

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACION DE CACAO
ORGANICO AL MERCADO CANADIENSE**

LAURA BELEN ROJAS OCHOA

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C. I-2018**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA COMERCIALIZACION DE CACAO
ORGANICO AL MERCADO CANADIENSE**

LAURA BELEN ROJAS OCHOA

**Proyecto de grado para obtener al título de:
Negociador Internacional**

**Asesor:
WILLIAM A. MALPICA ZAPATA
Docente Investigador**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES
NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ, D.C. I-2018**

Cacao Orgánico



Negocios
Internacionales
Facultad de Ciencias
Sociales y Empresariales

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la salud para desarrollar el proyecto con disciplina y entusiasmo.

A mis padres y hermano de quienes surgió la idea, y quienes en todo momento han sido mi principal motivación para alcanzar esta meta.

A Fedecacao que siempre tuvo sus puertas abiertas para el desarrollo de la investigación guiando el proceso en pro del cuidado del medio ambiente.

A mi tutor y profesor William quien me oriento correctamente durante todo el proceso, quien respaldo y comprendió el objetivo del proyecto.

DECLARACIÓN

Los autores certifican que el presente trabajo es de su autoría, para su elaboración se han respetado las normas de citación tipo APA, de fuentes textuales y de parafraseo de la misma forma que las cita de citas y se declara que ninguna copia textual supera las 400 palabras. Por tanto, no se ha incurrido en ninguna forma de plagio, ni por similitud ni por identidad. Los autores son responsables del contenido y de los juicios y opiniones emitidas.

Se autoriza a los interesados a consultar y reproducir parcialmente el contenido del trabajo de investigación titulado Plan de Emprendimiento con Cacao Orgánico, siempre que se haga la respectiva cita bibliográfica que dé crédito al trabajo, sus autores y otros.

Laura Belén Rojas Ochoa

William A Malpica Zapata.

Tabla de contenido

Características del Proyecto de Investigación	11
Antecedentes	12
Objetivo general	13
Objetivos específicos.....	13
Justificación.....	13
Metodología.....	14
Marco Teórico	17
GENERALIDADES.....	21
Descripción y proyecto.....	21
Análisis de mercado y plan de marketing	22
Investigación del mercado.....	22
Definición del mercado objetivo	24
Segmentación del mercado objetivo.....	29
Segmentación del mercado.....	30
Análisis de consumo.....	31
Características del país origen y país objetivo	33
Competidores y propuestas de valor	35

EQUIORI.....	35
LOK Premium Chocolate.....	36
Propuestas de valor.....	37
Análisis de Mercado Objetivo.....	37
Análisis PESTEL.....	37
Análisis DOFA.....	39
Análisis de Mckinsey.....	40
STRATEGY.(Estrategia),.....	40
STRUCTURE. (Estructura),.....	41
SKILLS. (Habilidades),.....	41
SHARED VALUES.....	41
SYSTEMS.....	41
STYLE. (Estilo),.....	42
STAFF.(Personal),.....	42
Plan de Marketing.....	43
Producto.....	43
Promoción y comunicación.....	44
Plan de posicionamiento.....	46
Plan operativo y logístico.....	49

Cadena de abastecimiento	49
Proveedores	51
Transporte.....	55
Selección medio y términos de negociación	56
Etiqueta, envase, empaque y embalaje	57
Red de cadena de valor.....	61
Plan financiero.....	63
Criterios proyección	63
Bibliografía.....	65

Lista de Tablas

Tabla 1 pros y contra de iniciar un plan de negocios	20
Tabla 2 Tarifas por Rutas carga general.....	25
Tabla 3 Información País objetivo CANADA	29
Tabla 4 Distribución por edad	31
Tabla 5 Ficha técnica cacao orgánico x 100 gramos.....	43
Tabla 6 Estándares para la Evaluación de compra	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7 tabla de acción para la promoción.....	46
Tabla 8 Bases para visión estratégica.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9 Estándares para exportación.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10 Clasificación de Subpartida Arancelaria	53

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Lista de países importadores de Cacao	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 2 Comercio bilateral Países bajos y Colombia 2016	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 3 Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Colombia en 2016	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 4 Comercio bilateral entre Canadá y Colombia en 2016	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 5 lista de compra canadiense promedio (gasto del hogar promedio)	¡Error! Marcador no definido.
<i>Ilustración 6 Análisis PESTEL</i>	38
Ilustración 7 Análisis DOFA	39
Ilustración 8 flujograma del proceso de transformación del cacao	49
Ilustración 9 Cadena de Abastecimiento	51
Ilustración 10 Incoterms	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 11 Reporte de Rutas de Transporte Aéreo	55

RESUMEN

Desarrollar un proyecto para la comercialización de Cacao orgánico surge de la necesidad de incluir en la dieta de las personas el consumo de un producto que brinde un aporte calórico suficiente en el momento adecuado; es decir que esté a su alcance en todo momento y lugar.

Lo anterior teniendo como principal destino de exportación: Canadá, país escogido para incursionar en el mercado, debido a la presencia de pacientes diabéticos que buscan edulcorar sus bebidas con sustancias naturales, que eviten la ingesta de saborizantes artificiales.

Palabras clave: Cacao, exportación, diabéticos,

Características del Proyecto de Investigación

Antecedentes

Con base en los estudios anteriormente realizados, se ha encontrado gran crecimiento en la demanda del producto, objeto de trabajo. El cacao colombiano a nivel internacional, cumple las expectativas del mercado, demostrando que se puede generar nuevas exportaciones.

La investigación de mercado para diseñar de la mejor manera el plan estratégico de comercialización, con factores socioeconómicos, culturales, gastronómicos y demás que son los que influyen en el éxito de la aceptación de este producto, igualmente tener en cuenta que tan factible es realizar este proceso en cuestión de costo- benéfico.

Se estima que América Latina produce el 15% de la producción mundial. Colombia con 47.000 toneladas reportadas en 2014 aporta el 1,12% ocupando la décima posición a nivel mundial y el quinto en la región, según un estudio realizado por la casa productora, United Cacao miembro de la Fundación Mundial del Cacao (FMC). En los últimos meses se firmaron cuatro convenios con Fedecacao, Ministerio de Agricultura, Isagen, Corpoica y el contrato Plan Darién. Todos con el objetivo de renovar hectáreas y aumentar la producción de los cacaoteros.

A lo anterior referenciado vemos que Colombia empieza a tener una oportunidad de exportación de cacao muy importante y que puede garantizar un mercado estable, por un gran tiempo y con los convenios que se firmaron, para garantizar que las siembras sean sanas y se puedan desarrollar sin ningún inconveniente.

Se desarrollara un estudio para empezar el proyecto, tomando en cuenta las estadísticas que se vieron en la investigación por diferentes medios, tanto como independientes, como con cacaoteros, como también, por medio de la web, revistas, periódicos y libros de agro cultivos.

En el país 350 municipios son los que producen cacao y muchos colombianos dependen de él.

Objetivo general

Emprender un proyecto para elaborar el plan de negocios, para la exportación de cacao en polvo listo para el consumo, tanto en personas diabéticas como las que no lo son; Ofreciendo un producto de alta calidad y orgánico para satisfacer las necesidades al consumidor y en un futuro llegar a ampliar la participación en el mercado internacional.

Objetivos específicos

Formular un plan de la mejor manera, para que a futuro se convierta en proyecto de emprendimiento empresarial.

Diseñar un procedimiento de mercadeo para la producción de cacao orgánico, teniendo en cuenta un valor agregado para personas diabéticas.

Investigar los beneficios que brinda el cacao para la salud del consumidor

Justificación

En definición, para que el proyecto se pueda promover y realizar una comercialización, fundamentados en la necesidad generada de las personas, quienes consumen cacao y por sus condiciones médicas necesitan encontrar en el mercado, y adquirir este tipo

especial de producto, el cual aporta gran valor calórico a la dieta, sin afectar a las dolencias y tratamientos de las personas quienes tiene diabetes en Canadá.

Metodología

A raíz de las investigaciones durante un tiempo para la realización de este proyecto, Diferentes medios de comunicación nacionales han divulgado diferentes artículos sobre el cacao en Colombia y el gran crecimiento que este estaba teniendo debido al cambio que el país estaba mostrando referente a una guerra e iniciando una paz; en ese momento se empezó a investigar más sobre el tema y no se conocía mucho, estaba claro que este proyecto estaba completamente listo para ser averiguado para la elaboración de un plan de mercadeo y sacar adelante un nuevo emprendimiento.

Se empieza una estrategia analítica, con el modelo de Mc Kinsey; donde se exponen siete modelos básicos para la estructura organizativa, interactuándose entre sí, con un eje central de valores compartidos. Para este es primordial el apoyo de cada uno de los participantes, desde el proveedor de cacao, hasta el cliente final que lo obtiene. Por ende este modelo da habilidades emocionales y herramientas positivas para un diagnostico en equipo eficaces para empezar el proyecto.

El entorno externo que puede presentar un plan empresarial, modificara muchos de los propósitos iniciales de una empresa o un proyecto como lo es en este caso, la responsabilidad de identificar los cambios se puede realizar con un análisis PESTEL que es un instrumento estratégico para definir el contexto, describiendo factores políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos ecológico y legales.

Con los análisis anteriormente planteados, el estudio DOFA termina de darle el camino empresarial al proyecto; analizando las características internas para tomar decisiones acordes a los objetivos propuestos desde un inicio, planteados por medio de factores como las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

El segmento empresarial se clasifica en micro, pequeña, mediana y grande empresa las llamadas Mí pymes, que por lo general para ser parte de este grupo deben manejar un movimiento financiero alto según Bancoldex; ahora de la mano del crecimiento de las Mí pymes está el emprendimiento, la innovación que en el país cada vez son más los casos de éxito con determinación, pasión, estructuración y un buen análisis de costo, Harry Markowitz; economista y analista de inversiones a nivel mundial, tiene un modelo para a orientar el inicio de un proyecto y en este caso el habla de la individualidad y su manera de actuar racionalmente dando como resultado el maximizar el resultado de la utilidad que se espera, básicamente se explica arriesgar para obtener una rentabilidad.

Así mismo si se empieza un proyecto de este prospecto a futuro la inversión debe ser fuerte y siguiendo con el modelo de Markowitz explica que cada uno de los inversionistas tiene la misma oportunidad obteniendo resultados por igual y después de un tiempo y estabilidad del trabajo pueden hacer con sus acciones a su gusto.

Es importante recalcar en este punto; que las investigaciones para generar un costo-valor a lo que se está fabricando, tiene que ir muy ligado de la información de cotizaciones, y para este proyecto el que todo lo integrado para el resultado final fuera natural, sería en lo que más se tardaría en investigar y generar el valor económico que este debe tener. Se cuenta con expertos en producción de alimentos, tanto para animales como

para humanos, que intervienen en la ayuda de muchos de los problemas que en el camino se generaron que por casualidad también son exportadores de estos mismos; realmente esta intervención ayuda mucho al proyecto, se re direcciona en nuevos caminos para tener un agradable ingreso al país a exportar; para tener un producto al cual construirle un camino y generar una empresa, que realmente el propósito principal de este plan de emprendimiento.

La economía colombiana esta en reacomodo sea por operaciones de venta, compra o fusión son estrategias que están al alcance para una creciente competitividad en los mercados, básicamente se está hablando de una renovación y acceder a la constante competencia que se genera.

La gestión en los mercados es suministrar ayuda y herramientas que faciliten el diario vivir con innovación y perspectiva implicando conocerse a sí misma, comprendiendo las capacidades de generar estrategias explotarlas y desarrollar aquellas que necesiten en un futuro. Teniendo en cuenta la internacionalización y preparación por parte del empresario, para llegar a ser exitoso debe conocer y comprender las regulaciones arancelarias, condiciones y medidas de defensa comercial, dentro de estos planteamientos se asocia el uso de la informática como creación, base de datos, sistemas de documentación, búsqueda extracción de datos son líneas de gestión de conocimiento para la creación y expansión.

Las herramientas para un manejo en los modelos que se proponen en la clasificación del proyecto bueno, estable, financiable como plan de proyecto. Se puede ver por medio

de VAN y TIR permitiendo evaluar la rentabilidad no solo como nuevo negocio si no como continuar con este como emprendimiento a futuro.

Los números son la clave de todo proyecto su construcción evaluación y éxito, familiarizarse con esto es parte importante del proyecto sea complejo, pero asegura los fondos e inversiones que se puedan encontrar en este camino.

