

3. Establecer el precio de acuerdo a la competencia

Diagnóstico:	Descripción:
Bélgica exporta cacao fino de aroma a Corea del Sur y el precio que recibe por cada kilogramo es de 10,24 USD (Trademap, 2017).	En de Boyacá, el cacao fue reconocido internacionalmente como de fino aroma y exquisito sabor, este cacao es utilizado para la creación de chocolates Premium, de esta manera se ofertará el producto por debajo de la competencia, para así, hacerlo más atractivo mientras se posiciona en el mercado coreano.

4. Fomento de la asociación para promover la exportación

Diagnóstico: APROCAMPA cuenta con 174 familias que hacen parte del proceso productivo, sin embargo, este número puede crecer y así promover el cultivo de cacao para futuras exportaciones.

Descripción: Atraer a más familias del occidente de Boyacá con el fin de generar más producción y poder exportar mayor cantidad, trayendo consigo más unidad a la población y más apoyo mutuo en la búsqueda de un bienestar común.

5. Promover la asociación con otro departamento productor.

Diagnóstico: Aunque en las primeras exportaciones, los importadores solicitan cantidades mínimas para conocer el producto, estos pedidos empiezan a incrementar en cuanto se apruebe por el importador las características del mismo, es allí donde es necesario reunir la cantidad de producto adecuado para suplir la demanda.

Descripción: En dado caso que no se pueda cumplir con la cuota exigida por el país Surcoreano y que este no busque tener una misma calidad del producto, sería pertinente realizar una asociación con otro departamento, como por ejemplo el Cauca puesto que este también genera cacao de tipo criollo (Chavaniaqa, 2017, p.2), el cual se convierte en Premium; el preferido por los Surcoreanos.

9.2.3 Estrategia de Distribución

En este punto se generan claves para una distribución directa a través del contacto inmediato con las empresas que tienen un alto potencial de importación por ser productoras de chocolates Premium en Corea.

1. Establecer una distribución selectiva con las empresas fabricantes de productos Premium.

Diagnóstico: Debido a que se venderá un cacao fino con el que se fabrican productos de alta calidad, es necesario seleccionar a las empresas que realicen este tipo de procesos.

Descripción: El tipo de distribución será selectiva. Las empresas proveedoras seleccionarán un número determinado de empresas importadoras en Corea del Sur que requieran el tipo de producto o materia prima que se ofrece desde Colombia. Es decir, empresas que sean fabricantes de productos Premium o que requieran materia prima de alta calidad como lo es el cacao criollo. Para esto se hace fundamental el contacto directo con las empresas, definiendo las que tienen mayor potencial de ser compradoras. Además el punto de venta será definido por los importadores, ya que no se venderá el cacao a consumidores finales.

2. Establecimiento de un canal directo con el cliente industrial

Diagnóstico: La mejor estrategia para llevar un producto nuevo a un mercado desconocido es a través del contacto con un agente, no obstante, esto implica un costo alto para el exportador. Si el exportador planea recuperar la inversión a corto plazo conviene el uso de un canal directo con el importador, sin embargo no se puede descartar el uso de un agente aduanal.

Descripción: El tipo de canal será preferiblemente directo, aunque no se puede descartar el uso de un canal múltiple con la participación de un representante o agente y un distribuidor industrial.

3. Comunicación directa con el importador con el fin de reducir intermediarios.

Descripción: En el proyecto se incorporaron varios contactos y eventos de Corea del Sur a los cuales se puede acudir con el fin de buscar posibles compradores para el producto, así mismo esto permitirá la reducción de intermediarios y se generará mayor visibilidad al cacao boyacense dentro del mercado Surcoreano.

4. Usar a agentes de carga que tengan experiencia en el transporte de mercancías a granel hacia Corea del Sur.

Diagnóstico: Resulta conveniente utilizar como agente de carga a una empresa que tenga experiencia en el ámbito de transporte de carga a granel con destino a Corea del Sur.

