

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
EXPORTADORA DE CACAO GRANUALDO A BELGICA**

**LAURA KATHERINE PARRA MORENO**

**CODIGO: 1030658272**

**TECNICO PROFESIONAL EN LOGISTICA DE COMERCIO EXTERIOR**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR**

**(CUN)**

**BOGOTA, 2017.**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
EXPORTADORA DE CACAO GRANUALDO A BELGICA**

**LAURA KATHERINE PARRA MORENO**

**CODIGO: 1030658272**

**Asesor: JUAN CARLOS BERNAL**

**TECNICO PROFESIONAL EN LOGISTICA DE COMERCIO EXTERIOR**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR**

**(CUN)**

**BOGOTA, 2017.**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto es dedicado a mi Dios principalmente luego a mis padres Jorge y Maryori quienes siempre me han apoyado en el camino de la superación y me han forjado como una persona íntegra y con valores.

A mi demás familia siempre brindándome su apoyo y motivación para concluir con mi carrera profesional.

Muchas gracias

## CONTENIDO

1.Introducción .....	6
1.1. Justificación .....	7
2.Desarrollo de matriz estrategica.....	8
2.1 Objetivo general.....	8
2.4 Marco legal .....	9
2.5 Mision .....	10
2.6 Vision.....	11
2.7 Valores .....	11
2.8 Objetivos específicos .....	11
2.9 Análisis pestel.....	12
2.10 cinco fuerza de porter.....	13
2.11 Matriz foda.....	15
2.12 cadena de valor.....	16
2.13 estrategia competitiva .....	16
3 Estudio de mercado.....	17
3.1 Objetivos de investigación.....	17
3.2 segmentación de mercado .....	17
3.3 Diseño metodológico .....	20
3.4 Análisis concluyente de la investigación de mercados .....	20
4. Plan de marketing.....	27
4.1 Objetivos de plan de marketing .....	26
4.2 estrategia de producto .....	27
4.2.1 Estrategia de empaque .....	27
4.3 Estrategia de precio.....	29
4.4 Estratega de publicidad.....	30
4.5 Marca .....	32
4.5.1 Desarrollo de marca .....	32
4.5.2 Logo .....	32
4.5.3 Slogan .....	32
4.6 Ventaja comparativa .....	33
4.7 Ventaja competitiva .....	33
4.8 Estrategia de promoción.....	34
4.9 Campaña publicitaria .....	35
5. Estrategia de distribución.....	36
6 .Ejecución comercial.....	39
7. Habilidades comerciales y administrativas .....	40
8. Proyección de ventas.....	41
9.Politica de cartera.....	41

10. Presupuesto .....	43
CONCLUSIONES .....	44
BIBLIOGRAFIA .....	45

## LISTA DE FIGURAS

Imagen 1 , cuadro pestel .....	12
Imagen 2 , cuadro de cinco fuerzas de porter .....	13
Imagen 3, matriz foda .....	15
Imagen 4, cuadro de cadena de valor.....	16
Imagen 5, pregunta #1 encuesta de investigacion de mercados.....	20
Imagen 6, pregunta #2 encuesta de investigacion de mercados.....	21
Imagen 7, pregunta # 3 encuesta de investigacion de mercados.....	22
Imagen 8, pregunta # 4 encuesta de investigacion de mercados.....	22
Imagen 9, pregunta # 5 encuesta de investigación de mercados.....	23
Imagen 10, pregunta # 6 encuesta de investigación de mercados.....	24
Imagen 11, pregunta # 7 encuesta de investigacion de mercados.....	25
Imagen 12, pregunta # 8 encuesta de investigación de mercados.....	25
Imagen 13, envase de cacao granulado .....	27
Imagen 14, caja de cartón corrugada de fabricarton .....	28
Imagen 15, brochure empresarial.....	30
Imagen 16, aviso publicitario.....	36
Imagen 17, tomado de Proexport Colombia, rutas, líneas marítimas .....	37
Imagen 18, container estándar .....	38
Imagen 19, etiqueta del embalaje.....	39

## **1. INTRODUCCION**

Mediante la factibilidad de nuestro negocio se quiere entrar a nuevos mercados, mediante la creación de la empresa Cacao Col S.A.S, exportadora de cacao granulado a Bélgica. Este cacao granulado es adquirido de otras empresas productoras en el país ubicadas a largo y ancho del territorio nacional como: Santander, Magdalena, Arauca, Huila.

Colombia tiene un 3.6% de producción de cacao anual, ya que este producto tiene beneficios de evitar enfermedades y asimismo tiene propiedades psicosociales.

También el TLC de Colombia y Bélgica juega un papel importante para la exportación de cacao granulado ya que está libre de impuestos arancelarios, lo que nos garantiza un alto porcentaje de viabilidad en la exportación del producto.

Bélgica es un país potenciador para importar el cacao granulado ya que las personas consumen un total de 8 kg al año de este producto y por otra parte este país tiene los mejores servicios en sus puertos.

## **1.1 JUSTIFICACION**

La necesidad de generar propuestas que inserten actividades que incluyan el mejoramiento de los sistemas productivos, tecnología de procesamiento y sistemas adecuados de comercialización. El de dotar a los agricultores de tecnología local de procesamiento cacao con productos de alto contenido nutritivo, Asesoramiento técnico, establecer la agroindustria de transformación de cacao con tecnologías innovadas. (Nazareno, 2005, pág. 3)

### **Metodológico**

Tratamiento arancelario del producto en el TLC teniendo en cuenta que hay vigencia y que el producto no tendría ninguna barrera arancelaria. Se verifican los requisitos sanitarios para el cacao y derivados.

Será necesario recolectar información secundaria en diferentes fuentes (Web, empresarios, universidades, estudios, etc.) de tal manera que se puedan identificar las características socioculturales y económicas de Bélgica. También será necesario conocer los parámetros que exige el país para la compra e importación del producto en el mercado belga.

Según, (proexport, 2015)“Se determinara la ruta de comercialización que facilite el transporte del producto desde la zona de producción hasta el mercado de destino se Consultara en las páginas dedicadas a facilitar información logística y financiera de los procesos”.

## **2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICA**

### **2.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

La presente idea de negocio se ha elaborado con el fin de evaluar la viabilidad técnica, comercial y financiera de un estudio para factibilidad de exportación de cacao granulado hacia Bélgica.

Las exportaciones en Colombia comenzaron a mejorar cuando entro en vigencia el tratado de libre de comercio (TLC) con la unión europea, la cual favoreció varios sectores en la economía colombiana y brinda grandes posibilidades a la industria y agrícola colombiana.

Bélgica necesita el cacao para elaborar recetas chocolateras y demás. No es un país que tenga las más adecuadas condiciones para producir cacao, es un importador potencial en este producto ya que también, busca un cacao de excelente calidad, Bélgica se le dificultad ser productor de cacao porque tiene estaciones en el año, un clima al que no les favorece para obtener una cosecha optima, nuestra empresa cuenta con 4 proveedores la cual es una producción garantizada y de calidad, Es un país perteneciente a la unión europea, el cual uno de sus tesoros es el chocolate. Los belgas son uno de los países mayor consumidores de cacao y sus derivados, le encanta satisfacer todo los gusto cuando se trata de chocolate.

### **2.2 OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de empresa exportadora de cacao granulado a Bélgica.

## **2.4 MARCO LEGAL**

### **SOCIEDAD S.A.S**

Para la creación de la empresa Cacao Col S.A.S, “Sociedad por acciones simplificada”, Es una sociedad en donde beneficia a la empresa exportadora ya que reduce los costos y es Comercial además, no tiene máximo de socios y las ganancias que se obtiene, se reparten por montos iguales. (sociedad, 2016).

Para exportar el cacao granulado a Bélgica se requiere la siguiente documentación:

- Registro ante la cámara de comercio
- Inscripción en el registro Único Tributario (RUT)
- Cotización internacional:

El medio de pago para la cotización es carta de crédito. La razón principal de por qué se eligió la carta de crédito es que garantiza que el cacao granulado llegue a Bélgica en buenas condiciones y se cumpla toda la negociación con los términos incoterms tanto por la empresa Cacao Col S.A.S y los compradores en Bélgica.