Marco Teórico

Conforme el mundo va cambiando y nuevas maneras de hacer negocios aparecen, nuevas empresas se crean cada año e incluso cada mes, muchas de ellas fracasan en el camino, por mala información, planeación, conocimiento y herramientas para su desarrollo; el plan de negocios es un documento que ayuda analizar el mercado para preparar un negocio y planificar la estrategia ideológica y realizar el plan de negocio, debe incluir una estructura ideológica para darle nombre, misión, visión, valores y ventajas del futuro negocio, fundamentando estructuras del entorno y análisis que complementan el proceso de constitución de este.

Muchas teorías hablan de la importancia de que las empresas sean productivas en el extranjero, que posean una ventaja competitiva, con productos similares pero no iguales poniéndose en un referente imperfecto lo que se conoce como monopolística; donde pueda manipular el precio, diferenciación física, de marketing, capital humano distribución, esto manejado como teoría de los economistas Edward Chamberlain y Joan Robinson. (Martin, 2018)

Según William A. Cohen (Cohen, 2011) “El plan de marketing es esencial para el funcionamiento de cualquier empresa y comercialización eficaz, rentable de cualquier

producto o servicio” y es entendible este proceso pues se debe tener muchos puntos presentes para alcanzar el éxito como plan de negocio. Muchos portales como LA CULTURA DEL MARKETING (Manuel, 2015), explica cómo lograr el éxito de un plan de negocio, analizando el entorno; para que se puedan conocer los factores que rodean la empresa. Análisis del sector; estar al tanto de datos de facturación, ingresos, gastos, exportaciones para ver como la empresa compite día a día. Un análisis de competencia tanto local como internacional y otros puntos importantes. Para llegar a un éxito de emprendimiento profesional.

La posibilidad de empezar, estabilizar y progresar con un emprendimiento son muy pocas pero así mismo la posibilidad de conseguir el éxito es “alto”, con el mecanismo correcto. Itaú (Itaú) son una fundación para contribuir positivamente en la educación para los emprendedores en Argentina, en su plataforma virtual desarrollan un paso a paso donde hablan como lograr una exportación, el proyecto que se está realizando tiene como objetivo llegar a este proceso; llegar al exterior. Se debe tener en cuenta el pensamiento estratégico, para planificar acceso a importaciones, clientes, competidores y pausas para determinar el mercado elegido, escuchar la demanda, el agente financiero y elegir correctamente la intervención bancaria, un experto en logística, preparación de documentación aduanera alianzas y beneficios.

El período de vida de un producto es la evolución de ventas de dicho fruto durante su permanencia en determinado mercado, la teoría de Vernon sobre el ciclo de vida de un producto, complementa la perspectiva que se quiere dar al proyecto con fases en la elaboración del proyecto para ser comercializado en países similares en preferencias de

demanda, en segunda etapa generando copias, que se comercializan en el país de origen, en la tercera etapa, un mercado que solo se mantiene por un bajo costo de producción y una última etapa de aceptación.

Este plan de negocio, se embarca en el proceso de emprendimiento con un fruto como el cacao; este se encuentra principalmente en zonas como Santander, Arauca, Antioquia, Huila, Nariño y Tolima. Siendo una agricultura orgánica, que va más allá de no utilizar químicos; se convierte en un emprendimiento verde, basándose en solucionar problemas ambientales y molestias que atan la naturaleza.

En todo análisis financiero es importante realizar la comparación con el sector al cual pertenece la empresa, para mirar rentabilidad, patrimonio, liquidez, nivel de endeudamiento; David Ricardo (economipedia, 2018), apporto una explicación para incorporar un comercio internacional basado en el principio de la ventaja comparativa.

Richard Cantillon fue un economista Irlandés, autor del libro “ensayo sobre la naturaleza del comercio en general” analizando los elementos de la economía; ingresando en la teoría de costo de producción, basándose en una producción tierra y trabajo. Mas sin embargo otros economistas dividen la teoría del irlandés en mixtas; esto quiere decir que la teoría de la demanda depende de dos factores consumidores y gustos de los propietarios que para el proyecto se puede definir en el agrado que pueda obtener el producto para así convertirse en una propuesta económica estable. (Rothbard, 2010)

Michael Porter, es un economista que formula la solución para los problemas ambientales y sociales a través del emprendimiento verde y social; Porter delibera el viable de hacer un cambio en grande y buscar una solución fija y a futuro.

La estrategia que se plantea para la entrada del cacao y su exportación; son las reglas de producción orgánica, que están relacionadas con un periodo de transición; la finca, la selección apropiada de semillas, selección de plantas, conservación de agua, control de plagas y enfermedades.

Tabla 1 pros y contra de iniciar un plan de negocios

Riesgos de realizar un plan de negocios	Razones para realizar un plan de negocios
Falta de capital	Viabilidad de crecimiento
Afectación de rentabilidad	Determinar las necesidades del consumidor
Falta de estrategias de mercado	Innovación y comercialización para Colombia

Tabla realizada por el autor del proyecto

El proyecto se enfatiza en comunicación proveedor- fabricante directamente con el comprador por medio online este modelo lo plantea Johansson y Mattson, considerando la participación de empresa cliente, con una red nacional determinada para cada país y una red de producción entorno a un área del producto en específico.

Es importante que antes de empezar cual quiere emprendimiento tener presente que es un camino largo y de lento resultado, pues apenas está entrando al mercado y hacerlo con buenas razones para hacer un cambio significativo en el campo donde se está ingresando.

GENERALIDADES

Descripción y proyecto

Para organizar e implementar un proyecto es importante apreciar la importancia de la economía comenzando con los elementos básicos de la oferta y de la demanda. El análisis de la oferta y la demanda es un fundamental instrumento que puede aplicarse a una amplia variedad de interesantes e importantes problemas, y el desarrollo de la innovación, requiere un contexto organizacional adecuado.

Para esto anterior se debe diseñar un modelo de plan de negocio o gestión que permita establecer todos los posibles conocimientos tanto como en personas como organizaciones con la razón y misión de gestionar el conocimiento.

De una manera u otra el mundo cada día está cambiando de modo notable, en casos como población el porcentaje de habitantes es cada vez más grande y muy seguramente en un futuro no tendremos la suficiente comida para cada uno de ellos, esto según la organización mundial de la salud, la deforestación ambiental es cada vez más compleja, no se tiene un debido proceso de cuidado para que la naturaleza se reproduzca a su ritmo, más bien se fuerza a que se regenere su suelo, para así poder mantener la demanda de pedidos para la alimentación humana.

Así mismo se nota el crecimiento de enfermedades por la poca información que se obtiene de los productos alimenticios consumidos, por la falta de actividad física en los niños y jóvenes y la mala calidad de vida que se presenta en este siglo.

El propósito principal de este proyecto es realizar un plan de negocios para comercializar cacao orgánico en polvo, para ser consumido de manera instantánea naturalmente como bebida energizante, acompañante en una tarde de fría o como confitería.

Se debe resaltar que el producto tiene como énfasis las personas diabéticas, endulzándolo con fructosa (azúcar que se encuentra en las frutas) o mezclándolo con hierbas medicinales para este estado de salud.

Análisis de mercado y plan de marketing

Investigación del mercado.

Un estudio de la firma Euromonitor (cafedecolombia, 2014) midió país por país, las preferencias de los consumidores entre café o té, que son bebidas calientes consumidas a distintas horas del día; en el continente Americano privilegia el consumo de café colombiano, Estados Unidos es un principal consumidor; mientras que Canada y Argentina se equilibran en ambos; dando paso a explotar la oportunidad de otra opción como lo es Cacao Orgánico en polvo con sabores naturales representativos de Colombia.

El cacao es un producto primario para la fabricación de muchos otros mercados alimenticios, Colombia es un país que por su posición geográfica brinda un cacao de calidad alta, cada vez más apetecido por el mercado exterior, asumiendo que las diferentes lecturas realizadas para este proyecto como en revistas del país y proyectos ya realizados para la exportación de este mercado se tiene una buena referencia para llevar a cabo este plan de mercadeo.

Vale la pena mencionar en este punto, ejecutar un estudio adecuado se debe tener presente que el ser humano es sensible a los estímulos visuales, auditivos y kinestésico.

En todo caso, a continuación se muestran los elementos que se utilizaron para la investigación

Tabla 2 Elementos para la investigación de mercados

VARIABLE	AMBITO	INFORMACION
Entorno Internacional	Económico	PIB, Renta per capital, tipos de interés
	Político	Datos geográficos, infraestructura, riesgos y estabilidad política.
	Cultural	Idiomas, costumbres, preferencias
	Legal	Aranceles, licencias de importación y exportación, impuestos, homologaciones y certificaciones.
Demanda	Cuantitativo	Análisis por subsectores, regiones, áreas geográficas
	Cualitativo	Tipología del comprador, motivaciones de compra, hábitos, consumo, calidad y precio.
Competencia		Industria local, fabricantes nacionales, mercado de las importaciones, fabricantes extranjeros
Estructura de mercado		Precios de la competencia, costo de transporte, almacenamiento y distribución, técnicas de distribución, promoción

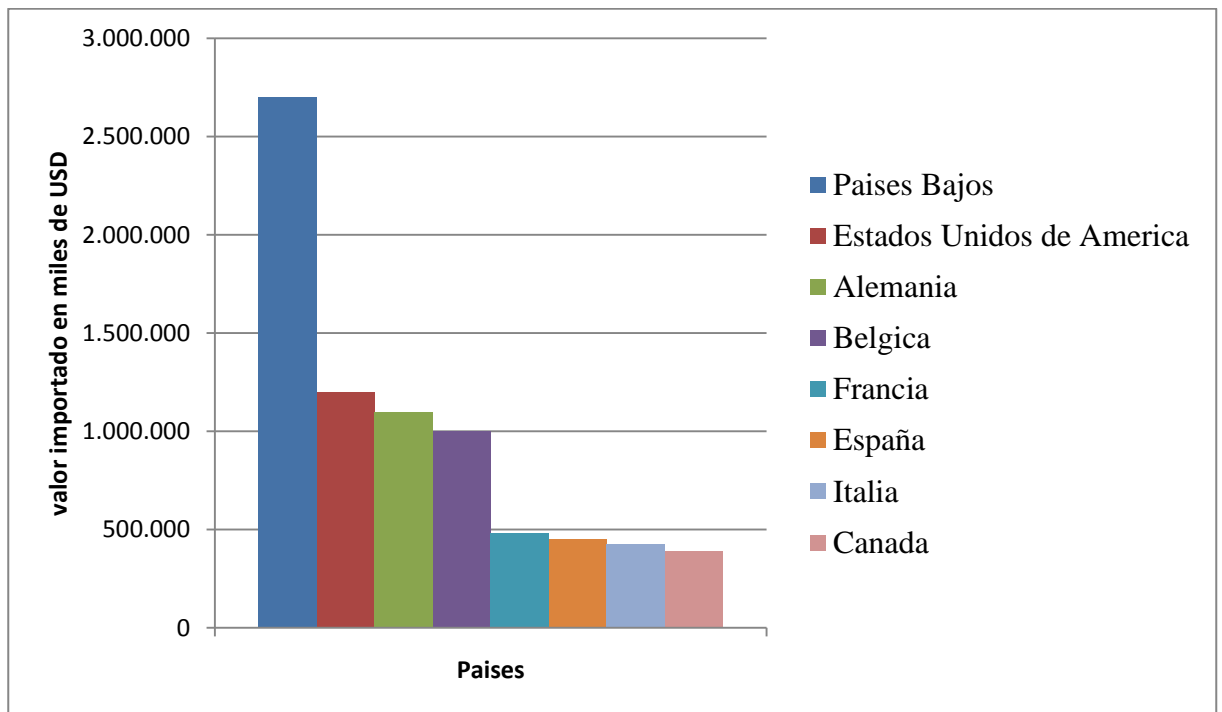
		y cobertura y medios publicitarios.
--	--	-------------------------------------

Elaboración propia del autor Fuente: emprendedores (emprendedores, 2015)

Definición del mercado objetivo

El cacao es un producto que brinda una gran variedad de opciones para su consumo, como se ha planteado, a medida de la redacción de este documento, se quiere entregar al cliente final en una única presentación en polvo listo para el consumo; con dos tipos de referencias, pero antes de esto se debe investigar qué país es clave en este proceso de plan de negocios, a continuación se muestran unas tablas donde se manifiestan 3 países que pueden ser claves para iniciar.