Descripción: Debido a que durante la investigación se encontró que la empresa MSC “Mediterranean Shipping Company”, es reconocida en países como Ecuador (msc.com, 2017 párr. 1), Perú, Costa de Marfil, entre otros países productores, por su liderazgo y experiencia en el transporte de cacao, se sugiere a los cacaoteros de Boyacá que a la hora de exportar evalúen a esta empresa como una de sus opciones para llevar el cacao a Corea del Sur.

9.2.4 Estrategia de Promoción

Se manejará una estrategia de posicionamiento basada en la calidad y en las herramientas que puedan ser utilizadas en Corea del Sur, pero esta promoción estará enfocada en las empresas que lo adquieren, puesto que son a quienes se les venderá el cacao.

1. Creación de una página web para presentar el producto.



Descripción: Creación de una página web donde se muestran los datos de las empresas productoras, las características de los productos y la traducción por lo menos a inglés.

- Esta imagen es de creación propia donde se realizó un ejemplo de cómo podría ser la presentación de la Página Web tomando la marca Boyakocoa, e introduciendo los colores de esta.

Diagnóstico: Debido a que la comunicación con el importador será difícil de realizar de manera presencial, es conveniente la creación de un mecanismo de comunicación donde el cliente pueda contactar a las empresas proveedoras y detallar las características del producto.

2. Creación de un lema publicitario que refleje las características del producto.

Diagnóstico: Un lema publicitario proporcionará una idea general de aquellas características del producto que se quieren dar a conocer a los clientes.

El alimento de los dioses

La propuesta de valor a implementar en el Occidente de Boyacá para exaltar al cacao, está ligada principalmente a dos aspectos: el lema de la marca Boyakocoa, es decir a la frase: “*El alimento de los dioses*” y a su localización geográfica, puesto que, solo esta tierra, por sus condiciones climáticas, su suelo fértil y labor de su cálida población, puede concebir un producto con características de fino sabor y aroma, dignas del paladar de un dios.

3. Envío de muestras sin valor comercial a los clientes potenciales en Corea del Sur

Descripción: Se pueden enviar Muestras Sin Valor Comercial siendo estas “aquellas mercancías que únicamente tienen por finalidad demostrar sus características y que carecen de valor comercial por sí mismas, las cuales no deben ser destinadas a la venta en el País de destino” (PROCOLOMBIA, 2015, p.23). Para esto se debe contar con el NIT, RUT, los vistos buenos y el certificado de origen.

- Imagen de cacao de Pauna en proceso de secado. Fuente propia.



4. Envío de catálogos a los clientes potenciales en Corea del Sur.

Descripción: Envío de catálogos a las empresas importadoras, con todas las características, beneficios e información relevante del producto.

5. Fortalecimiento de la marca “cacao colombiano” como símbolo de calidad y buen sabor.

Diagnóstico: El tipo de cacao producido en Colombia, solo se produce en el 10% del mundo, debido a su sabor exótico y a su fino aroma, además al ser criollo, es el preferido por la industria chocolatera coreana.

Descripción: A partir de esto es importante el fortalecimiento de la marca “cacao colombiano” como el mejor cacao del mundo, actividad que se puede realizar en las macrorruedas y ferias en Corea del Sur.

6. Creación de un logo que identifique al cacao boyacense.

Descripción: Incentivar a las marcas que utilizan el cacao boyacense a crear un logo el cual indique que el producto contiene un cacao que está hecho de la mejor calidad y con Responsabilidad Social. Esto se puede hacer visible por medio de anuncios publicitarios y la web.