- Factura
- Documento de transporte, el cual es conocimiento de embarque o B/L
- Seguro de la mercancía
- Vistos bueno Invima y ICA
- Declaración de exportación

-Lista de empaque

-certificado de origen

**En Bélgica se requiere los siguientes documentos:** para la introducción de mercancía

- Declaración sumatoria de entrada (ENS), Este documento se debe presentar 24 horas antes.
- Conocimiento de embarque.
- Factura comercial.
- Declaración de aduana (DUA) , Documento único administrativo: junto a este documento se debe presentar, Certificado de origen, arancel, certificado de inspección sanitaria y fitosanitaria, documento de vigilancia comunitaria, certificado CITES.
- Declaración de valor de aduana (determina el valor de la mercancía).
- Seguro de transporte de mercancías.
- Lista de bultos con traducción en inglés (inventario de la mercancía).

Los anteriores documentos tienen como objetivo legalizar la exportación de cacao granulado.

## **2.5 MISIÓN**

Cacao col sas es una empresa que ofrece la exportación de cacao granulado de fino aroma, busca satisfacer la necesidad en el exterior ofreciendo la mejor calidad, mejorando la economía nacional y contribuyendo al impacto ambiental.

## 2.6 VISIÓN

En el 2020 ser una empresa reconocida por ofrecer el cacao granulado de excelente calidad internacionalmente preferidos por los consumidores y clientes extranjeros, adicional enfocarnos en la mejora de calidad de vida para nuestros trabajadores.

## 2.7 VALORES

### Valores corporativos

Cacao col sas es una empresa que dentro de su lista de valores que necesitamos para ejecutar la operación también añade valores ético que mejoren el ámbito y dignidad de la empresa.

**Responsabilidad:** cumplir con los compromisos de la empresa, asumir consecuencias en las decisiones empresariales.

**Puntualidad:** es la disciplina que debemos tener a la hora de entregar nuestros pedidos y que cumplir con la cantidad, calidad y tiempos de entrega.

**Compromiso:** para nuestros clientes brindarles la mejor atención y beneficios para una mejor relación.

**Integridad:** tomando decisiones correctas que no afecten tanto a nuestros clientes como a los funcionarios.

## 2.8 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Elaborar un proceso de verificación de requisitos legales y comerciales para la exportación de cacao granulado a Bélgica.

- Utilizar los procesos de Negocios internacionales para exportar cacao granulado a mercado extranjero.
- Realizar un estudio de mercado que identifique la factibilidad y viabilidad de la exportación de cacao granulado.

## 2.9 ANALISIS PESTEL

<p><b>Político</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- TLC entre Colombia entre y la unión europea para la entrada de productos con cero arancel.</li> <li>- regulación por parte de la DIAN, contraloría general.</li> <li>- programación financiera con apoyo de bancoldex, moneda de financiamiento peso colombiano.</li> </ul>	<p><b>Económico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la producción de cacao en Colombia creció en 2016 un 3,6 %, al pasar de 54.798 toneladas a 56.785.</li> <li>- la Federación Nacional de cacaoteros (Fedecacao), Analiza la importancia y oportunidad de la economía cacaotera colombiana y genera oportunidades internacionales.</li> <li>- precio del cacao se rige a través del ICCO información que se encuentra a través de fedecacao y también regido por la tasa del dólar.</li> </ul>
<p><b>Sociopolítico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- comercialización de cacao apoya fedecacao, implementación de estrategias para afrontar el mercado global y dar a conocer sabores y aromas</li> <li>- cacao cultura colombiana fomento sostenible de las cosechas del cacao.</li> </ul>	<p><b>Tecnológico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilizaremos la vigilancia tecnológica nos da el conocimiento más actualizado sobre las tecnologías que más te interesan y sobre qué están desarrollando tus competidores, clientes.</li> <li>- Tendremos el acceso al análisis de la plataforma tecnológica de la poscosecha (roadmapping) recolectar datos de demás países y determinar el porcentaje de cacao que saldría en cosecha de los países con mayor fuerza en exportación de cacao.</li> </ul>
<p><b>Legal</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La ley alimentaria (CE) 178/2002 establece las condiciones generales de plaguicidas, empaque, normas especiales (seguridad alimentaria)</li> <li>- El reglamento europeo (CE) 852/2004 regula todos los aspectos del sector de alimentos en materia de sanidad, temperatura, criterios microbiológicos.</li> </ul>	<p><b>Ecológico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El cultivo se va a desarrollar de manera ideal dentro de los sistemas agroforestales, lo cual es positivo ya que Preserva la biodiversidad, conservar o propicia un microclima favorable.</li> <li>- aumentar con el cultivo de cacao la productividad vegetal.</li> <li>- distribuir con ayuda del gobierno semillas que incrementen los cultivos de cacao.</li> </ul>