Tabla 3 Lista de países importadores de Cacao Producto: 1801 cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado

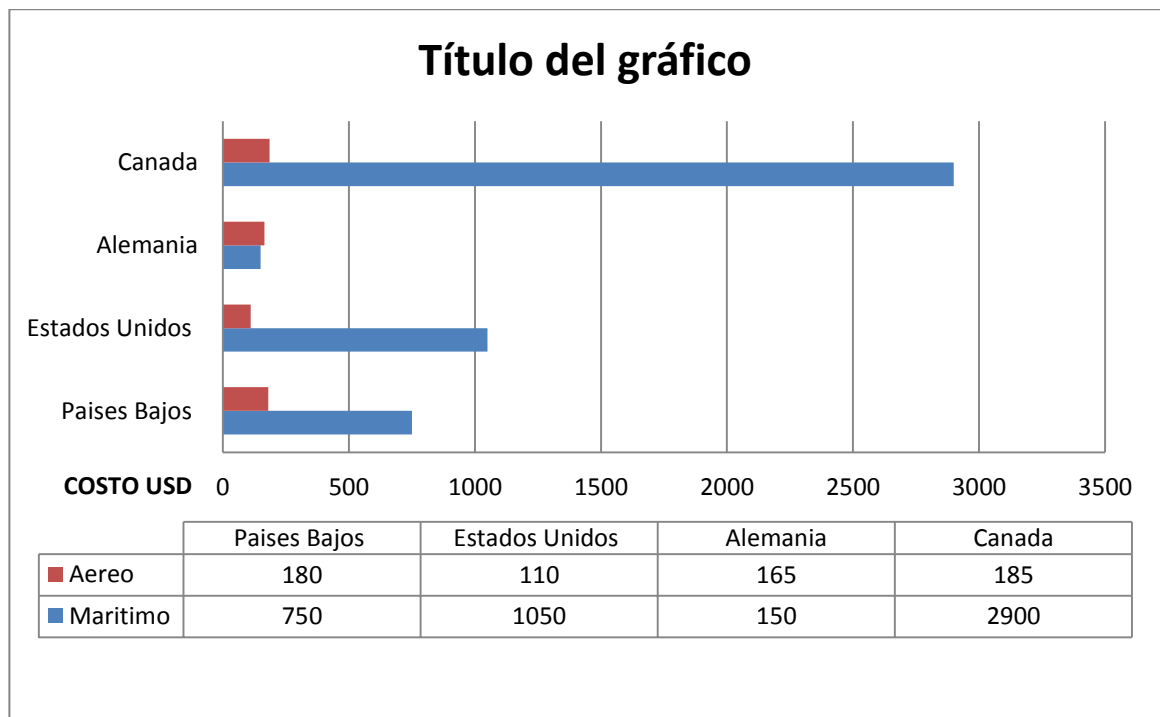


Elaboración propia del autor Fuente: Comtrade

La gestión de investigación para el análisis de la exportación, del cacao nos indica que dentro de los 3 países que más demandan este producto son: Países bajos, Estados Unidos y Alemania. Se averiguo sobre cada uno de estos; países bajos, estados unidos y Canadá; pues Canadá ofrece unas estabildades de comercio buenas, con una alta calidad de implementación de nuevas marcas y emprendimientos que llama la atención para iniciar un plan de negocio y están altamente centrados en el cuidado del medio ambiente, y si se puede resaltar lo que más se cuidara de este proyecto es cada fruto sea orgánico y no maltratando la naturaleza.

Teniendo en cuenta que se debe tener presente el transporte que es clave para la comercialización de cual quiere tipo de mercancía, se presenta este cuadro comparativo para mirar los costos según el tipo de trasporte que se utilizaría.

Tabla 4 Tarifas por Rutas carga general



Elaboración propia del autor Fuente: Datos obtenidos por el portar: Proexport Colombia

Es importante resaltar que en un proyecto de este tipo es fundamental plasmar un análisis de los costos que pueda generar, pero es más importante aún a donde se quiere llegar para empezar una distribución de un nuevo producto en el mercado, con el fin de definir el país de elección se ejecutó un comparativo de costo para la distribución, anteriormente representado.

A si mismo se muestra las siguientes informaciones donde la investigación llevara a seleccionar el país indicado para exportar el cacao:

Tabla 5 Comercio bilateral Países bajos y Colombia 2016

Codigo del producto	Descripcion del producto	Paises bajos Importa desde Colombia		
		Valor 2016 en miles US\$	Participacion en las importaciones de paises bajos , %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Paises Bajos
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostao.	7.679	0	0
1804	Manteca, grasa y aceite de cacao	7515	2	0
1806	Chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao	7	0	0
1803	Pasta de cacao, incl. Desgrasada	1	0	0
1805	Cacao en polvo sin azucar ni otro endulcorante	0	0	0
1802	Cascara, peliculas y demas desechos de cacao	0	0	0

Elaboración propia del autor Fuente: Tomado de Comtrade

Se observa que Colombia no tiene un constante comercio con los Países bajos, y al estar del mismo continente de suiza donde se maneja chocolate de alta calidad, muy

posiblemente no sería muy buen mercado para empezar este proyecto y los costos de exportación serían muy altos.

Mas sin embargo en el diario el colombiano hacen una nota de una reunión con los delegados de relaciones exteriores de países bajos para fortalecer la interacción entre ambos países; para comercializar frutas, ropa interior para mujeres entre otros y revisar la oferta turística e inversión extranjeras con beneficios tributarios y regulatorios. (colprensa, 2018)

Tabla 6 Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y Colombia en 2016

Codigo del producto	Descripcion del producto	Estados Unidos de America Importa desde Colombia		
		Valor 2016 en miles US\$	Participacion en las importaciones de paises bajos , %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Paises Bajos
1806	Chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao	14.843	1	6
1804	Manteca, grasa y aceite de cacao	4.464	1	0
1805	Cacao en polvo sin azucar ni otro endulcorante	1.264	0	0
1803	Pasta de cacao, incl. Desgrasada	898	0	0
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostao.	443	0	0
1802	Cascara, peliculas y demas desechos de cacao	0	0	0

Elaboración propia del autor Fuente: Comtrade 2018

Por otro lado sabemos que Estados Unidos y Colombia manejan un comercio bilateral altamente sostenible, pues entre ambos países, cada día crece más la acogida de productos nuevos que salen al mercado de este lado; del sur América. Pero realmente no se

tan seguro que para iniciar este plan de negocio, Estados Unidos sea el indicado para iniciar, son muchos los estados que se podría iniciar y muchas las clases sociales, culturales y económicas que se ven en un solo lugar. Básicamente no se estaría tan preparado para la demanda que este nos pediría, se necesitaría algo más pequeño, y muy seguramente se perdería clientela al no abarcar la demanda.

Tabla 7 Comercio bilateral entre Canadá y Colombia en 2016

Codigo del producto	Descripcion del producto	Canada Importa desde Colombia		
		Valor 2016 en miles US\$	Participacion en las importaciones de paises bajos , %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Paises Bajos
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostao.	3,421	2	0
1806	Chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao	3,348	0	85
1804	Manteca, grasa y aceite de cacao	892	0	0
1805	Cacao en polvo sin azucar ni otro endulcorante	10	0	0
1803	Pasta de cacao, incl. Desgrasada	1	0	0
1802	Cascara, peliculas y demas desechos de cacao	0	0	0

Elaboración propia del autor Fuente: Comtrade 2018

Canadá cada día le demuestra al mundo lo importante que es manejar una buena negociación con diferentes países, que la inclusión en todos los sentidos; comerciales, comprendiendo las regulaciones arancelarios, migratorios, sexuales y económicos; hacen que un país crezca en riqueza monetaria, socio-económica y en ser admirada.

Con el estudio minuciosamente analizado y sintetizando los factores que intervienen en este nicho de mercado para ver la influencia que tendría en el producto se determinó que Canadá ofrece la estabilidad para iniciar un plan de negocio, determinando los consumidores, costos asociados en el proceso de exportación, alto alcance con medios de comunicación y la aceptación de lo orgánico, natural, y de cuidado en la salud.

Segmentación del mercado objetivo

Tabla 8 *Información País objetivo CANADA*

Capital	Ottawa
Población	36.2886.425
PIB	\$1.769 trillones USD (2017)
Renta per capital	45,032.12 USD (2017)
Tipos de interés	Interés básico es de 1,500 %
Datos geográficos	Gobernador General: Julie Payette
	Primer Ministro: Justin Pierre James
	Capital: Ottawa
	Idiomas: Inglés 58.7%, Francés 22%, Italiano 1.3%, Español 1.3%.
	Población: 36.708.083 (2017)
Pertenece a	G20, G8, FMI, TLCAN, OTAN, OEA, OCDE, ONU, OSCE
Forma de Gobierno	Monarquía parlamentaria Federal
Nivel de Desarrollo	País de renta alta, segundo país más grande del mundo, primer productor mundial de Zinc y uranio, gran importador de productos agrícolas.

Elaboración propia del autor Fuente: Datos obtenidos por el portar: Santander trade portal, 2017 - Índice mundi – globalrates.com – Knoema

Para empezar Canadá tiene acuerdos comerciales multilaterales con varios países del mundo; como: la Unión Europea, Corea, Honduras, Panamá, Perú, AELC, Costa Rica, Chile, Colombia y TLCAN. Como acuerdos de libre comercio como: Alianza del Pacífico, MERCOSUR, Chile, Australia, Perú, Colombia y otros más que no se nombran acá. (SICE, 2017)

Es importante notar que con Colombia tiene como comercio multilateral, también TLC, donde suma al proyecto puntos positivos para la exportación del plan que se realiza en este proyecto.

Siguiendo con el análisis del mercado canadiense y las oportunidades de mercado que tiene con Colombia encontramos esta referencia que nos brinda la DIAN – DANE y el Ministerio de industria y turismo, comparando los meses de septiembre y octubre; y los años 2016 y 2017; la variación es de cantidades notables mostrando que si es posible aumentar la comercialización de productos colombianos a otros países en este caso Canadá; lo que no vemos es que sea productos nuevos, si no productos con los que por lo general socializamos a nivel mundial; como el café, las esmeraldas, petróleo y flores.

Segmentación del mercado

Canadá depende fuertemente de las importaciones para satisfacer las demandas del consumidor, pues es un país que en su mayoría de población son de inmigrantes, este multiculturalismo influye en el gusto de cada consumidor. Siendo un mercado con tratados comerciales y de tasas arancelarias realmente bajas otorgan ventajas competitivas.

Al planificar la entrada para el comercio en Canadá es importantísimo tener en cuenta las distintas maneras de manejar un negocio, con los canadienses pues así no lo parezcan; son altamente exigentes con las negociación que están próximos a realizar; como el cumplimiento de entregas y la calidad del servicio; la información que se puede brindar al futuro comprador; este tanto en inglés como en francés; entrar directamente al punto para negociar el producto, claro está teniendo intervalos para hablar de otros temas, los datos sobre a información que se esté brindando le da seguridad al futuro comprador de lo que está adquiriendo, los contratos son muy exactos así que se debe tener claro cada punto del que se está tratando. (servicios, 2014)