CAPÍTULO 10: Conclusiones y Recomendaciones

- Desde el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur, se encuentra que para el producto del Cacao existe un potencial favorecedor, puesto que ya hay una reducción inmediata de aranceles, lo cual hace que se considere al mercado Surcoreano como un país atractivo para llevar el producto.
- Las empresas productoras de cacao en Boyacá, poseen algunas ventajas que les ayudarán a ingresar al mercado surcoreano, debido a la calidad de su cacao, siendo este el más utilizado para la fabricación de chocolate Premium. De igual manera, porque este tipo de producto es el preferido por el consumidor coreano, contando además con el mayor precio en el mercado.
- Las exigencias en torno a la exportación del cacao, se enfocan en la salubridad del producto y al tipo de material con el que se envía. El cacao debe ser evaluado para determinar que se encuentre libre de plagas y que el material del embalaje sea de tipo reciclable. Adicionalmente, en cuanto a su nombre y características técnicas, se deben especificar todos los datos del exportador, producto y país de origen en idioma coreano e inglés.
- Cabe destacar que se puede competir mediante la obtención de certificados que apoyen la calidad del producto, lo cual se lograría partiendo de la investigación con respecto a las enfermedades que aquejan al cacao y dando más importancia al mercado asiático, pues existe un incremento considerable en el consumo de derivados del cacao.
- Las empresas productoras de Boyacá buscan generar un posicionamiento basado en la calidad de su cacao, por esta razón se deben concentrar los esfuerzos en el producto y en los

mecanismos de promoción, a través de la participación en ferias y en macrorruedas donde se efectúe una táctica de precios basada en la competencia.

- Los cacaoteros de Boyacá, se están asociando con el fin de generar una producción que beneficie a su población, y esto es positivo debido a que se alcanzan mejores resultados, dando pie a que sean más las familias que se unan por esta meta.
- Aunque el mercado surcoreano está siendo principalmente abastecido por Ghana, Ecuador y Perú, no quiere decir que no haya cabida para el cacao boyacense, ya que se puede alcanzar una cuota de mercado al atraer a compradores que busquen las características del cacao Premium; teniendo en cuenta además que los cacaoteros de Pauna ya están empezando a tomar acción con el fin de tecnificar sus procesos.
- Se puede concluir que el presente proyecto de investigación dio como resultado la generación de estrategias basadas en las 4P del marketing para la exportación de cacao boyacense a Corea del Sur; dichas estrategias apoyan la hipótesis planteada inicialmente, confirmando así que en el marco del TLC entre los dos países, el cacao boyacense posee ciertas potencialidades que lo hacen atractivo en el mercado Surcoreano.
- Se encontraron aspectos que deben ser atendidos con el fin de atraer a los compradores de Corea, tales como cumplir los requisitos que son indispensables en la venta del cacao y conseguir los certificados para dar mayor valor al producto.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (1999). El proyecto de Investigación. 3rd ed. Caracas: Oriol Ediciones
- Agronet.gov.co. (2017). Cacao. [Online] Disponible en:
<http://www.agronet.gov.co/Documents/cacao.pdf#search=cacao>
- Alicebentleychocolates.com. (2014). EL ORIGEN y LOS TIPOS DE CACAO. [Online] Disponible en:
<http://alicebentleychocolates.com/index.php?route=pavblog/blog&id=12>
- Castellanos, o., Torres, l., Fonseca, s., Montañez, v. Y Sánchez, a. (2007). Agenda prospectiva de investigación y desarrollo tecnológico para la cadena productiva de cacao-chocolate en colombia. [ebook] Bogotá: Prentice Hall, p.33. Disponible en: http://www.bdigital.unal.edu.co/2111/1/Publicable_Agenda_Cacao.pdf
- Comercioyaduanas.com.mx. (2013) ¿Por qué buscar un agente aduanal?. [online] Disponible en: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/aduanas/agenteaduanal/471-por-que-buscar-un-agente-aduanal>
- Coronatti, M. (2014). Demanda de chocolate en Asia sostiene precio de cacao - Alto Nivel. [online] Alto Nivel. Disponible en: <https://www.altonivel.com.mx/42798-demanda-de-chocolate-en-asia-sostiene-precio-de-cacao/>
- Czinkota, M., Ronkainen, I. and Moffett, M. (2007). Negocios internacionales. 7th ed. México: Thomson, pp.148-180.
- Chavaniaqa, M. (2017). Cuál variedad de Cacao debemos sembrar? 1st ed. [ebook] Bogotá: Chavaniaqa Misas. Disponible en:
<http://www.bdigital.unal.edu.co/34417/1/34567-135985-1-PB.pdf>
- Daniels, J., Radebaugh, L. and Sullivan, D. (2010). Negocios internacionales. 12th ed. Naucalpan de Juárez, México: Pearson, pp.227-246
- Euromonitor.com. (2017). Chocolate Confectionery in South Korea. [Online] Disponible en:
<http://www.euromonitor.com/chocolate-confectionery-in-south-korea/report>
- Empaques, C. (n.d.). Sacos | COMPAÑÍA DE EMPAQUES - | Bolsa, Bolsas reutilizables, bolsas ecológicas, Fibras naturales. [online] Ciaempaques.com.co. Disponible en: <http://ciaempaques.com.co/es/marca/sacos>
- Fedecacao.com.co. (2017). Nacionales. [online] Disponible en:
<http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/2015-02-12-17-20-59/nacionales>
- Franco, E. (2014). Fedecacao, Federación Nacional de Cacaoteros. [online] Fedecacao.com.co. Disponible en:
<https://www.fedecacao.com.co/site/index.php/component/content/?view=featured&start=60>
- Finagro.com.co. (2016). Boyacá fue escogido como el mejor Cacao de Colombia | Finagro. Página web:
<https://www.finagro.com.co/noticias/boyac%C3%A1-fue-escogido-como-el-mejor-cacao-de-colombia>