Imagen 1, cuadro pestel

## 2.10 CINCO FUERZAS DE PORTER

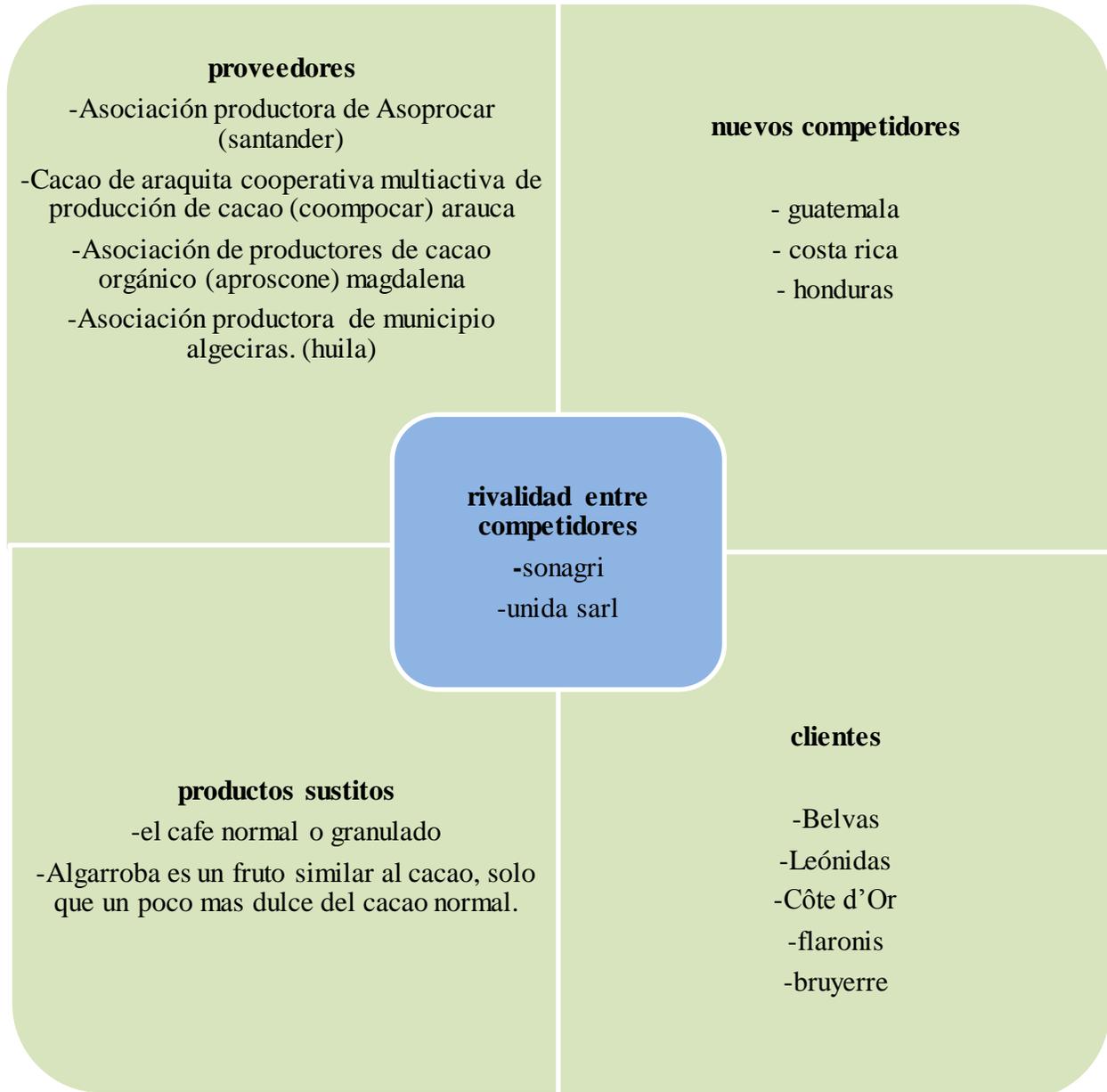


Imagen 2, cuadro de las cinco fuerzas de porter

- **Poder de negociación de Consumidores**

El cacao colombiano es clasificado como fino de aroma el cual es apetecido internacionalmente, al tener una buena aceptación en dichos sectores se posiciona cacao col sas como una empresa de diferenciación, por lo que consumir este tipo de productos da una señal de estatus por lo que son requeridos y suelen ser infaltables para aquellas personas que les encanta el chocolate y todos sus derivados.

- **Amenaza de entrada de nuevos Competidores**

En cuanto a los competidores, considero que estamos en medio, ya que no somos un país exportador en cantidad si no que nos enfocamos en dar calidad.

- **Amenaza de ingreso de productos Sustitutos**

Esta fuerza es medio ya que los segmentos y los gustos de los comensales son diferentes claro está que hay personas que prefieren el café como también lo es al contrario prefieren cacao.

- **Rivalidad entre Competidores**

Fuerte rivalidad, gran concentración de firmas multinacionales con alta imagen de marca.

- **Poder de negociación de Proveedores**

Cuatro proveedores son las empresas que procesan el cacao granulado, esto con el fin de que la empresa Cacao Col S.A.S garantice gran capacidad de este producto

## 2.11 MATRIZ FODA

		Estrategias
<b>Fortalezas</b>		Preparar la mercancía empacada y embalada cumpliendo con las normas internacionales y nacionales al mercado extranjero
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda en el mercado extranjero</li> <li>• Conocimiento de negocios internacionales.</li> <li>• Conservación del olor y sabor en el cacao granulado</li> </ul>		
<b>Oportunidades</b>		Realizar un estudio de investigación de mercados Junto a un plan para una buena distribución de Los ingresos.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrir un nuevo mercado</li> <li>• Rentabilidad económica</li> </ul>		
<b>Debilidades</b>		Innovar el empaque, reducir costos y tiempos de entrega para ser destacados por una buena distribución física internacional y por su alta calidad.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia en exportar cacao granulado</li> <li>• Alza de precios en la comprar de cacao</li> </ul>		
<b>Amenaza</b>		Investigar otro mercado extranjero y que este sea viable
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminación del tratado de libre comercio</li> <li>• Cambio de moneda</li> <li>• Extinción de producción del cacao en Colombia</li> </ul>		

Imagen 3, matriz dofa

## 2.12 CADENA DE VALOR

	<b>CADENA DE VALOR</b>					<b>margen</b>
<b>actividades de soporte</b>	<b>Infraestructura de la empresa</b> instalaciones con buena presentación, almacenamiento en bodega, servicio de flete y acondicionamiento en computación.					
	<b>Recursos humanos</b> selección, sistemas de capacitación de personal, contratación.					
	<b>Desarrollo tecnológico</b> plataforma tecnológica poscosecha, sistema (SOLUFLEX ERP).					
	<b>Aprovisionamiento</b> servicio de compra del cacao , maquinaria de etiquetado y empaque.					
<b>actividades primarias</b>	<b>logística internas</b> transporte, almacenamiento, buen manejo de manufactura, de la información en los sistemas	<b>operaciones</b> fabricación transporte del cacao granulado empaque, etiqueta	<b>logística externa</b> pedidos exportación del producto terminado distribución, comercialización	<b>marketing y publicidad</b> degustaciones, feria gastronómicas, promociones, impulsores	<b>servicios</b> call center, servicio posventa,	

Imagen 4, cuadro de cadena de valor

## 2.13 ESTRATEGIA COMPETITIVA

El cacao es un producto muy versátil que se puede presentar de varias formas posibles, la idea de negocios siempre apunta a presentar el cacao en forma granulada de sabor tradicional, tenemos como fin innovar siempre en la presentación y calidad del producto así que implementaremos nuevos sabores entre ellos están vainilla y amaranto, además es posible crear dos líneas una light y tradicional.

### 3. ESTUDIO DE MERCADOS

#### 3.1 OBJETIVOS DE INVESTIGACION DE MERCADO

- Observar la viabilidad de lanzar el producto cacao granulado hacia el país de Bélgica  
Analizando gustos, edades, precio y calidad
- planificar y organizar el producto (cacao granulado) adecuándolo según las necesidades que se quieren cumplir en el mercado objetivo.
- analizar las expectativas del cliente con el cacao y buscar la manera de incursionar en su mercado desarrollando la satisfacción final que se quiere con el producto el visto bueno de los clientes.

#### 3.2 SEGMENTACION DE MERCADO

##### **Geográfica:**

**Población actual** 11 .467. 105

**Tamaño de Bélgica** 30.528 km<sup>2</sup>

Amberes El área metropolitana cubre 1.449 km<sup>2</sup> (559 millas cuadradas) con un total de 1.190.769 habitantes.

Están conformados por tres regiones las cuales son

**Valonia:** está situada en el sur del país y dividida en cinco provincias: Brabante valón, Hainaut, Namur, Lieja y Luxemburgo. Presenta un clima templado

**Flandes:** ocupa la franja norte de Bélgica, formada por tres municipios: sluis, terneuzen y hulst, es la región la cual posee más fuerza en la actividad económica.

**Bruselas:** es la capital de Bélgica ocupa en el centro del país, presenta un clima templado con invierno fríos, húmedos.

Urbana, suburbana y rural.

**Clima:** templado, inviernos fríos y húmedos, veranos moderadamente calurosos

### **Demográfica:**

**Ingreso:** 28 700 USD - de 29 016 USD

**Edad:** entre 8-17 años, 17-35 años, 35- en adelante etc.

**Género:** femenino o masculino.

**Ciclo de vida familiar:** Soltero, Casado, Viudo, Divorciado o con hijos.

**Clase social:** Alta, Media y Baja.

**Nivel de estudio:** analfabetas, Escolaridad, Primaria, Secundaria, etc.

**Ocupación:** Profesional, Oficinista, Hogar, etc.

**Origen étnico:** Flamenco 58%, Valón 31%, mixto u otros 11%

**Lengua:** alemán, francés y neerlandés

**Moneda:** Euros

### **Psicográficas:**

“Los consumidores belgas son muy sensibles a la relación calidad/precio Gracias a los incentivos fiscales el país ha atraído a muchos extranjeros ricos. Además, Bruselas es la sede de numerosas empresas y organizaciones internacionales, lo que aumenta el número de consumidores con alto poder adquisitivo.” (Export Entreprises SA, 2017)

Muy serios con su trabajo y se lo toman como una obligación a cumplir con la mayor diligencia posible, Los belgas se comportan de manera amistosa y directa, incluso en el ambiente empresarial, y dan menos importancia a las formalidades que los franceses. La confianza mutua es muy apreciada por los empresarios belgas, y una pequeña charla inicial permite crear un clima más personal y distendido, acostumbran regalar flores o bombones, bebidas de chocolate, etc.