Análisis de consumo

Tabla 9 Distribución por edad

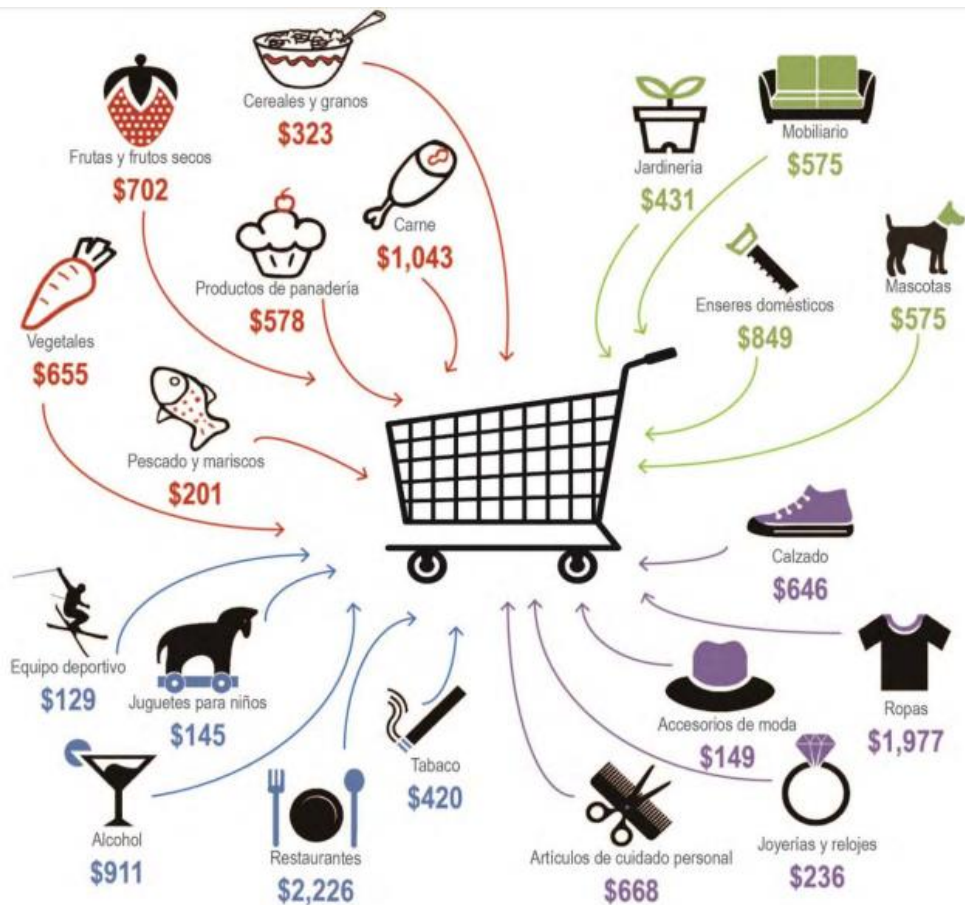
0- 14 años	15,44 %
15 – 24 años	12,12 %
25 – 54 años	40,32 %
55 – 64 años	13,94 %

Elaboración propia del autor Fuente: (Mundi, 2017)

El proyecto está clasificado para el consumo de todo tipo de edades, el anterior cuadro nos muestra que la mayor población está entre los 25 a 54 años, teniendo en cuenta así, que para emerger en este mercado es indispensable analizar, como el mercado debe ser en su gran mayoría dirigido para este porcentaje de plaza.

A continuación se muestra una ilustración de compras para los ciudadanos Canadienses en lo que más gastan su dinero y en lo que menos, es importante para tener en cuenta para realizar un proyecto de emprendimiento o detallar de qué manera se hace una inversión si de un plan de vivir en este país se trata.

Ilustración 1 lista de compra canadiense promedio (gasto del hogar promedio)



Fuente: Cansim, 2013

Es cierto que Canadá es uno de los países con más seguridad laboral, económica, política y con grandes beneficios subsidiados, pues así mismo se va en impuestos, muchos canadiense e inmigrantes quieren servicios de alta calidad y gratis; pues deben pagar

atribuidos altos, para obtener los beneficios anteriormente nombrados; al tener esto presente; se registra de manera positiva la manera en que Canadá tiene un “OPENDOOR” para nuevos proyectos de emprendimiento o como lo llamamos plan de negocios; pero es importante saber que para llegar a este mercado las estrategias deben estar en cómo se promociona el producto y un buen precio, que sostenga la economía del negocio; y que se pueda comprar para todo tipo de cliente. (rey, 2017)

Características del país origen y país objetivo

País Objetivo – Canadá

Canadá es un país de industria de alta tecnología, telecomunicaciones, agricultura, energía, construcción de vehículo se innovación. Es un país que está de moda, envidiable dentro de su estructura arquitectónica, sus festivales de música, comida; siendo reconocido a nivel mundial; aprovechando cada espacio territorial que tienen y dejándole claro al mundo la belleza de sus montañas y costas, ofreciendo numerosos recursos naturales cuidando de ellos como parte fundamental de sus residentes y visitantes.

Después de tener problemas económicos entre los años 80 y 90, y casi categorizarse por un país tercermundista; se centraron en la idea; antes de gastar era importante invertir, en comercio y nuevas empresas, de esta manera el crecimiento ha sido de manera fuerte y rápida, convirtiéndose en la 7 economía libre, siendo además el país que más emigrantes tiene en su territorio, abriendo oportunidades de desarrollo de comercio entre sus provincias, generando empoderamiento de la mujer, incremento de gasto militar y tecnológico.

País origen – Colombia

Colombia está ubicada al noroccidente de América del sur es rico en muchas formas étnicas y regionales que con llevan practicas regionales siendo pluricultural y multilingüe.

La diversidad climática y de paisajes es gracias a la existencia de regiones numerosas y siendo espacio abierto para una biodiversidad de muchos tipos de especies únicas en el mundo.

Pero como es positivo el punto negativo está en los impactos al medio ambiente por la sobre explotación de los recursos.

Dentro de la nación los 32 departamentos son dirigidos por gobernantes y los 1123 municipios por alcaldes dividido por las tres ramas del poder público: legislativa, ejecutiva y judicial.

La equidad regional como poblacional es un reto para la sociedad es un reto para la sociedad y el estado.

Reconocido de mala manera como el país de la coca, la guerrilla y una guerra infinita, la historia no ha dejado buenos comentarios del país a través de los años; sin embargó en los últimos años y modernizándose se ha creado otra perspectiva del país, con atletas de alta categoría, cantante internacionalmente reconocidos, exportaciones de calidad como el café y las flores, estar situada en medio del océano pacifico y caribe hace que su diversidad en flora y fauna sea única en el mundo. Ahora hace parte importante en una guía turística para pasar unas buenas vacaciones. (desarrollo, 2018)

Competidores y propuestas de valor

La tendencia de una alimentación saludable es un hábito que cada vez obtiene más fuerza, y si es un alimento natural aún más, el cacao es un producto con alta demanda a nivel mundial y por lo general es un producto utilizado para confitería y chocolatería, por eso cada vez vemos más personas emprendedoras con este fruto y apostar a los cultivos seguros y libres de transgénicos o químicos que están afectando a la salud, en el mercado podemos encontrar varios productos con este fruto pero a continuación mostramos los que han alcanzado un buen proceso y tiene un muy buen mercado y posicionamiento.

Encontramos estas dos empresas en Colombia potencialmente atractivas para incursionar en el mercado internacional, serían para el proyecto la competencia directa desde el país.

EQUIORI es una empresa construida en el 2012 por una pareja de emprendedores suizos que decidieron empezar con un proyecto de cacao 100 % colombiano, se enamoraron de la fauna y su gente trabajadora, garantizan en su producto el pago justo de este proceso de la tierra para tener el cacao y sin ninguna intervención de terceros los compran; y lo que es más importante con la seguridad de ser un producto orgánico de tipo exportación.

A medida de su crecimiento como empresa de exportación manejan distribuciones de diferentes maneras, tiendas locales en el país en tiendas orgánicas y restaurantes vegetarianos.

LOK Premium Chocolate, son una comercializadora de alimentos gourmet de chocolate derivados de la mezcla de cacao de finos aromas y Premium de Colombia, reconocida por la alta calidad de sus productos e innovación en su portafolio, apoyando los programas de agricultura sostenible; y dando un servicio excepcional con un equipo altamente capacitado con una membresía del FINE CHOCOLATE INDUSTRY ASSOCIATION (FCIA) una organización enfocada a promover los artesanos y profesionales.

Por otra parte estas son las empresas en Canadá que serían la competencia para el proyecto.

NATRA, es una multinacional líder en Europa por especializarse en productos de chocolate, para diferentes marcas privadas, y derivados del cacao con expansión en América del Norte y China, cuenta con centros especializados en España, Bélgica y Canadá. Como elemento agregado NATRA tiene una participación mayoritaria en la multinacional española NUTRACEUTICA que se especializa en suplementos nutricionales.

CAMBRIAN, siendo una red de suministro global, buscan constantemente productos nuevos e innovadores orientados para las soluciones de sus clientes. Su objetivo es asociarse con productores de ingredientes y productos químicos de primera clase, ayudado a sus clientes optimizar la cartera de ventas.

Manejan industrias como: ingredientes de salud, industrial, papel, cuidado personal, petróleo, alimentación animal y comida que dentro de este se enfocan en la tendencia emergente en el mercado orgánico, libre de gluten y sin preservativos o que mejoren parámetros nutricionales.

Propuestas de valor

Una bebida reconfortante en todo lugar a toda hora; crear una experiencia con el consumo de cacao sin sabores artificiales, solo naturales que representan a Colombia; logrando obtener un trato personalizado con el gusto del cliente vía on line; sin necesidad de salir de casa; desde que sale de Colombia hasta que llega a casa.

El proyecto se basa en un modelo de plan de negocio con el cacao en polvo orgánico y colombiano, que pueda ser usado por todo tipo de persona; sin necesidad de agregarle químicos para obtener un agradable sabor; más bien puede ser añadido un sabor a dos frutas dulces y representativas en Colombia (mango y maracuyá) obteniendo un punto a favor para el consumo por personas diabéticas, por medio de las plataformas digitales, se obtiene información del cliente para obtener la mejor compra del producto y satisfacción por parte del consumidor y llega a casa sin necesidad de salir de ella; con un simple jalón de empaque está listo para consumo.

Análisis de Mercado Objetivo

Análisis PESTEL

Este análisis es un instrumento adecuado para planificar las estrategias y definir en qué contexto se pueda manejar la empresa, plan de negocio o compañía; según sea el proyecto a analizar; en este caso un plan de negocio, donde el producto será exportado a un mercado, con diferencias con el país exportador, con esta observación será más adecuado explorar los factores externos y detallar la mejor manera de como operar y hacerla funcionar con estrategias adecuadas de marketing.

Ilustración 2 Análisis PESTEL

Político

Su forma de gobierno es una monarquía parlamentaria federal con el poder ejecutivo de la Reina Isabel II como jefa de estado y esta nombra un gobernador general, este un primer ministro con su consejo, teniendo una libertad política estable para la evolución como país. Confían en el sistema público en las leyes de su nación y en las autoridades para cumplir las normas sociales; dentro de ellas el nivel de corrupción, donde Canadá se ubica en el 8 país con menos corrupción en el mundo.

Económico

Los expertos en economía aseguran que Canadá ha tenido tradicionalmente una de las economías más estables, esto gracias a un mercado financiero regulado y no apalancado, la inflación en general está en un 2,8% en comparación con Colombia que está en 1,6%. Tiene una valoración en la tasa de consumo del IPC 0,6% y un crecimiento económico del 1,47 estableciendo una estabilidad económica del 1,24 haciéndola interesante en la creación de negocios

Socio- culturales

La educación es mayormente pública y responsabilidad de los gobiernos, genera diferencias entre provincias pero es algo tan importante para los canadienses, mantienen altos niveles de calidad dando como resultado unos de los mejores del mundo OCDE habla sobre la calidad de vida en este país donde expone las medidas de bienestar, siendo satisfechos con sus vidas

Tecnológico

La tecnología es lo que mueve más al país, pues dentro de sus gastos diarios, el dedicar tiempo en ver recomendaciones para la compra de un producto y así estar satisfecho con lo que se va a comprar, por este motivo las aplicaciones móviles son la mayor utilidad para acceder al mercado canadiense y tener una mayor acogida.

Ecológico

La ley canadiense de la evolución ambiental, habla de proteger el medio ambiente contra los efectos de las actividades humanas adversas, de la mano de los indígenas. La energía y su regulación son dependientes de cada provincia para el desarrollo, conservación y manejo de emplazamientos e instalaciones.
El consejo nacional de energía otorga certificados de construcción y operación para el transporte de petróleo, gas y sus derivados
El Natural Resources De Canadá (NRCan) es el responsable de los recursos naturales, minerales y metales.

Legal

Las negociaciones deben apoyarse en datos y hechos, conversaciones objetivas con un ambiente cálido pero serio, aunque estén acostumbrados a que sus productos sean extranjeros, estos deben ser A1, en presentación, altos niveles sanitarios y si es posible todo vía web; donde vean que están comprando y consumiendo. Toda mercancía que entra a Canadá debe ser declarada ante la oficina de aduanas canadienses, certificando que el producto que se esté exportando lleve LAA, descripción del producto, proceso de fabricación y de su uso final; con etiquetado bilingüe, empaque de acuerdo al producto mostrando al comprador lo que está adquiriendo.

Es importante tener en cuenta la información que **PESTEL** nos arroja para evitar una equivocación en cuanto a estos aspectos a la hora de realizar la exportación y comercialización del producto en cuestión.