- Go4worldbusiness.com. (2017). *International Business Directory - Manufacturers, Suppliers, Wholesalers and Traders* | go4WorldBusiness.com. [online] Disponible en: <http://www.go4worldbusiness.com>
- Hill, C. and Obón León, M. (2011). *Negocios internacionales*. 8th ed. México: Mc Graw Hill, p.167.
- Hernández, R. and Fernández, C. (2006). *Metodología de la investigación*. 4th ed. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Innovación social Aprocampa. (n.d.). Funredagro. [online] Disponible en: http://argus.iica.ac.cr/Esp/regiones/andina/colombia/Documentos%20de%20la%20Oficina/Foro_Relaser/Documentos_interes/FUNREDAGRO_presentacion_innovacion_social.pdf.
- Inversiones, I. (2017). Informe e-País. Corea del Sur 2016. [Online] Icx.es. Disponible en: <http://www.icx.es/icx/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/DOC2016661331.html>
- Jorge Agustin Ruiz Pacheco (2014). CACAO Y SU APOORTE AL DESARROLLO COLOMBIANO. Disponible en: [http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13292/1/ENSAYO%20Cacao%20y%20su%20aporte%20al%20desarrollo%20colombiano%20\(1\).pdf](http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13292/1/ENSAYO%20Cacao%20y%20su%20aporte%20al%20desarrollo%20colombiano%20(1).pdf)
- Kompass.kr. (2017). *Bootstrap Login Form*. [online] Disponible en: <http://www.kompass.kr>
- Medina A, H. (2016). Cacao de Boyacá, entre los mejores. El Tiempo. [Online] Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16702792>
- Mincomercio (2016). Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y la República de Corea. [Online] Tlc.gov.co. disponible en: http://www.tlc.gov.co/publicaciones/733/acuerdo_de_libre_comercio_entre_la_república_de_colombia_y_la_república_de_corea
- Minagricultura.gov.co. (2017). Resultados históricos de cacao, arroz y porcicultura tienen el sello de Colombia Siembra. [Online] Disponible en: <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Resultados-hist%C3%B3ricos-de-cacao,-arroz-y-porcicultura-.aspx/>
- Msc.com. (2017). LIDERAZGO Y EXPERIENCIA EN EL TRANSPORTE DE CACAO. [Online] Disponible en: <https://www.msc.com/getattachment/f530e4af-4e1f-43fb-abfb-7df39422a34b/636059939405730000>
- Muisca.dian.gov.co. (2017). Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. [Online] Disponible en: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>
- Oficina Comercial del Ecuador en México (2012). Perfil de Cacao en México. 1st ed. [ebook] p.6. Disponible en: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_CACAO_M%C3%89XICO.pdf
- Proexport. (2013). *Revista de las oportunidades Proexport Colombia*. Bogotá: Editorial El Espectador.