## **Conductuales**

### **Búsqueda del beneficio**

“Los belgas tienen en común el gusto por la “buena vida”, disfrutan de la excelente comida y bebida, vivienda confortable, servicios médicos y sociales confiables e infraestructuras de comunicaciones altamente desarrolladas.”(Ana degusta, 2011, p.35)

### **Tasa de utilización del producto**

“Los belgas son unos de los mayores consumidores del mundo, con una media de unos 8 Kilos de chocolate por persona al año, en Bélgica, existen más de 2.130 tiendas de chocolate, repartidas por todo el país. Cuando se trata de chocolate, Bélgica tiene siempre como satisfacer a todos los gustos.”(Regis glaude, 2011)

### **Utilización del producto final**

Son pioneros y uno de los mejores chocolateros del mundo, han ganado premios gastronómicos a base de que transforman, crean, y manipulan la pastelería y gastronomía con cacao y sus derivados. (Bombones, bebidas, chocolates rellenos, chocolates amargos).

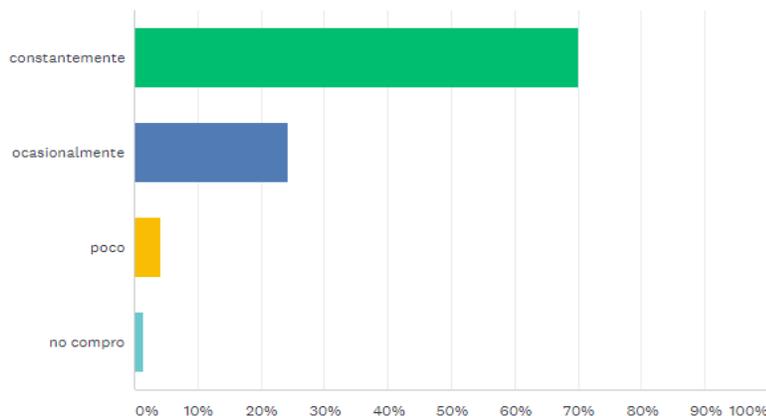
### 3.3 DISEÑO METODOLÓGICO

El tipo de metodología que se aplicara en este proyecto es descriptivo y el tipo investigación es exploratorio porque se estudia nuevos mercados y por lo tanto la factibilidad de exportar cacao granulado hacia Bélgica.

### 3.4 ANALISIS DE LA INVESTIGACION

¿Con que frecuencia compras cacao?

Respondidas: 70 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
constantemente	70,00% 49
ocasionalmente	24,29% 17
poco	4,29% 3
no compro	1,43% 1
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>

Imagen 5, pregunta # 1 encuesta investigación de mercado cacao

Del 100 % nente.

De las 70 personas de la muestra 17 reportaron que compran cacao ocasionalmente.

Del 100% de la muestra el 4,29% reportaron que compran poco cacao.

De las 70 personas de la muestra 1 reporto que no compra cacao.



\$ 5.000 a \$ 10.000	12	17%
\$ 12.000 a \$ 13.000	27	39%
\$ 14.000 a \$ 15.000	31	44%
TOTAL	70	100%

Imagen 6, pregunta # 2 encuesta investigación de mercado cacao

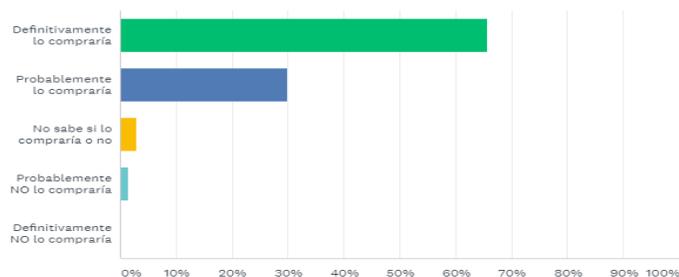
Del 100 % de la muestra el 44% reportaron que pagan entre \$14.000 a \$15.000.

De las 70 personas de la muestra 27 reportaron que pagan entre \$12.000 a \$13.000.

Del 100% de la muestra el 17% reportaron que pagan entre \$5.000 a \$10.000.

Conociendo esta idea de negocio y no teniendo en cuenta el precio, ¿Qué probabilidad hay que usted, al salir este producto al mercado lo compre ?

Respondidas: 70 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
Definitivamente lo compraría	65,71%	46
Probablemente lo compraría	30,00%	21
No sabe si lo compraría o no	2,86%	2
Probablemente NO lo compraría	1,43%	1
Definitivamente NO lo compraría	0,00%	0
<b>TOTAL</b>		<b>70</b>

Imagen 7, pregunta # 3 encuesta investigación de mercado cacao

Del 100 % de la muestra el 66.71% reportaron definitivamente si comprarían cacao.

De las 70 personas de la muestra 21 reportaron que probablemente comprarían cacao.

Del 100% de la muestra el 2.86 % reportaron que no saben si comprarían cacao.

De las 70 personas de la muestra 1 reporto que probablemente no compraría el cacao.



Imagen 8, pregunta # 4 encuesta investigación de mercado cacao

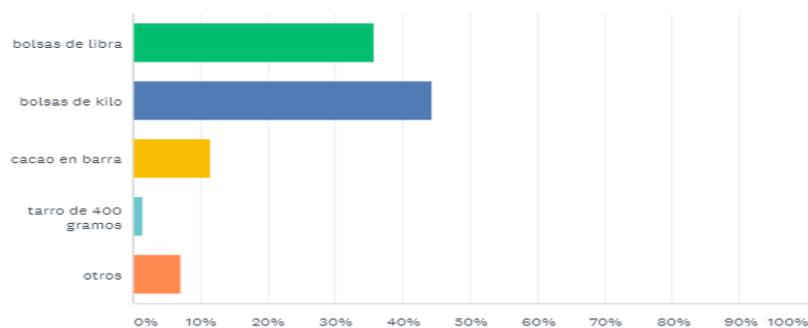
tiendas de barrio	51	73%
supermercados	19	27%
TOTAL	70	100%

Del 100 % de la muestra el 73% reportaron que les gustaría encontrar cacao en las tiendas de barrio.

De las 70 personas de la muestra 19 reportaron que les gustaría encontrar cacao en los supermercados.

### ¿De que tamaño o presentación lo compra cacao?

Respondidas: 70 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS
▼ bolsas de libra	35,71% 25
▼ bolsas de kilo	44,29% 31
▼ cacao en barra	11,43% 8
▼ tarro de 400 gramos	1,43% 1
▼ otros	7,14% 5
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>

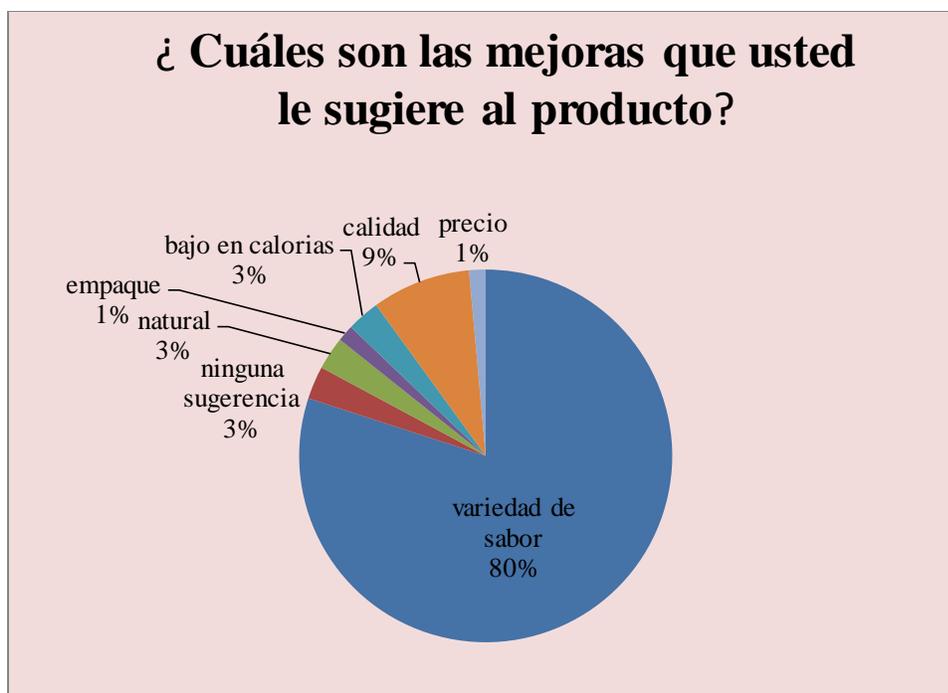
Imagen 9, pregunta # 5 encuesta investigación de mercado cacao

Del 100 % de la muestra el 35.71% reportaron que compra cacao en tamaño de bolsa de libra.