Análisis DOFA

Siendo un proceso de investigación para cumplir objetivos y un método de planificación que debería usar todo aquel que desea tener una apertura para un proyecto empresarial complementa de una forma como herramienta para alcanzar las metas de dicha emprendimiento.

Ilustración 3 Análisis DOFA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Producto de gusto para todo el público. • Preparación de emprendimiento. • Pioneros en el mercado diabético, sin elementos, sintéticos y químicos. • Operarios 100% agricultores y desplazados. 	<ul style="list-style-type: none"> • No todo el público le gusta el sabor del cacao. • Rendimiento de producción no sea, el que se solicita. • Las personas diabéticas muchas veces no consumen productos que no estén avalados por una entidad de salud.

	<ul style="list-style-type: none"> • Los proveedores no quieren acceder a la venta de cacao, por ser poco pedido.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad del gobierno para fomentar la inversión. • Nuevas filosofías empresariales para un bienestar. • Disponibilidad de innovación. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importaciones legales para la producción y exportación. • Conflictos en terreno donde se compra cacao. • Limitaciones económicas • Desconocimiento del producto generando pocas compras.

Elaboración propia del autor

Análisis de Mckinsey

Este modelo organizacional nos deja ver factores internos, positivos y negativos para el proceso de emprendimiento que estamos realizando; siendo siete los factores donde son un lineamiento completo y que sin uno, ninguno funciona, básicamente la clave de éxito es el equilibrio de los siguientes factores:

STRATEGY.(Estrategia), el cacao es un fruto que se da naturalmente, donde tenemos claro que no siempre lo vamos a tener pues, el medio ambiente y su deterioro no da signos de vida por mucho tiempo sin embargo, parte fundamental de este proyecto es manejarlo de manera segura y responsable; las ventajas que presentamos es que Colombia es un país con alta calidad de este fruto y estamos explorando nuevos terrenos para plantas más, y así tener reservas para un futuro inesperado de agotamiento de este, por último teniendo en cuenta que el producto será entregado de una manera más ahorrativa

como es en polvo, un solo fruto de cacao nos ayudaría en el rendimiento de este mismo; no dejando atrás ni menos importante que ante todo, la calidad y su valor agregado; un sabor que genere recordamiento, y apto para el público diabético.

STRUCTURE. (Estructura), teniendo en cuenta que es un proyecto de emprendimiento que está empezando el personal es poco, pues las actividades con que se empezaría, son la compra del fruto (cacao) que este 100 % certificado que su producción haya sido orgánica, la responsabilidad del personal en cuanto a su proceso de volverlo polvo, agregar el saborizante para su consumo y concluir el proceso con el empaque terminando con una coordinación de este proceso y poder ser exportado.

SKILLS. (Habilidades), es interesante como poco a poco el plan entra en un ambiente de realización a largo o mediano plazo, pero las estrategias para hacerlo tienen que ser y estar claras para materializar el proyecto, ser un producto orgánico, que sea de consumo rápido y pueda ser para personas diabéticas son las estrategias claras.

SHARED VALUES. (Valores Compartidos), la misión de este proyecto es poder incorporar a personas que están en el territorio donde se siembre el producto y poder ayudar a cada una de ellas, que han estado dentro de un conflicto armado, y quieran salir adelante sin dejar sus hogares. Tener seguridad de un trabajo sin tener que entrar en negocios ilícitos y que puedan ayudarnos en el emprendimiento de este proyecto.

SYSTEMS. (Sistemas), para el desarrollo de este proyecto es importante tener claro los procesos que se utilizan para tener un producto de alta calidad, desde la compra del fruto (cacao) hasta la venta de este en Canadá; la compra del cacao, se quiere hacer dentro de las zonas agrícolas con más necesidad en cuanto ayuda de los agricultores que han

sufrido por la guerra, y siembra de coca; al tener el fruto pasa a el proceso para convertirlo en polvo y agregar el endulzante especial para las personas diabéticas y ser valorado de que tenga el sabor que se requiere para seguir con el proceso; se debe tener en claro que hasta este punto de la cadena de producción se debe capacitar a cada uno de los trabajadores para que el producto tenga el menor tiempo en espera para que conserve su aroma y sabor intacto; la maquinaria es importante pero que sea hecho 100% por manos artesanas es algo que se quiere tener siempre dentro de la producción, el sistema de ventas por medio de E-commerce, teniendo en cuenta que ahora las redes sociales son las que evolucionan un producto y llegar al cliente con la garantía de que el producto, tendrá el sabor prometido sin tener que ver con el tiempo de exportación de este.

STYLE. (Estilo), este plan de emprendimiento principalmente se basa en dar opciones de alimentación sana a personas tanto como diabéticas como las que no lo son, pero también es un plan de ayuda a todas aquellas personas agriculturas, que desean salir adelante con nuevos productos para exportar; por eso en este proceso más que un negocio de hacer lo que se diga, es de escuchar ideas para la mejora, de ayudar aquellos que lo necesitan y mejorar cada día en calidad de producto y principio que ante todos nuestros colaboradores son quienes ayudan a crecer este proyecto.

STAFF.(Personal), la clave de todo buen negocio es el personal que se maneje, por eso es muy importante las personas que van a estar dentro de este proyecto, y es muy importante que sepan del tema pero que también tengan la dedicación, empeño y satisfacción de empezar de cero, pues el crecimiento del emprendimiento es lento pero seguro; dentro de este personal, la formación seria el elemento 1 para que tengamos la reali-

zación de un producto sano y de calidad, siendo evaluada en el exterior y teniendo una retribución positiva en todos aquellos que participarían en este proyecto.

Plan de Marketing

Producto

Tabla 10 Ficha técnica cacao orgánico x 100 gramos

Elemento	Unidad	Cantidad
Energía	k.cal	228
Carbohidratos	g.	57.9
Grasa	g.	13.7
Proteína	g.	19.6
Agua	g.	3.0
Calcio	Mg.	128
Hierro	Mg.	13.86
Magnesio	Mg.	499
Fosforo	Mg.	734
Magnesio	Mg.	3.83
Potasio	Mg.	1.524
Sodio	Mg.	21
Sacarosa	Mg.	6.81
Descripción física del producto	<p>El cacao en polvo ha sido industrializado y pacificado para el uso comercial (alimento). Polvo seco de color café oscuro con el sabor característico del cacao. Endulzado con sacarosa que lo hace especial para consumo de personas diabéticas.</p>	
Estado materia pri-	Líquido	Polvo



ma	Solido	
	Gaseoso	
Características físicas de la materia prima y/o insumo	Apariencia	En polvo
	Color	Café
	Olor	Característico
	Sabor	Amargo / Acido
	P.H	5.3 – 5.9
	Textura	Polvo fino homogéneo
Vida útil	6 meses empaque abierto	1 año empaque cerrado

Elaboración propia del autor

Promoción y comunicación

La promoción y comunicación que se debe manejar principalmente por las herramientas que nos genere Canadá; esto referente a los permisos y las líneas de sensibilidad que se deban respetar; como marca mostrar el origen del producto en español es una base y cultura del producto que no se puede perder, pero teniendo claro que a donde se dirige el producto oficialmente los idiomas son inglés y francés, la marca maneja los 3 idiomas.

Teniendo en cuenta que no es solo la calidad de este, si no como el cliente se sienta familiarizado con él y vuelva la compra algo constante para tener en su diario vivir.

Para finalizar con instrumentos nuevos que son claves para generar interés en los diferentes formatos (App de Smartphone, televisión, internet)

La comunicación es el sentimiento que se funda con el cliente para dar una información con un propósito verbal o no verbal y estar atentos a una reacción. por esta razón

cada una de las promociones debe mostrar el origen y razón de la creación del cacao en polvo y gracias a este generar nuevos mensajes, y así obtener el flujo esperado y crear “ruido” por medio del factor externo que influenciaría en el crecimiento de la compra o conocimiento pero sin sobrecargar la transmisión.

Pensando en la entrada a un nuevo mercado que es potencialmente activo, para asociarse con productos de alimentación; es indispensable el reconocimiento, la relación directa y afectiva para crear preferencias convicciones y acciones. Los incentivos juegan un papel importante en este proceso y es que ayudan a la compra del producto, las muestras gratis, cupones, descuentos entre otros; sumando claro esta las técnicas que son destinadas a gestionar un punto de ventana para obtener una rotación.

Crear de manera segura y con un mensaje adecuado para trazar una balanza debe ser el inicio para el aumento de investigación en cuanto a lo que se consume para una dieta alimenticia.

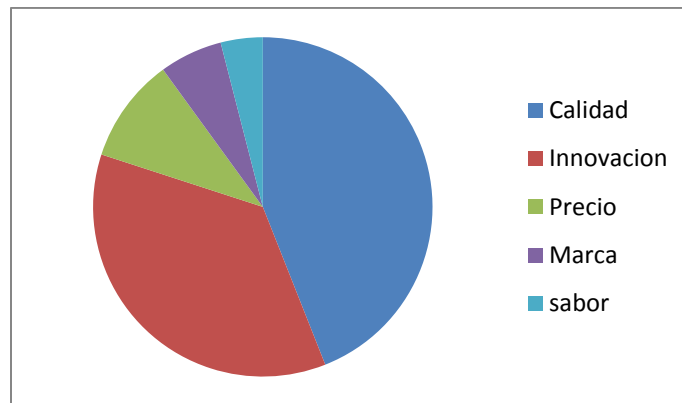
Los atributos que pueda tener un nuevo producto son altamente necesarios para el posicionamiento y pedido de este. Por esta razón se realizó una breve encuesta entre algunas personas con la siguiente pregunta: ¿a la hora de comprar artículos de consumo alimenticio, para una bebida, sea caliente o fría realizada con un producto como el cacao, usted que es en lo primero en que se fijaría?

Los estándares basados en un rango de 1 a 5; siendo 5 el más importante y el 1 menos importante fueron:

- Precio
- Calidad
- Innovación
- Marca
- Sabor

Fueron 50 personas encuestadas donde: 22 decidieron que la calidad es lo primero que se fijan, 18 en innovación, 5 en precio, 3 marca y 2 sabores.

Tabla 11 Estándares para la Evaluación de compra



Fuente: autor de proyecto, con ayuda de encuesta realizada en la ciudad de Bogotá.

Para muchos de las personas encuestadas es más importante la calidad y la innovación pues es lo que llama la atención y cuando es un producto que se dirige al exterior.

Plan de posicionamiento

Se busca como marca tender las necesidades y la demanda de nuestro producto Premium en el mercado canadiense, teniendo en cuenta que el cacao es un producto de masivo consumo a nivel mundial y también incorporado la diabetes y a quienes la padecen para que también sean consumidores del producto.

La promoción sería así:

Ofrecer un producto de primera calidad en el sector consumo y salud.

La promoción de una imagen de marca de su sector.

Publicidad en medios audiovisuales y redes sociales.

Tabla 12 tabla de acción para la promoción

Objetivo	Plan de trabajo
Destacar la marca ante la posible competencia	Adquirir materia prima de primer nivel para competir con claridad.
Competir en el mercado canadiense con un producto excelente y de primera calidad	Promocionar el producto en ferias de salud y redes sociales
Campañas promocionales en el sector alimenticio y complementarios de salud	Enfoque en calidad y precios
Incorporar en el mercado internacional y generar empleo a nivel nacional	Compromiso con la diabetes y quienes la padecen

Elaboración propia del autor

¿Que permite?

Definir la estrategia competitiva y comparar los posibles productos similares para ofrecer originalidad y calidad.

Resolver necesidades con un producto diferente y que le cliente muestre plena satisfacción con lo ofrecido.

Crear una propuesta única con relación costo-beneficio y así generar un producto sostenible.

Elegir un concepto publicitario competitivo.