- Proecuador.gob.ec. (2011). Perfil De Cacao En Corea. [Online] Disponible en:
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2011_CACAO_COREA.pdf
- PEDCTI Boyacá 2022. (2012). 1st ed. Bogotá: Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología, pp.51, 93.
- Peña Ramos, D. and Palacios, M. (2015). Boyacá, Agroindustria productiva y competitiva. 8th ed. [ebook] Tunja: Secretaría de Productividad, TIC y Gestión del Conocimiento, p.2. Sitio web:
https://drive.google.com/file/d/0B7lmAQaha_7yTWNxRjdaaVNpNk0/view
- Perfil Logístico de Colombia hacia Corea del Sur. (2016). [online] Bogotá: ProColombia. Disponible en:
http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_corea_del_sur_1.pdf
- Pennsylvania.or.kr. (2017). <기본그룹>자료실> South Korea Confectionery (Chocolate) Market Overview. [Online] Disponible en:
http://www.pennsylvania.or.kr/bbs/board.php?bo_table=s61&wr_id=37
- Reina, M., Salamanca, C. & Forero, D. (2009). Análisis de factibilidad de un Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la República de Corea. Disponible en:
<http://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/229>
- Rodríguez, A. (2017). Boyacá trabaja en la internacionalización de sus productos. [online] E-max. Disponible en:
<http://www.boyaca.gov.co/sectic/283-boyac%C3%A1-trabaja-en-la-internacionalizaci%C3%B3n-de-sus-productos>
- Statista. (2017). Retail sales of chocolate in South Korea 2015 | Statistic. [Online] Disponible en: <https://www.statista.com/statistics/315317/retail-sales-of-chocolate-in-south-korea/>
- Swisscontact.org. (2014). Oportunidades de mercado para exportar cacao colombiano. [Online] Disponible en:
http://www.swisscontact.org/fileadmin/images/Country_Subpages/Colombia/7_Oportunidades_mercado_exportar_cacao_colombiano-A_Ramos_Proexport_.pdf
- Trade Map - Bilateral trade between Corea, República and Colombia. [Online] Trademap.org. Disponible en:
http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3|410||170||1801||4|1|1|1|2|1|1|1|1
- Vásquez Escobar, J. (2015). Propuesta de Plan de Negocio para exportar cafés especiales a la República de Corea del Sur. Maestría. Universidad EAFIT.
- Villamil, Y. (2015). El cacao ahora es la 'gallinita de los huevos de oro' en el occidente de Boyacá. HSB Noticias. [Online] disponible en:
<http://hsbnoticias.com/noticias/economia/el-cacao-ahora-es-la-gallinita-de-los-huevo-de-oro-en-el-oc-138335>

ANEXOS

Asignación presupuestaria

Información General

Cantidad de cacao importado por Corea del Sur en el año 2016	5.884 toneladas
Tasa de crecimiento de las importaciones (2015-2016)*	29%
Producción de la empresa en el año 2016	200.000 kg/año (200 Ton.)
Cantidad por exportar	54340 kg (54,3 Ton.)
TRM USD/COP	\$3011
Unidad	Kilogramos
Costo kilogramo de cacao COP	6731,37

* Dato tomado de (trademap, 2017), Ton = toneladas / Elaboración propia (2017), Datos tomados de (Vásquez Escobar, 2015) (p.89).

Presupuesto de Exportación

Descripción de la mercancía

Total de unidades por cada contenedor	54340	Kg
Costo de la mercancía	2,33	USD/unidad
Unidades por caja	10	Unidades/caja
Ancho de la caja	0,2	Metros
Alto de la caja	0,4	Metros
Largo de la caja	0,6	Metros
Volumen de la caja	0,05	-
Peso	10,91	Kg/caja

Elaboración propia (2017), Datos tomados de (Vásquez Escobar, 2015) (p.89).