De las 70 personas de la muestra 31 reportaron que compran cacao en tamaño de bolsa de kilo.

Del 100% de la muestra el 11.43% reportaron que compran cacao en presentación de barra.

De las 70 personas de la muestra 5 reporto que no compra cacao en otras presentaciones.



variedad de sabor	56	80%
ninguna sugerencia	2	3%
natural	2	3%
empaquete	1	1%
bajo en calorías	2	3%
calidad	6	9%
precio	1	1%
TOTAL	70	100%

Imagen 10, pregunta # 6 encuesta investigación de mercado cacao

Del 100 % de la muestra el 80% reportaron que para mejoras del cacao es tener variedad de sabor.

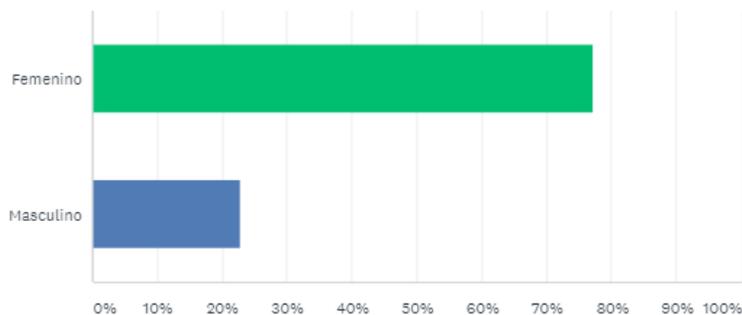
De las 70 personas de la muestra 6 reportaron que mejoras del cacao es tener calidad.

Del 100% de la muestra el 3% reportaron que mejoras del cacao es una línea baja en calorías.

De las 70 personas de la muestra 1 reporto que mejoras del cacao es que sea económico.

## ¿cual es su genero sexual ?

Respondidas: 70 Omitidas: 0



OPCIONES DE RESPUESTA	RESPUESTAS	
▼ Femenino	77,14%	54
▼ Masculino	22,86%	16
<b>TOTAL</b>		<b>70</b>

Imagen 11, pregunta # 7 encuesta investigación de mercado cacao

Del 100 % de la muestra el 77,14% reportaron que son de género sexual femenino.

De las 70 personas de la muestra 16 reportaron que son de género sexual masculino.

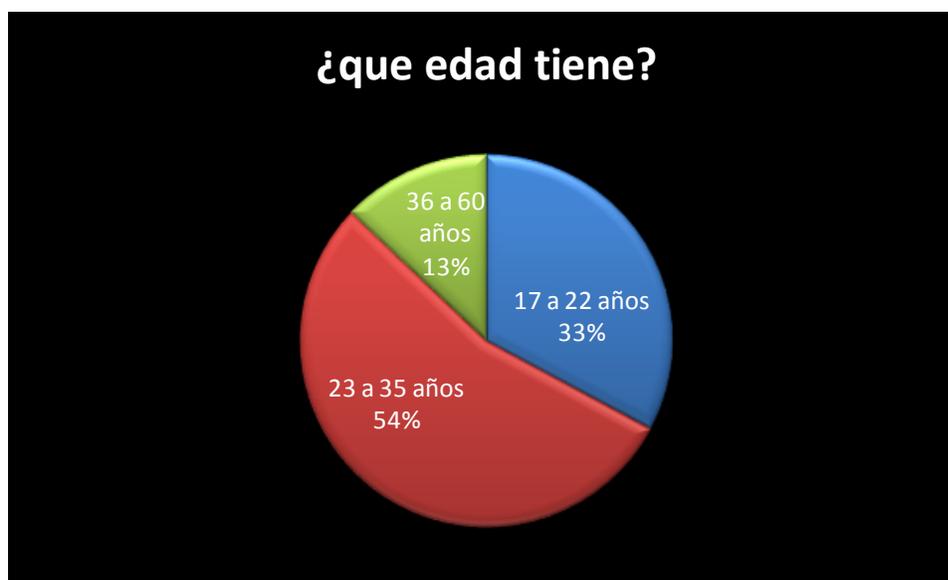


Imagen 12, pregunta # 8 encuesta investigación de mercado cacao

17 a 22 años	23	33%
23 a 35 años	38	54%
36 a 60 años	9	13%
TOTAL	70	100%

Del 100 % de la muestra el 33% reportaron que tiene la edad entre 17 a 22 años.

De las 70 personas de la muestra 38 reportaron que tiene la edad entre 23 a 35 años.

Del 100% de la muestra el 13% reportaron que tiene la edad entre 36 a 60 años.

### **CONCLUSIONES ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CACAO GRANULADO A BÉLGICA.**

- Tras a analizar la encuesta encontramos que la población prefiere mejorasen el cacao implementando variedad de sabores, la mayoría de personas encuestadas sugirió el sabor de clavos y canela.
- En cuanto al cacao lo buscan en tamaño de libra y de buena calidad, fácil de adquirir en tiendas de barrio.
- Observamos que la mayoría de persona que respondieron la encuesta sobre la factibilidad de cacao es de género sexual femenino.

## **4. PLAN DE MARKETING**

### **4.1 OBJETIVOS DE PLAN DE MARKETING**

- posicionarnos en el mercado belga, aumentando las ventas gradualmente.
- incrementar el reconocimiento de nuestra marca.
- conseguir día a día más clientes.

### **4.2 ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

El producto es cacao granulado presentado en distintos sabores como lo son el tradicional, vainilla y amaranto. Este producto es de alta calidad ya que nuestro país produce cacao de fino aroma lo que garantiza que el sabor sea más delicioso y sutil.

El cacao es un producto delicado el cual necesita un empaque que le brinde protección y durabilidad contra los diferentes lugares en el cual pueda estar para su comercialización (transporte, almacenamiento), además hay que tener en cuenta que el clima es un factor importante ya que puede afectar la calidad del cacao.

#### **4.2.2 ESTRATEGIA DE EMPAQUE**

El cacao va a ser empacado en una bolsa de un 1 kilogramo que por dentro traerá un foil de aluminio (el aluminio es una barrera contra cambios de clima y mantiene el sabor del cacao) va a ser sellado al vacío y afuera va a traer la portada de la empresa y las propiedades del cacao.



Imagen 13, envase del cacao granulado

## EMBALAJE



## CARACTERISTICAS

- Resistencia: Onda tipo C , doble pared
- material de la caja :cartón corrugado
- medidas :Largo 80 cm ancho 60 cm alto 30 cm
- Volumen de la caja :144000 m3

Imagen 14, caja de cartón corrugada tomado de fabricarton

Asimismo, Se embarca en cajas de embalaje que contienen un determinado número de kilos y es frecuente que se solicite su acomodo en tarimas o pallets para facilitar su transportación, registro y almacenaje en centros de distribución. El cual dará la protección y seguridad que necesita el cacao además es un material reciclable que colabora con el medio ambiente.

### **4.3 ESTRATEGIA DE PRECIO**

Así como el café y el dólar, del cacao también nos muestran su variación de precio, el cacao también es regido por la bolsa de New York que cada día nos muestra el precio a nivel internacional, ya sea por toneladas o libra.

Inicialmente fijamos un precio de \$ 28.000 pesos colombianos que convertidos a dólares es 9.56

Este es el precio por una bolsa de kilo de cacao granulado, lo fijamos así ya que los belgas tienen un poder adquisitivo alto y prefieren calidad en el área de chocolate.

Destacare tres estrategias de precio que ayudan a incrementar mis ventas y posicionarme en el mercado exterior las cuales son las siguientes:

#### **Estrategias de Precios de Prestigio.**

Según Kerin, Berkowitz, Hartley y Rudelius (2007), el uso de precios de prestigio consiste en establecer precios altos, de modo que los consumidores conscientes de la calidad o estatus se sientan atraídos por el producto y lo compren.