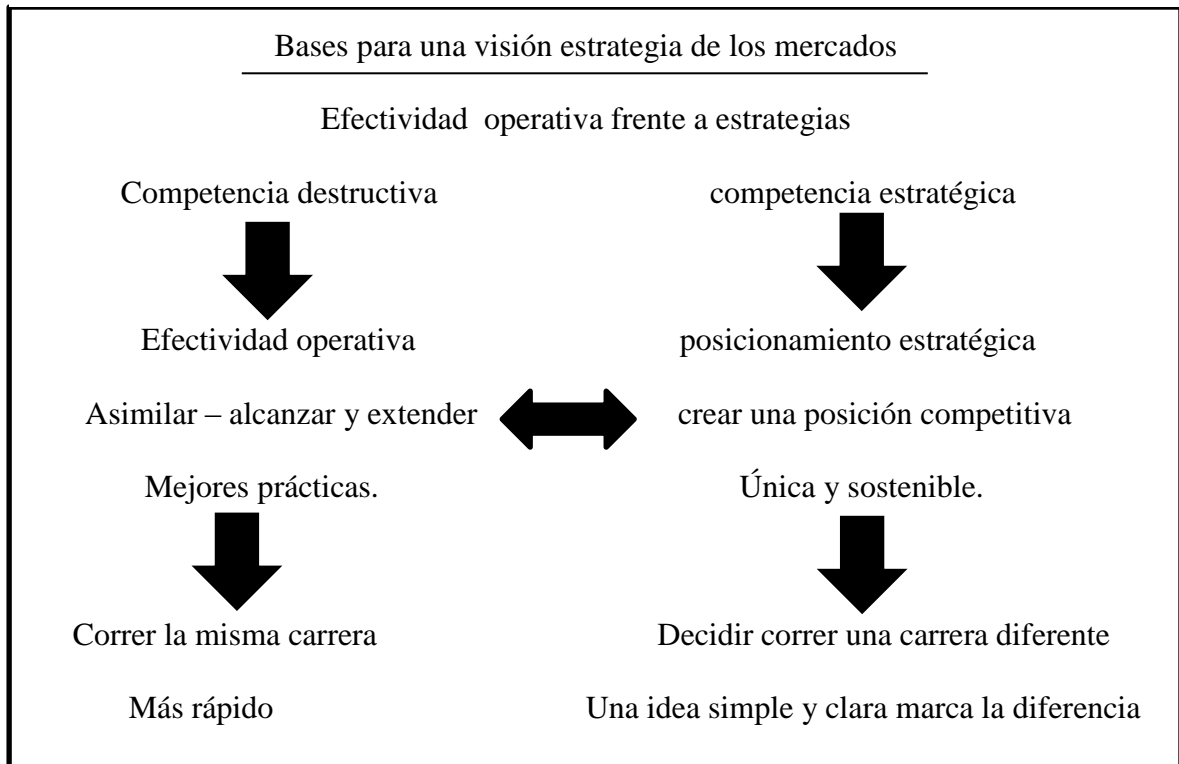
Seleccionar palabras claves que identifiquen la marca.

Objetivos a corto plazo

Contar con una estrategia de comunicación coherente con un posicionamiento competitivo distinto, el desarrollo de políticas de posicionamiento y marca en los mercados exteriores, que sean sostenibles y acordes con los objetivos estratégicos de la empresa.

Ofrecer una propuesta única de valor, un posicionamiento: determinante, autentico, auto eficiente, único.

Ilustración 4 Bases para visión estratégica



Fuente: investigación del autor del proyecto

El objetivo principal

- Ver donde los demás no ven
- Anticipar tendencias
- Gestionar e innovar
- Adaptarse en la era de la globalización
- Aprender a competir de manera diferente con un producto diferente

Plan operativo y logístico

Cadena de abastecimiento

Las actividades relacionadas con la transformación del cacao para convertirse en el producto a vender, está ligada con la logística, desarrollo, comunicación, calidad, tiempo, factores dinámicos, calidad, responsabilidad social y tecnología

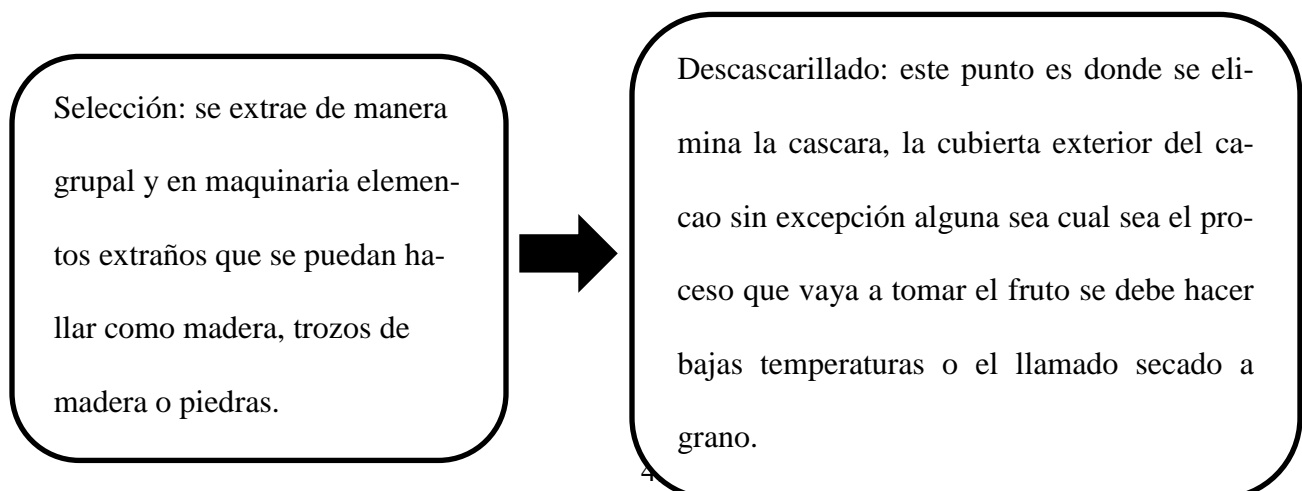
Proveedores: de manera rigurosa y elemento fundamental del desarrollo del proyecto es buscar que el cacao sea 100% orgánico y que cada uno de los cacaos cultores trabaje con la responsabilidad social y cuidado del medio ambiente.

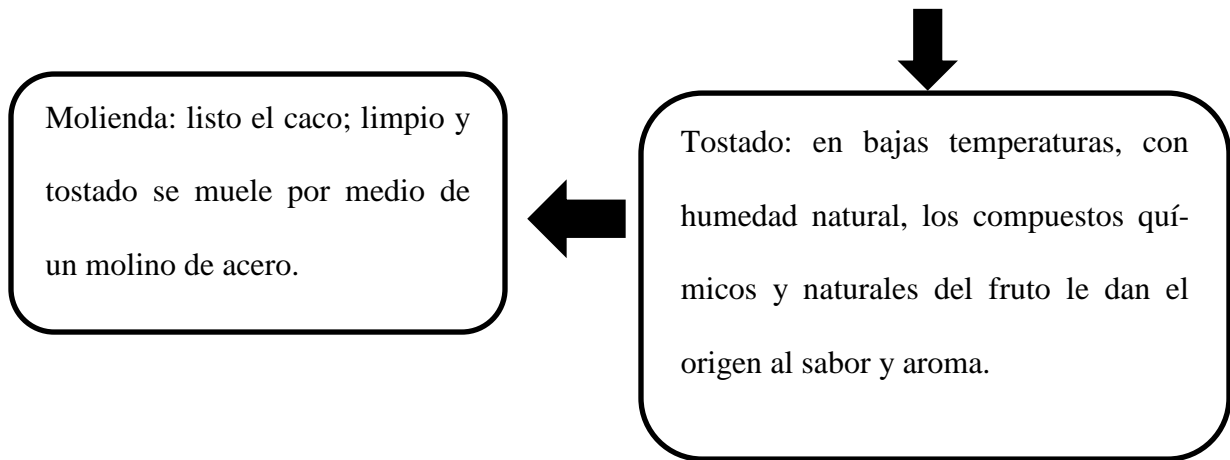
Fabricantes: para hacer el proceso de este cambio de grano a polvo se debe ejecutar de la siguiente manera:

Proceso de transformación del Cacao.

Cuando el fruto alcanza la madurez completa se caracteriza por el cambio a un color verde, amarillo o rojizo; los niveles de productividad dependen de la diversidad y las condiciones del cultivo. Estando listas las cosechas, en el mismo campo es extraída la pulpa para el proceso de:

Ilustración 5 flujograma del proceso de transformación del cacao





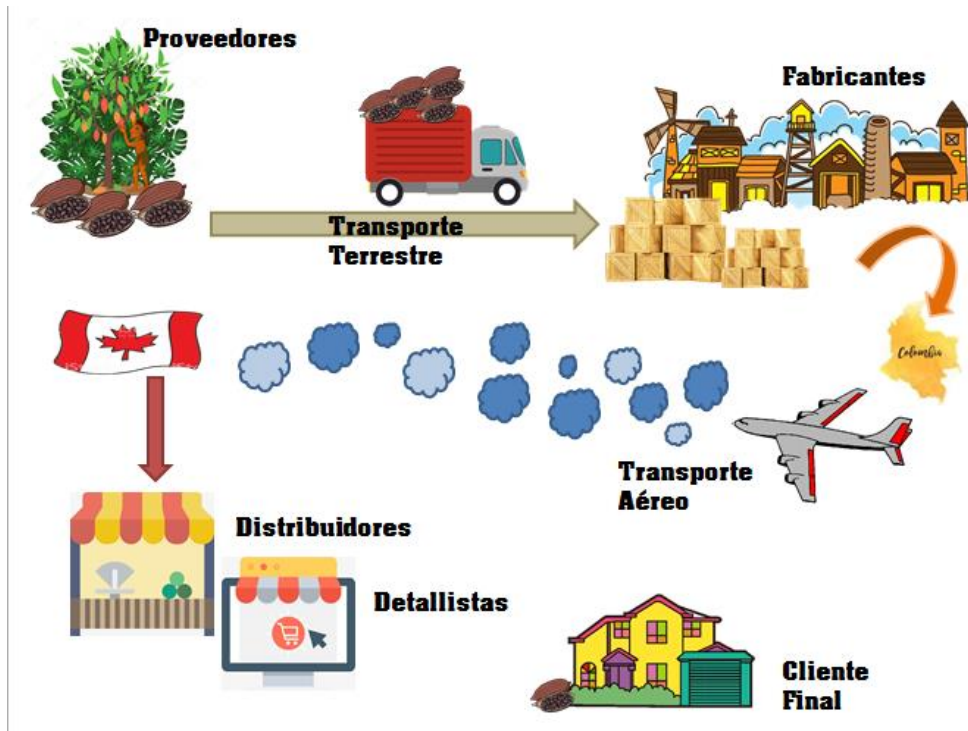
Fuente: catálogo de maquinaria para proceso de cacao. (tecnico, 2013)

Transportistas: teniendo en cuenta que este producto es en polvo y de una manera fácil y útil se puede transportar se agruparan en cajas apilables que conserven el producto con el sabor esperado y producido en fábrica.

Distribuidores: llegar a tener una gran compra por supermercados como Wal-Mart sería un gran comienzo para el proyecto, pero este establece que el producto debe ser para todo tipo de clientes; por esta razón se distribuiría de manera más detallada y personal

Detallista: siendo este el método para ingresar al público canadiense, integrando las plataformas virtuales como principal distribuidor y como se hablaba en la promoción las islas y lugares independientes hacen parte importante de este paso.