Estructura de costos de la exportación

Compra del grano en finca	\$365.782.645,8
---------------------------	-----------------

Selección y limpieza	\$100.000.000,00
Total costo de la mercancía	\$465.782.645,8
Costo de empaque y embalaje	\$47.000.000,00
Costo EXW	\$512.782.645,8
Cargue en fábrica	\$200.000,00
Seguro interno de origen	-
Flete interno de origen	\$3.000.000,00
Formularios DEX	\$18.000,00
Gastos en puerto	\$1.956.641,00
Costo FOB	\$517.957.286,8
total de componentes del flete internacional	\$2.880.000,00
Costo CFR	\$520'837.286,8
Seguro internacional	\$1.992.000,00
Costo CIF	\$522.829.286,8
Total de costos administrativos	\$1.103.310,00
Descargue	\$6.168,00
Costo DAT	\$523.938.764,8
Gastos en puerto de destino	-
Total de costos administrativos	\$2.878.000,00
Costo DAP	\$526.816.764,8

Elaboración propia (2017). Datos tomados de (Vásquez Escobar, 2015) (p.89).

Utilidades Esperadas

Kg. de cacao por exportar	Costo FOB COP	Valor pagado x Ton. *	TRM	Valor pagado kg. COP	Valor venta esperado COP	Utilidades esperadas (Valor venta - costo)
54.340	517.957.286,8	3322 USD	\$3011	10002,5	543.538.132,28	25.580.845,48

*(Bolsa de valores de NY 2017). Elaboración propia (2017). Datos tomados de (Vásquez Escobar, 2015) (p.89).

Costos Adicionales Opcionales

Concepto	cantidad	Valor	Valor total
Creación de una página web	1,00	\$1.500.000,00	\$1.500.000,00
Producción de los catálogos publicitarios	166	\$1.000,00	\$166.000,00
Envío de los catálogos publicitarios	166	\$8000	\$1328000
Valor total antes de las macrorruedas			\$2.994.000,00

Elaboración propia (2017). Datos tomados de (Vásquez Escobar, 2015) (p.89).

Participación en la macrorrueda “Seoul International Food Exhibition”

Concepto	USD	Cantidad	Total USD	Total COP
Costo del stand	430 USD/m ²	9	3870	\$11.180.430,00
Diseño del Stand	3000	1	3000	\$8.667.000,00
Promoción y marketing	1000	1	1000	\$2.889.000,00
Personal	2	-	-	-
Viaje ida y retorno	700,3115265	2	1400,623053	\$4.046.400,00
Hospedaje	65,42056075	21	1373,831776	\$3.969.000,00
Estadía (alimentación y transportes)	100	21	2100	\$6.066.900,00
Costo total				\$36.818.730,00

Elaboración propia (2017). Datos tomados de (Vásquez Escobar, 2015) (p.89).

Participación en “Seoul Food and Hotel” Feria internacional de la alimentación

Concepto	USD	Cantidad	Total USD	Total COP
Costo del stand	360	9	3240	\$ 9.360.360,00
Diseño del Stand	3000	1	3000	\$ 8.667.000,00
Promoción y marketing	1000	1	1000	\$ 2.889.000,00
Personal	2	-		-
Viaje ida y retorno	0	2	0	-
Hospedaje	0	21	0	-
Estadía (alimentación y transportes)	0	21	0	-
Costo total	-	-	-	\$ 20.916.360
Costo total ferias y macrorruedas	-	-	-	57.735.090,00
C. Total estrategia de promoción				60.729.090,00

Elaboración propia (2017). Datos tomados de (Vásquez Escobar, 2015) (p.89).

* Valores que no fueron mencionados en la segunda feria ya fueron tomados en los costos de la primera macrorrueda, debido a que ambas ferias se llevarán a cabo el mismo mes.