El cacao para incursionar en el mercado deberá tener un precio accesible, pero no tan económico ya que queremos que los clientes observen que ofrecemos un producto de calidad ya que esto lo hace ver más llamativo y así mismo sea apetecido.

#### **Estrategias de Precios Orientadas a la Competencia.**

Según Águeda Esteban Talaya (2007) Mantenimiento del precio frente a la competencia: La idea principal de esta estrategia es la de mantener los precios para evitar reacciones imprevistas de los consumidores ante una subida de precios. Esta estrategia se lleva a cabo cuando la organización tiene una elevada participación en un mercado de gran estabilidad.

Con esta estrategia lo que queremos es entrar al mercado con el mismo precio de la competencia para así ir adquiriendo clientes y también posicionarnos, y no ser tan llamativos para las otras empresas que operan en la misma área.

### **Estrategias de Precios por Áreas Geográficas.**

Según Según Águeda Esteban Talaya (2007) Fijación de precios de fábrica: Denominado FOB (Free On Board) o LAB (Libre a Bordo), indica que el vendedor paga el coste de cargar los productos en el medio de transporte y en el punto de embarque cuando la propiedad pasa al comprador. Las empresas a favor de este método de fijación de precios y costes de transporte, consideran que es la opción más justa porque cada comprador elige sus propios costes de transporte.

Por otro lado nos enfocamos en esta estrategia ya que nosotros negociaríamos de empresa a empresa y fijaríamos el precio de acuerdo a la calidad y cantidad también basándonos por la tasa del cacao, y las dos partes tendrían una negociación correcta.

## **4.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD**

Nos daremos a conocer mediante internet, diseñando una página web en la cual podamos mostrar ¿quiénes somos? ¿De dónde somos? Y que ¿Que ofrecemos?, además elaboraremos un brochure empresarial para que identifiquen nuestra empresa.

Página web: <https://lauraparram4.wixsite.com/cacao>

## BROCHURE EMPRESARIAL

<p><b>MISIÓN:</b> Cacao col sas es una empresa que ofrece la exportación de cacao granulado de fino aroma, busca satisfacer la necesidad en el exterior ofreciendo la mejor calidad, mejorando la economía nacional y contribuyendo al impacto ambiental.</p> <p><b>VISIÓN:</b> En el 2020 ser una empresa reconocida por ofrecer el cacao granulado de excelente calidad internacionalmente preferidos por los consumidores y clientes extranjeros, a dicio-</p> <p><b>OBJETIVOS:</b> Elaborar un proceso de verificación de requisitos legales y comerciales para la exportación de cacao granulado a Bélgica. - Realizar un estudio de mercado que identifique la factibilidad y viabilidad de la exportación de cacao granulado.</p>	<p><b>IDEA DE NEGOCIO:</b> Una empresa que quiere encaminar la producción de cacao a nivel nacional e internacional con altos estándares de calidad.</p> 	<p><b>Cacao col sas</b></p>  <p>Cacao granulado con diferentes sabores</p> <p><b>¡Cacao energía para tu día!</b></p> <p>Cel: 31 34545369 E-mail: Cacaocolsas@hotmail.com</p>
--	--	---

<p><b>BENEFICIOS PARA EL CLIENTE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Altos estándares de calidad.</li> <li>• Variedad de sabores.</li> <li>• Precio accesible.</li> <li>• Aroma suave</li> <li>• Garantía.</li> </ul> 	<p><b>COSTOS:</b> Nuestra empresa se encarga del proceso de embalaje, etiqueta, y transporte hasta el puerto origen.</p>  <p><b>PROVEDORES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Asociación productora de Asoprocar</li> <li>* Asociación de productores de cacao orgánico (aproscone)</li> <li>* Asociación productora de</li> </ul>	<p><b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN</b> Puerto de Cartagena – puerto de Amberes. Tiempo de transito 14 días Conexiones con el puerto de panamá</p> 
---	--	--

Imagen 15, brochure empresarial

## 4.5 MARCA

Nombramos nuestra empresa como CACAO COL ya que nuestro producto principal es el cacao y col son las tres primera letras de la palabra Colombia. Se creó así con el fin de que fuera fácil pronunciar, que no sea complejo de recordar, y que se agradable al escuchar el nombre de nuestra empresa.

### 4.5.1 DESARROLLO DE LA MARCA

Para desarrollar la imagen representativa de nuestra empresa, escogí como base de fondo unos hermosos granos de cacao entrelazados con color café claro, en el medio esta en nombre de la empresa con letra legible y la base de fondo del nombre están los colores de la bandera colombiana.

### 4.5.2 LOGO



### 4.5.3 SLOGAN

¡Cacao energía para tu día!

#### **4.6 VENTAJA COMPARATIVA**

Nuestro país tiene calidad en el sector agrícola gracias a que tenemos un clima privilegiado, cuenta con muchas hectáreas a nivel nacional en las cuales se encuentran las regiones de Santander, Huila, Tolima, Antioquia, Nariño.

“La capacidad de producir este tipo especial de cacao ubica a Colombia dentro de un selecto grupo de países en Latinoamérica (Ecuador, Perú y Venezuela) que maneja el 70% de la producción mundial de CFA, lo que a su vez representa una participación del 5% del total de la producción mundial de cacao sin categorizar.” (AMCHAM COLOMBIA, 2014, P.2)

Recuperado por (Tovar , 1941) En Colombia se ha visto evidenciado que el cacao es un producto que se obtiene ingresos sociales y económicos como las diferencias competencias entre países y los ingresos que obtenían pagaban sus rentas e incluso los aztecas intercambiaban sus semillas.

Hay que impulsar la estrategia de desarrollo y producción de cacao nacional para los próximos años, mientras se implementa más empleo en cuanto a la mano de obra y cultivos de cacao, y así lograr capacidad de producción en el mercado global.

#### **4.7 VENTAJA COMPETITIVA**

Colombia uno de los mejores países en ofrecer cacao de fino de sabor y aroma identificados por the internacional cocoa organization (ICCO).

Los demás países exportan el cacao en varias presentaciones ya sea el cacao sin transformación alguna, o transformado en varias formas (barras, polvo, manteca de cacao).

Cacao col maneja una presentación que casi no manejan los demás países lo presenta de una manera granulada que hace fácil la preparación con más concentración de sabor y aroma del cacao.

Implementación de nuevos sabores con ingredientes nuevos que otorguen un sabor y textura exótica.

#### **4.8 ESTRATEGIA DE PROMOCION**

Bélgica es uno de los países que importa más cacao mundialmente por ende hay variedad de competencia, para eso implementaremos estrategias que incrementen las ventas y nos posicionen poco a poco en el mercado belga. A continuación mostramos las estrategias:

1. Aplicaremos estrategia de atracción, nuestro objetivo es dar descuentos o muestras gratis a las empresas chocolateras belgas, vamos a incentivar la adquisición de grandes cantidades de nuestro cacao para así tener en cuenta en dar un descuento o muestra gratis del cacao granulado a los clientes recurrentes.
2. La publicidad de nuestro producto es un punto clave para el reconocimiento de nuestra marca en el mercado belga, para eso utilizaremos internet, redes sociales, anuncios publicitarios.

Para fidelizar a nuestros clientes ofreceremos descuentos a las empresas que compren altas cantidades de kilo de cacao.

Cupones de descuento 10 % de descuento por cada 10 kilos de cacao que adquieran, además, se darán otra clase descuentos si realizan pronto pago según de los pedidos que hayan hecho anteriormente.

## **4.9 CAMPAÑA PUBLICITARIA**

### **4.9.1 OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA**

- Dar a conocer nuestro producto (cacao granulado).
- Resaltar la imagen (logo) de la empresa cacao col.
- Informar las propiedades de nuestro producto (cacao granulado).
- Estimular a la población belga a consumir cacao colombiano.

### **4.9.2 TIPOS DE PUBLICIDAD A UTILIZAR**

**Posicionamiento:** utilizaremos esta estrategia para centrarnos en que el cliente nos tenga en cuenta y recuerden nuestro logo a largo plazo.