Ilustración 6 Cadena de Abastecimiento



Fuente: Autor del proyecto

Proveedores

PROCOLCACAO es una empresa dedicada a la comercialización de cacao orgánico en diferentes presentaciones que puede dar el cacao, constituyéndose en Bogotá en el año 2011 con el propósito de cambiar la realidad que viven muchas familias y así dar la calidad que exige la internacionalización de este producto. Integrando procesos de producción especializados en la calidad con responsabilidad social reconocen a productores cumpliendo con un programa de formación y capacitación. (procolcacao, 2017)

TECNACOL es una empresa construida en 1999 que trabaja en la producción y comercialización de productos naturales tales como frutas naturales, deshidratados por atomización, liofilización y deshidratación por aire caliente. Compuesto por una lista de clientes de pequeñas medianas y grandes empresas; certificados en ISO 9001V2008 y HACCP (tecnacol, 2018)

El gobierno colombiano exige a los entes reguladores vigilar por la seguridad de los productos que se venden en este caso es el Ministerio de Salud y Protección; manejan cierta documentación obligatoria para poder sacar al mercado un producto, estos son:

Tabla 13 Estándares para exportación

<i>Ente regulador</i>	<i>Identificación</i>	<i>Que vigila</i>
<i>INVIMA</i>	<i>Instituto nacional de vigilancia de Medicamentos y Alimentos</i>	<i>Producción, procedimiento, importación y exportación de alimentos.</i>
<i>AUTORIDAD SANITARIA A NIVEL NACIONAL</i>	<i>Entidades territoriales de salud</i>	<i>Transporte, distribución y comercialización de alimentos</i>
<i>INS (instituto nacional de Salud)</i>	<i>Autoridad científico técnica nacional</i>	<i>Autoridad de vigilancia en salud publica</i>
<i>RUT (registro único tributario)</i>	<i>Mecanismo para identificar, ubicar y clasificar.</i>	<i>Obligaciones administrativas para la DIAN.</i>

Fuente: Ministerio de Salud y protección (Salud, 2017) (en Colombia)

✓ Subpartida arancelaria Cacao 1805 – 1806

Tabla 14 Clasificación de Subpartida Arancelaria

<i>Nivel de Nomenclatura</i>	<i>Código nomenclatura</i>	<i>Descripción</i>	<i>Unidad Física</i>	<i>Medidas</i>
ARIAN	1805.00.00.00	<i>Cacao y sus preparaciones Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante</i>	<i>Kilogramo</i>	<i>*Índice alfabético Arancelario *Documento soporte *Descripciones de mercancía</i>
ARIAN	1806.10.00.00	<i>Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante</i>	<i>Kilogramo</i>	<i>*Índice alfabético Arancelario *Documento soporte *Descripciones de mercancía</i>

Fuente: DIAN - (DIAN , 2017)

- ✓ Solicitud de Determinación de Origen: Declaración juramentada, este es solo si el comprador en el exterior lo exige con certificado de origen.
- ✓ Vistos buenos: ante cual quiere proceso es importante revisar si para la exportación del Cacao solicitan autorizaciones tramitados ante una declaración de exportación (DEX) ante la DIAN.
- ✓ Procedimiento para despacho Incoterms

Haciendo un análisis comprometido para entender cuál sería el mejor método, era importante aclarar que de la forma en que se va a entregar el producto; no es a un solo lugar con un solo proveedor; más bien es un método de pedido para el cliente, de esta manera se manejar de mejor manera con un agente externo para la salida y llegada. Mas sin embargo dentro del observación los seleccionados para ajustarse a la mercancía serian:

Ilustración 7 Incoterms

Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos de manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos de manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI
 ■ Vendedor ■ Comprador ■ Vendedor / Comprador

Fuente: (Tree logistics , 2018)

CPT: Costo, seguro y flete a cargo del vendedor

CIP: seguro y flete hasta el lugar destino por el vendedor

DAT: entregado hasta terminal determinado para la mercancía

Canadá es muy exigente con los productos que importa, para el país es importante llevar un control de los productos que la población consume; normalmente este es por medio de un agente aduanero o el mismo importador; para la autorización de este ingreso se necesita:

- ✓ Conocimiento de embarque o carta de transporte aéreo
- ✓ Factura Pro- forma
- ✓ Factura comercial
- ✓ Certificado de Origen
- ✓ Lista de embalaje

- ✓ Certificado de inspección sanitaria o de otro tipo exigidas para ciertos tipo de productos
- ✓ Permisos emitidos por el gobierno exportador

Transporte

Al hacer el transporte de mercancía orgánica y natural, que no lleva químicos para que se conserve en una cantidad de tiempo prolongada es importante que el tiempo que se maneja en su distribución, sea segura y buena.

El plan de negocio, basa su proceso de distribución por medio aéreo de país a país, en este caso se tiene una serie de opciones que son las adecuadas para un buen transporte.

Ilustración 8 Reporte de Rutas de Transporte Aéreo

Comercializador	Aerolínea	Punto de embarque	Punto de desembarque	Conexiones	Frecuencias	# de vuelos	equipo	clase
Air cargo reps	Air Canada	Bogotá	Vancouver	Toronto-Canadá	Ma-Ju-Sa	1	B767	P
Centurión Air cargo Colombia	Centurión	Bogotá	Vancouver	Miami – Estados Unidos	Ma-Mi-Ju-Vi- Sa- Do	2	DC 10-30	F
FedEx		Bogotá	Vancouver	Memphis – Estados Unidos	Mi- Sa- Do	1	A 310	F
United Airlines		Bogotá	Vancouver	Houston- Estados Unidos	Lu-Ma-Mi-Ju-Vi-Sa-Do	1	B 737	P

Elaboración propia del autor Fuente: Procolombia

Selección medio y términos de negociación

Frecuentemente la operación de compra y venta internacional se dan en diferentes maneras, llegando a un acuerdo común para ambas partes evitando mal entendidos que generan pleitos perdidas de dinero y tiempo; Por eso es necesario, desde un iniciación saber cómo exportar y en qué términos.

El proyecto, quiere evitar costos innecesarios o pedidos del producto para quedarse en una estantería por falta de compra que es un riesgo que entra dentro de un proceso de exportación, claro que esta que la divulgación que se generara es por medio web (redes sociales) que es donde notamos más movimiento ahora para productos nuevos.

El medio que se selecciono es por vía aérea, que da un transcurso de entrega más rápido por ser mercancía a bajo pedido pero con estándares de cantidad grande pero personal, como vendedor las obligaciones según los INCOTERMS (Bussines , 2017) seleccionados anteriormente son:

Tabla 15 términos de los Incoterms seleccionados

CPT – VENDEDOR	CPT – COMPRADOR
<ul style="list-style-type: none"> • Entregar la mercadería y los documentos necesarios • Empaque y embalaje • Flete (de fábrica al lugar de exportación) • Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) • Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes) • Flete (de lugar de exportación al lugar de importación) • Gastos de importación (maniobras, 	<ul style="list-style-type: none"> • Pago de la mercadería • Flete y Seguro (lugar de importación a casa) • Demoras

almacenaje, agentes) "Parcial"	
<p>CIT – VENDEDOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entregar la mercadería y los documentos necesarios • Empaque y embalaje • Flete (de fábrica al lugar de exportación) • Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos) • Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes) • Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación) • Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial" 	<p>CIT – COMPRADOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago de la mercadería • Flete y Seguro (lugar de importación a casa) • Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial" • Demoras

Elaboración propia del autor Fuente: Businesscol.com

Las Formas de pago (Instituto nacional del emprendedor) son uno de los aspectos más importantes en estas operaciones, existen varias formas de recibir este pago, dentro de este proceso de negociación CACAOTE ofrecerá las siguientes opciones:

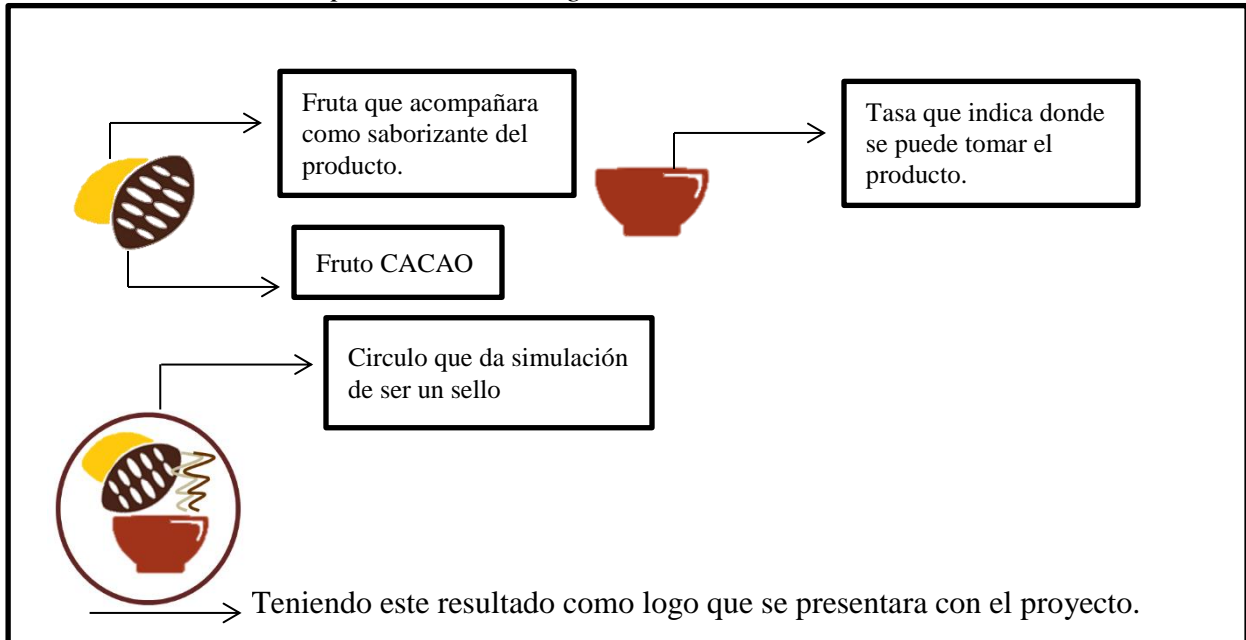
- Giro bancario: se emplea para personas o empresa, es de fácil aceptación pero es importante inspeccionar si el banco tiene acuerdos con los bancos a donde llegara el deposito
- Orden de pago: es una transferencia de recursos entre cuentas, cubriendo los gastos y las comisiones de los bancos que intervienen.

Etiqueta, envase, empaque y embalaje

La planeación de la etiqueta se debe a un estudio de lo que se quiere mostrar al comprador, en pocas palabras que la imagen que vera en el empaque sea clara con lo que está comprando; se

decide poner la imagen del fruto del cacao, una tasa donde se podrá tomar, dentro de un círculo para hacerlo ver como un sello.

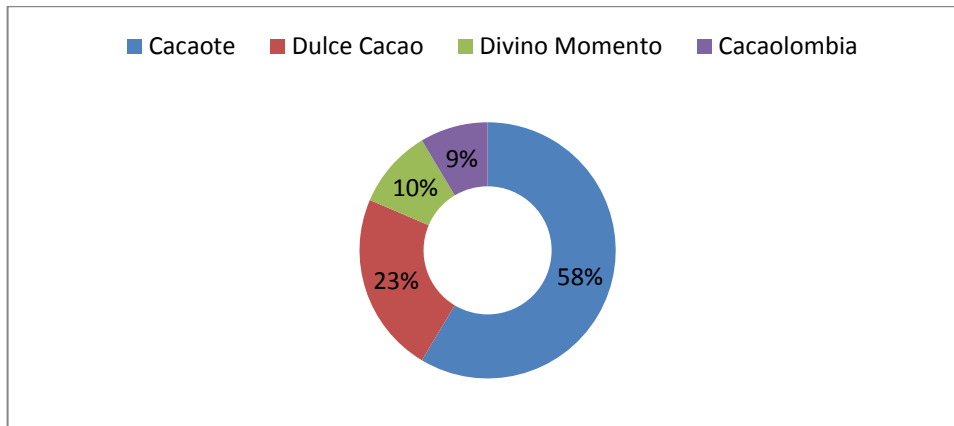
Ilustración 9 Proceso para realizar el logo



Fuente: propia del Autor del proyecto.

Es importante resaltar que para este proceso fue necesario opiniones exteriores para saber que tanto el resultado llama la atención de los compradores; y el deducción nos arrojó que un nombre también juega un papel importante así que se realiza una encuesta para elegir un nombre, a continuación se muestran las opciones y el resultado.

Tabla 16 Encuesta elección de nombre



Fuente: autor del proyecto realizando una encuesta.

El resultado ganador fue CACAOTE por ende, este fue el nombre para distribuir el proyecto, la mercancía; un emprendimiento.

Es importante destacar que los productos que se comercializan sea a nivel nacional e internacional sin excepción alguna deben llevar una tabla nutricional para que cada uno de los clientes tenga presente lo que está consumiendo; a continuación se muestra una tabla nutricional basados en diferentes productos que llevan cacao.

Tabla 17 Información tabla calórica

<i>INFORMACION NUTRICIONAL</i>	
<i>Tamaño por porción 1 Cucharadita (4g)</i>	<i>Porciones por envase: 1</i>
<i>Calorías</i>	<i>calorías de la grasa valor diario</i>
<i>GRASA SATURADA</i>	<i>0%</i>
<i>GRASA TRANS</i>	<i>0%</i>
<i>COLESTEROL</i>	<i>0 mg</i>
<i>SODIO</i>	<i>10 mg</i>
<i>CARBOHIDRATOS TOTALES</i>	<i>2 g 2%</i>
<i>FIBRA</i>	<i>0</i>
<i>AZUCAR</i>	<i>0 g</i>
<i>PROTEINA</i>	<i>< 1g 1%</i>
<i>VITAMINA A</i>	
<i>VITAMINA C</i>	
<i>HIERRO</i>	

CALCIO	
<i>Los porcentajes de valores diarios están basadas en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.</i>	

Fuente: Autor del proyecto

La función del Empaque es mantener el producto a consumir libre de contaminación exterior, de manipulación al momento de ser distribuida y lista para el consumo; y mostrar una excelente presentación.