Punto de Equilibrio

Unidades	54340	El punto de equilibrio refleja el número mínimo de unidades que las empresas deben exportar para generar utilidades, si se exporta la cantidad de 51782 unidades, la utilidad será \$0, si se vende 1 unidad más, la utilidad sería de \$10.002,50 y si se venden 2 unidades más la utilidad sería de \$20.005,00.
Precio Unidad	\$10002.50	
Ventas	\$543.535.850,00	
Costo Exportación	\$517.957.286,80	
Utilidades	\$25.578.563,20	

Elaboración propia (2017). Datos tomados de (Vásquez Escobar, 2015) (p.89).

Costo Exportación/ Unidades: $517.957.286,80 / 54340 = \underline{51782,78298}$

Formato de la Entrevista:

ENTREVISTA

Entrevistadores: Luisa Fernanda Cely Vargas y Paula Maritza Parra Sanabria
 Ocupación: Estudiantes de Negocios Internacionales
 Proyecto de Grado: Estrategias para la exportación de cacao Boyacense en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur
 Objetivo: Recopilar información acerca del sector cacaotero de Pauna

Nombre: _____
 Email: _____

Ocupación: _____
 Teléfono/celular: _____

Agradecemos la ayuda que nos pueda brindar al responder, cualquier pregunta de la que tenga conocimiento servirá a la ejecución del proyecto, así como la información adicional que nos pueda brindar relacionada con el tema.

1. ¿Cuál es la actividad que usted realiza actualmente? y ¿su relación con el sector cacaotero?
2. ¿Qué conoce acerca del sector cacaotero de Pauna? (Como del potencial, competencia...)
3. ¿Cuáles son las falencias que encuentra en el sector cacaotero de Pauna?
4. ¿Qué importancia tiene el sector cacaotero en la economía de Pauna?
5. A su criterio, ¿Cuáles son las fortalezas del sector cacaotero de Pauna?
6. ¿Cuáles son los tipos de cacao representativos del occidente de Boyacá?
7. ¿Cuáles son las plagas que pueden afectar al cacao?
8. ¿Cuáles son los meses de cosecha y tiempo de regeneración de la tierra?
9. ¿Cuál es la oferta del cacao en Pauna? ¿Cuánto cacao se produce?
10. ¿Tiene conocimiento de si el sector cacaotero de Pauna ha realizado procesos de exportación? - ¿Se han hecho investigaciones previas sobre exportación de cacao?
11. ¿Qué están haciendo con la producción de cacao en Pauna? ¿A quién se lo venden?
12. ¿La venta es a nivel municipal, departamental o nacional? ¿A qué regiones lo venden?
13. ¿Cuáles son las unidades que están utilizando para su venta? (kilos, bultos, toneladas)
14. ¿Cuál es el precio del cacao según cada unidad de venta (kilos, bultos, toneladas)?
15. ¿Qué diferencia al cacao Boyacense del de otros departamentos de Colombia?
16. ¿Cómo describiría la calidad del cacao del departamento de Boyacá?
17. ¿Considera que el municipio de Pauna tiene capacidad exportadora de cacao?
18. ¿Cree que se necesita mejorar la tecnificación y los procesos productivos en Pauna?
19. ¿Usted hace parte de alguna asociación de cacaoteros de Boyacá?, ¿Cuál? Y ¿Qué actividades realiza dicha asociación?
20. ¿Tiene algún comentario importante que le parece que no abordamos?

En caso de que posea más información que pueda ser útil para el proyecto por favor enviarla al Email luisa.cely@usantoto.edu.co o parrapaulita@hotmail.com, también puede comunicarse con el teléfono 3102787570 o 3229737875.

Muchas gracias por su colaboración.

Imágenes de Pauna:



Cacao del municipio de Pauna Boyacá



Cacaotero de Pauna



Granos de cacao en proceso de secado



La página Web

Imágenes propias (2017).

Marca para el cacao de Boyacá:



Boyakocóa, representa la unión entre las palabras boyaco (apócope de boyacense) y cocoa (en español significa cacao). Se tomaron colores que denotan elegancia como el blanco hueso, el vino tinto y el gris, esto también para la página web.