**Publicidad B2B (negocio a negocio):** Atravez de internet enviaremos avisos publicitarios promoviendo nuestro producto y empresa, solamente para el área empresarial.

### **4.9.3 MERCADO OBJETIVO**

Boutiques de chocolate, supermercados.

### **4.9.4 MEDIOS PUBLICITARIOS**

- website, redes sociales (fanpage).
- Folletos.
- Avisos informativos.



Imagen16, aviso publicitario

## 5. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCCION

El transporte que vamos a utilizar es marítimo –buques, ya que nuestra empresa necesita un buen manejo en los costos y un tránsito directo; Ya que en vía aérea enviar toneladas de cacao sería demasiado costoso.

Desde la Costa Atlántica colombiana, existen 4 navieras que ofrecen servicios directos con destino a Amberes- Antwerp, y origen en Cartagena, con tiempos de tránsito desde los 14 días; la oferta se complementa con rutas que tienen conexión en Puertos de Panamá, por parte de 4 navieras, con tiempos de tránsito desde los 21 días. (p. 4) (2012) Fuente: Líneas Marítimas Procesadas por Proexport Colombia.

## 5.1 CANALES

Puerto origen Cartagena: En cuanto al puerto de Cartagena, esta nos ofrece varios servicios entre estos están: la infraestructura, capacidad de atención, prestación de mejor servicio al cliente y ayudando al crecimiento de la competitividad del comercio exterior.

Puerto destino Amberes:

(Amberes, 2001) Es el corazón económico de la región con su flujo de transporte internacional de más de 110 millones de toneladas al año, Amberes pertenece a los cinco puertos más importantes del mundo. Las mercancías no solo cargan y descargan si no que en el puerto y su entorno también se almacenan, distribuyen y envían a otros países europeos.

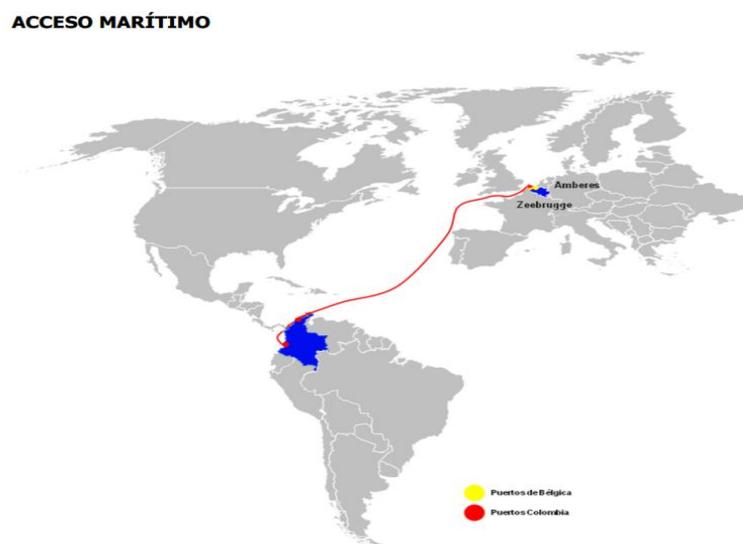


Imagen 17, tomado en Proexport Colombia, ruta, Líneas Marítimas

## 5.2 LOGISTICA

### Conteiner estándar

Este container está diseñado para cargas secas, bolsas packs termo contraíbles, etc.

Este tipo de container es especial para, tiene código número de identificación inscriptas en las puertas lo cual, también contiene papeleo detallado de la mercancía.

Contenedor estandar. STANDARD 40' x 8' x 8'6						
Contenedores disponibles y preparados para cualquier carga seca normal, como pallets, bolsas, cajas, etc.						
Dimensiones	Largo	12,032 mm	Ancho	2,352 mm	Alto	2,393 mm
Apertura puerta			Ancho	2,340 mm	Alto	2,280 mm
Tara	3,750 kg		Capacidad	67.7 m <sup>3</sup>		
Peso bruto máximo de carga	28,750 kg		Peso bruto máximo total	32,500 kg		



Imagen 11, container estándar

Tomado de <http://www.marmedsa.com/tipo-de-contenedores-maritimos-estandar/>

### Carga Unitarizacion

Es cuando determinada carga general se agrupa y embala haciendo un solo bulto para manipularlo en una sola operación con el propósito de agilizar su estiba, esto hace que se compacte la mercancía y sea una sola para que el embarque sea más rápido y eficaz.

- **Paleta con doble piso:** para que obtenga un mayor soporte al ya estar estibada la mercancía y no tenga daño las bolsas de cacao, Si bien debe cuidarse que no se moje, aplaste o deteriore las bolsas ni presenten una imagen de poca calidad por el transcurso del viaje.
- **El etiquetado** es individual para cada caja debe tener datos como lo son:
  - Nombre del remitente
  - País de origen
  - Marcas de precaución (si aplican)

- Datos del destinatario
- Registros Invima y Ica

En la bolsa plástico de cacao como tal también, trae su etiqueta individual con indicaciones de uso y propiedades.



Imagen 19, etiqueta del embalaje

## 6. EJECUCION COMERCIAL

### El objetivo comercial

Definiremos una meta de 30 toneladas anual para empezar, en parte cuantitativa, pero también definiremos metas cualitativas que le den prestigio a la empresa, como puede ser buenas recomendaciones y felicitaciones de nuestro producto.

### **Para quien estas dirigidas las ventas**

A distribuidoras de chocolate, supermercados de cadena.

### **Canales de venta**

Para empezar manejaremos Canal de distribuidor- productor, el cual están se aplicara mayoreo

Comerciantes mayoristas de servicio completo, Mayorista fabricante, agente comerciante, comerciantes mayoristas de servicio limitado.

Más adelante llevando el control de ventas y consumo de nuestro producto y según como muestre resultados positivos implementaríamos el Canal detallista-productor que se enfoca más al consumidor final surtiendo nuestro producto en tiendas más locales y pequeñas.

## **7. HABILIDADES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS**

### **Comercial**

- **Tener pro actividad:** siempre trabajar con energía y actitud positiva, luchar por lo objetivos de la empresa.
- **Buena comunicación:** punto clave para la empresa si hay buena comunicación genera convivencia armoniosa entre la organización lo cual esto hace que trasmitamos seguridad y confiabilidad a nuestros clientes.

- **Creatividad e innovación:** lluvia de ideas para mejoras en nuestro producto, sistema interno de la empresa, estas ideas pasaran a selección lo cual la idea ganadora será implementada en para seguir mejorando y emprendiendo en el mercado.

### Administrativas

- **éticas:** buena administración de recurso humano, como lo he comentado anteriormente mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores.
- **Habilidades de técnica:** contribuir a los cultivos de cacao para aumentar la producción del mismo, para la incrementación de comercialización y ventas.
- **Tecnología:** aplicaremos programas que nos indiquen la poscosecha del cacao para así ir negociando con los proveedores la cantidad y el valor del cacao.

## 8. PROYECCION DE VENTAS

TABLA DE PROYECCION DE VENTAS					
Mes	Unidades Producidas y	valor unidad de produccion		total cop	total USD
	Exportadas	COP	USD		
	1	2000 kilos	\$ 28.000		
2	2400 kilos	\$ 28.000	\$ 9,56	\$ 67.200.000	\$ 22.176,00
3	3200 kilos	\$ 28.000	\$ 9,56	\$ 89.600.000	\$ 29.580,00
4	2100 kilos	\$ 29.000	\$ 9,86	\$ 60.900.000	\$ 20.097,00
5	2200 Kilos	\$ 29.000	\$ 9,86	\$ 63.800.000	\$ 21.054,00
6	3100 kilos	\$ 29.000	\$ 9,86	\$ 89.900.000	\$ 29.667,00
			TOTAL	427.400.000	

## 9. POLITICA DE CARTERA

1). **Análisis de clientes:** en cuanto al pago de mercancías, que no estén mora con otras entidades.

2). **Contabilidad ordenada:** manejo de facturas, documentos, cartas de crédito de manera ordenada en cuanto a vencimientos de factura, carta de crédito ya canceladas y documentación interna y externa al día.

3). **Revisión de facturas:** verificar la fecha de vencimiento de la factura, nombre de la empresa destinataria, si el pago ha sido efectuado y si se aplicaron descuentos.

4). **Disponibilidad de tesorería:** el área de contabilidad siempre tiene que estar a disposición de ayudar a las demás áreas de informar de las cuentas de los clientes que están activas o por lo contrario que no estén activas.

5). **Nivel de endeudamiento por parte de los clientes:** es necesario hacer seguimiento y control a clientes que no hayan efectuado pago de facturas vencidas con el fin de conciliar de forma correcta el pago.

6). **Buenos hábitos de pago:** se tendrán en cuenta los clientes que hace el pago a tiempo para otorgar un cupón de descuento.

## 10. PRESUPUESTO

<b>PRESUPUESTO</b>			
<b>Descripcion</b>	<b>cantidad</b>	<b>valor unidad</b>	<b>total</b>
<b>Mercancia Producida:</b>			
cacao granulado	15000 kg	\$ 5.000,00	\$75.000.000
adquirido por proveedor			
<b>Tecnologia:</b>			
computadores	3 u/n	\$ 850.000	\$ 2.550.000
camara fotografica	2 u/n	\$ 322.000	\$ 644.000
Impresora	2 u/n	\$ 120.000	\$ 240.000
celulares	2 u/n	\$ 432.000	\$ 864.000
<b>Inmuebles :</b>			
Sillas	20 u/n	\$ 55.000	\$ 1.100.000
escritorios	16 u/n	\$ 120.000	\$ 1.920.000
estanterias	3 u/n	\$ 199.000	\$ 597.000
archivadores	4 u/n	\$ 230.000	\$ 1.380.000
<b>Implementos:</b>			
Empaque primario o secundario bolsa con foil de aluminio	10000 u/n	\$ 2.500	\$ 25.000.000
Empaque terciario caja de carton corrugada caja de carton corrugadan alto	500 u/n	\$ 2.956	\$ 1.478.000
Etiquetado	10000 u/n	\$ 450	\$ 450.000
<b>servicios publicos:</b>			
Agua	6 meses	\$ 81.000	\$ 486.000
Luz	6 meses	\$ 100.000	\$ 600.000
telefono	6 meses	\$ 70.000	\$ 420.000
Internet	6 meses	\$ 70.000	\$ 420.000
<b>servicios exportacion:</b>			
Declaracion de exportacion	6 u/n	\$ 13.000	\$ 78.000
carta de credito	6 u/n	\$ 286.252	\$ 1.717.512
Certificado de origen	6 u/n	\$ 15.000	\$ 90.000
Transporte primario	6 viajes	\$ 3.500.000	\$ 21.000.000
Transporte secundario	6 viajes	\$ 5.555.760	\$ 33.333.420
estiba de pallets	18 a 20 u/n	\$ 14.550	\$ 261.900
Cargue o descargue de contenedores	6 cargues	67.000 cop	\$ 67.000
suministro de montacargas	6 servicio montacarga	77.000 cop	\$ 462.000
<b>Arrendamiento</b>			
arriendo de oficina	55 m2	\$ 380.000	\$ 2.280.000
arriendo de bodega	213 m2	\$ 654.000,000	\$ 3.924.000
arriendo de contenedor Dry van	6 u/n cada mes	\$ 1.500.000	\$ 9.000.000
<b>Nomina:</b>			
operadores administrativos	9 personas contrato 6 meses	\$ 1.000.000	\$ 54.000.000
operadores transportistas	4 personas contrato 6 meses	\$ 801.000	\$ 19.224.000
operadores logisticos	7 personas contrato 6 meses	\$ 1.250.000	\$ 52.500.000
operadores de ventas	10 personas contrato 6 meses	\$ 1.100.000	\$ 66.000.000
<b>Otros :</b>			
Seguro de la mercancia	6 meses	\$ 120.000	\$ 720.000
publicidad	6 meses	\$ 2.000.000	\$ 12.000.000
			\$ 389.806.832,0

## CONCLUSIONES

- Observamos la viabilidad del cacao hacia el país de Bélgica los cuales obtuvimos buenos resultados, guiándonos por investigaciones en la web y otros recursos.
- Identificamos a Colombia como productor de cacao fino de aroma el cual es apetecido por el mercado internacional.
- Analizamos el país destino (Bélgica) el cual es consumidor potencial de cacao y sus derivados e importador del mismo lo cual es un beneficio para la idea de negocio presente.
- Observamos la publicidad como excelente herramienta para que nuestro producto sea más reconocido y adquirido por los clientes.
- Analizamos la distribución, promociones y gastos de producción del cacao para que tanto las utilidades como las ventas sean ecuánimes.

## Bibliografía

amberes, G. d. (2001). Obtenido de <http://megaconstrucciones.net/?construccion=puerto-amberes>.

Federación de cacao nacional, (2017):

<http://www.fedecacao.com.co/site/images/recourses/docinstitucionales/administrativa-plan-estrategico-fedecacao.pdf>

<http://www.cacaohunters.com/es>

Ministerios industria y comercio. (s.f.). ¿Cómo exportar cacao y productos derivados a la Unión?

Europea? Recuperado el 2017, de:

[http://www.tlc.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78364&name=OCB\\_-\\_Cacao\\_y\\_productos\\_derivados.pdf&prefijo=file](http://www.tlc.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78364&name=OCB_-_Cacao_y_productos_derivados.pdf&prefijo=file)

Oportunidades para las agros exportaciones en Bélgica, (2011) obtenido de:

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/promo/Cuzco-B%C3%A9lgica-Ana-Maria-Deustua.pdf>

Procolombia (2015) cacao colombiano obtenido de:

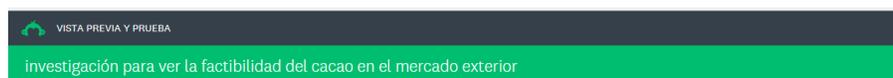
[http://camaracomercioarauca.com/data/archivos/galerias/3/2015-09-18\\_presentacion\\_cacao\\_y\\_derivados\\_-\\_procolombia.pdf](http://camaracomercioarauca.com/data/archivos/galerias/3/2015-09-18_presentacion_cacao_y_derivados_-_procolombia.pdf)

Tovar , P. H. (1941). Recuperado el 02 de 2017, de el cacao en la sociedad llego a ser el primer producto agrario de exportacion: <http://www.banrepcultural.org/node/32925>

## ANEXOS

### Preguntas de la encuesta –survey monkey

<https://es.surveymonkey.com/r/HD986X5>



1. ¿Con que frecuencia compras cacao?

- constantemente
- ocasionalmente
- poco
- no compro

2. ¿Cuanto paga usted por una bolsa de cacao granulado?

2. ¿Cuanto paga usted por una bolsa de cacao granulado?

3. Conociendo esta idea de negocio y no teniendo en cuenta el precio, ¿Qué probabilidad hay que usted, al salir este producto al mercado lo compre ?

3. Conociendo esta idea de negocio y no teniendo en cuenta el precio, ¿Qué probabilidad hay que usted, al salir este producto al mercado lo compre ?

- Definitivamente NO lo compraría
- Probablemente NO lo compraría
- No sabe si lo compraría o no
- Probablemente lo compraría
- Definitivamente lo compraría

4. ¿Dónde le gustaría encontrar cacao granulado?

4. ¿Dónde le gustaría encontrar cacao granulado?

5. ¿De que tamaño o presentación lo compra cacao?

- bolsas de libra                       tarro de 400 gramos  
 bolsas de kilo                       otros  
 cacao en barra

6. ¿ Cuáles son las mejoras que usted le sugiere al producto?

7. ¿cual es su genero sexual ?

- Femenino  
 Masculino

 VISTA PREVIA Y PRUEBA

 Invitar

8. ¿que edad tiene?

LISTO

Desarrollado por  
 SurveyMonkey  
Ve lo fácil que es crear una encuesta.