Dentro de esto existen las clasificaciones para dicha función, primaria, secundaria y terciaria. Las 3 son las adecuadas para esta distribución. (nariño, 2011)

El empaque primario es el que contiene el producto, el secundario es aquel que llevara el empaque primario para brindarle una protección servir como método de presentación y como último el terciario que contendrá los dos empaques nombrados y ser el encargado de la exportación.

Ilustración 10 Muestra empaque primario



Ilustración 11 Muestra empaque secundario y Muestra empaque terciario



Red de cadena de valor

Es importante tener presente que este proyecto está diseñado para aquellas personas que no pueden consumir una bebida caliente con un buen sabor a cacao porque tienen azúcar, dañando su estabilidad de la falta de insulina en el cuerpo, para ser más entendibles las personas que sufren de diabetes; mas sin embargo es un producto que es para el consumo de todo el público de diferentes edades con un sabor único y diferente a fruta, de fácil preparación, un exequible precio de compra a un siendo un producto es de exportación, estará en todas la plataformas digitales haciendo una compra directa con la fábrica y ayudando al ambiente, con paquetes biodegradables y artesanales.

La calificación de estas empieza por la actividad lineal o primaria que nos indica la logística interior; donde se elige y compra las materias primas (cacao en polvo y el valor agregado la fruta en polvo para ser combinada y darle el sabor natural al producto). La operación, es donde se efectúa el proceso de la construcción o realización del producto, teniendo operarios capacitados para la realización, pues el cacao es un fruto altamente aceitoso por motivos debe ser disuelto de tal manera que quede el polvo perfectamente combinado con la fruta y que ninguno de los

dos pierdan sus sabores y nutrientes. La logística exterior, es la repartición y venta de este beneficio terminado, es importante resaltar que la compra de este es bajo pedido, tanto como altas cantidad, hasta muy pocas, otro de los puntos que para el plan de mercadeo que estamos realizando es no desperdiciar ningún tipo de material para la preparación de este, es innecesario hacer tanto producto para no venderse; hasta no tener un alto nivel de aceptación y compra estos son gastos y tal vez perdidas innecesarias, el marketing y ventas es la parte clave de todo emprendimiento el cliente es quien decide si el producto se queda o no dentro del mercado de alimento como lo es este caso, como en muchas decisiones que se han mostrado en transcurso de la realización es importante involucrar a los posibles compradores, de esta manera el proyecto crece de manera sana y “natural”, cada compra va acompañada de una encuesta donde los compradores darán sus conceptos del producto para mejoras y correcciones, evidentemente también entra el servicio, puesto que la venta y compra es por medio electrónico; el constante monitoreo para responder cada una de las dudas y pedidos de precios será el punto uno de la infraestructura de aceptación.

Las actividades de apoyo son el acompañamiento para las actividades lineales; el abastecimiento hace parte fundamental son el equipo que rodea a cada uno de los procedimientos dentro la cadena de desarrollo; junto con el Desarrollo tecnológico (contabilidad) que como se nombra en anteriores parrados es el primordial acceso al producto, pero sin la adecuado entrenamiento el producto no es conveniente por eso ante de ser parte de esta marca la motivación, la relación personal y el entrenamiento.

Ilustración 12 Cadena de Valor

Recursos humanos: empacadores – atención al cliente				
Tecnología: Aplicación del proyecto – monitoreo de clientes				
Infraestructura: Prestamos por inversionista o bancos – permisos para alimentos empaque – certificados de alimentos orgánicos				
Logística entrada	Operaciones	Logística de salida	Marketing y ventas	Servicio
Llegada de la materia prima y almacenamientos	Proceso de mezcla entre el cacao y la fruta saborizante Proceso de empaque; natural y con sabor.	Allegada por parte de la empresa de transporte	Promociones mensuales Chequeo de ventas Publicaciones en redes sociales Recomendaciones por parte de los clientes	Encuestas de satisfacción

Criterios proyección

El cacao es un fruto que en este momento está cogiendo fuerza para ser exportado y consumido, el valor en el mercado va en ascenso y así mismo es más difícil conseguir un vendedor que esté dispuesto adquirir un riesgo siendo un proyecto apenas en coordinación de inicio. La investigación de conseguir el producto ya molido y orgánico garantizado, fue larga y complicada pero si se consiguió.

Conclusiones

Se diseñó un plan de negocio para comercializar cacao en polvo con sabores frutales naturales para personas diabéticas, teniendo en cuenta que no se quiere utilizar ningún elemento químico como lo son los preservantes o edulcorantes.

Como resultado se cumplieron los objetivos específicos establecidos al principio del documento:

- Formular un plan de la mejor manera, para que a futuro se convierta en proyecto de emprendimiento empresarial; dando como resultado la investigación continua por parte de la autora del proyecto para hacerlo un proyecto de vida.
- Diseñar un procedimiento de mercadeo para la producción de cacao orgánico, teniendo en cuenta un valor agregado para personas diabéticas, teniendo en cuenta que se envió a la asociación colombiana de Diabéticos el producto para tener el aval por parte de ellos; y lograr el producto certificado.
- Diseñar un procedimiento de mercadeo para la producción de cacao orgánico, teniendo en cuenta un valor agregado para personas diabéticas, averiguando que el cacao genera felicidad en las personas que lo consumen a diario, brindándole a las hormonas y neuronas capacidad de trabajo de alta calidad para el cuerpo.

Bibliografía

- agronegocios. (22 de junio de 2015). *Dinero* . Obtenido de <http://www.dinero.com/economia/articulo/oportunidades-para-produccion-cacao-pais/209690>
- anally. (5 de septiembre de 2015). *tengo diabetes y soy feliz* . Obtenido de <https://yoyladiabetes.wordpress.com/2015/09/26/estadisticas-de-diabetes-en-varios-paises/>
- Atlas Mundial de Datos . (2011-2018). *Knoema*. Obtenido de <https://knoema.es/atlas>
- base de datos de las naciones unidas . (2016). *Uncomtrade analytics*. Obtenido de <https://comtrade.un.org/labs/data-explorer/#>
- BBVA Empresas. (2016). *BBVA empresas* . Obtenido de <http://www.bbvacontuempresa.es/a/cifras-importacion-y-exportacion-canada>
- Bussines . (junio de 2017). *BussinesCol.com*. Obtenido de <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- cacao facifico. (2017). *cacao pacifico* . Obtenido de <https://cacaopacifico.com/es/nuestros-productos#cocoa-en-polvo>
- cafedecolombia. (febrero de 2014). *cafedecolombia*. Obtenido de http://www.cafedecolombia.com/bb-fnc-es/index.php/comments/cafe_o_te_un_panorama_del_consumo_mundial/2014

- CANSIM. (2013). *Departamento de estadísticas de Canada*. Obtenido de http://ctoro.mrecic.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf
- Centro Nacional para la Prevención de Enfermedades Crónicas y Promoción de la Salud, D. d. (26 de diciembre de 2017). *Centro Nacional para la Prevención de Enfermedades Crónicas y Promoción de la Salud*. Obtenido de <https://www.cdc.gov/diabetes/spanish/basics/diabetes.html>
- Cohen, W. A. (2011). el plan de marketing . En W. A. Cohen, *Effective management* (pág. 288). Deusto.
- Colombiatrade. (s.f.). *ProColombia*. Obtenido de http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/Perfil%20Canad%C3%A1_0.pdf
- colprensa. (7 de abril de 2018). *el colombiano* . Obtenido de <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/colombia-y-paises-bajos-buscan-profundizar-sus-relaciones-comerciales-AC8510020>
- COMTRADE., C. d. (enero de 2018). *TradeMap*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>
- contabilidad, g. d. (s.f.). *debitoor*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-know-how>
- desarrollo, p. d. (2018). *programa de las naciones unidas paa el desarrollo* . Obtenido de <http://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/countryinfo.html>
- DIAN . (2017). *Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales* . Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

DIAN - DANE . (2017). *Ministerio de industria y turismo* . Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/47/estadisticas_e_informes

dinero. (2017). Colombia alcanza record en produccion de cacao; ¿como lo ha hecho? *dinero*, 1.

economipedia. (2018). *economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/historia/biografia/david-ricardo.html>

emprendedores. (18 de 10 de 2015). *emprendedores*. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/gestion/como-hacer-estudio-de-mercado-exportacion-comercio-exterior>

encolombia . (s.f.). *encolombia* . Obtenido de <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/tramitedeexpo/>

equiori. (s.f.). Obtenido de <http://equiori.co/shop/>

Expansion . (2017). *Datosmacro.com*. Obtenido de <https://www.datosmacro.com/pib/colombia>

<https://www.datosmacro.com/pib/canada>

expansion. (2016). *Datosmacro.com*. Obtenido de <https://www.datosmacro.com/paises/canada>

exterior, p. d. (9 de septiembre de 2014). *CentralAmericadata.com*. Obtenido de https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Ms_consumo_de_productos_organicos_en_Canada

Instituto nacional del emprendedor . (s.f.). *Guías empresariales* . Obtenido de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=36>

Itaú . (s.f.). *Itaú* . Obtenido de <https://www.7xfundacionitau.org/primer-exportacion.php?gclid=Cj0KCQiA-qDTBRD->

ARIsAJ_10yImgiaWxYwxjIT20uhsbF_3lwp1YLLxp_luUTse_ejZWEbOfnpEpccaAu2R
EALw_wcB

la certificación orgánica . (2018). *Caja de Herramientas para Cacao*. Obtenido de

<http://cacaomovil.com/guia/9/contenido/certificacion-organica/>

Manuel, J. (2015). *la cultura del marketing* . Obtenido de

<https://laculturadelmarketing.com/plan-de-marketing-guia-resumen/>

Martin, A. R. (2018). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/competencia-monopolistica/>

Mejor con Salud. (2017). *Mejor Con Salud* . Obtenido de <https://mejorconsalud.com/el-cacao-un-alimento-medicinal-y-un-remedio-de-belleza/>

Mundi, I. (9 de julio de 2017). *Index Mundi* . Obtenido de

https://www.indexmundi.com/es/canada/distribucion_por_edad.html

nariño, A. d. (11 de diciembre de 2011). *slideshare*. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/dianapaolacharfuelan/terminos-de-negociacion-10484184>

OEC. (2018). Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/can/>

procolcacao. (2017). *productores colombianos de cacao* . Obtenido de

<https://procolcacao.com/servicios/guia-tecnica-de-productos/>

ProColombia. (octubre de 2014). *ProColombia*. Obtenido de

[http://www.procolombia.co/sites/default/files/2014-09-](http://www.procolombia.co/sites/default/files/2014-09-12_oportunidades_de_mercado_para_exportar_cacao_colombiano.pdf)

[12_oportunidades_de_mercado_para_exportar_cacao_colombiano.pdf](http://www.procolombia.co/sites/default/files/2014-09-12_oportunidades_de_mercado_para_exportar_cacao_colombiano.pdf)

Revista Dinero. (17 de 10 de 2017). *Dinero* . Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/industria-del-cacao-colombiano-produce-record/251611>

rey, J. (24 de agosto de 2017). *Magazine latino*. Obtenido de <http://magazinelatino.com/los-canadienses-gastan-mas-pagando-impuestos-que-en-las-necesidades-basicas/>

Rothbard, M. N. (16 de 12 de 2010). *MisesInstitute* . Obtenido de <https://mises.org/es/library/richard-cantillon-el-padre-fundador-de-la-econom%C3%ADa-moderna>

Salud, M. d. (julio de 2017). *Ministerio de Salud y Proteccion Social* . Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/salud/Documents/general-temp-jd/SISTEMA%20DE%20MEDIDAS%20SANITARIAS%20Y%20FITOSANITARIAS%20-%20MSF.pdf>

Santander trade portal . (Diciembre de 2017). *Santander trade portal* . Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/presentacion-general>

servicios, b. -i.-e. (28 de marzo de 2014). *Blogspot*. Obtenido de <http://exportacionservicios.blogspot.com.co/2014/03/perfil-del-consumidor-canada.html>

SICE. (2017). *foreign trade information system* . Obtenido de http://www.sice.oas.org/ctyindex/CAN/CANagreements_s.asp#Inforce

tecnacol. (2018). *tecnacol*. Obtenido de <https://tecnacol.com/es/coorparotivo-es>

tecnico, e. (agosto de 2013). *energypedia* . Obtenido de https://energypedia.info/images/0/08/Maquinaria_para_Cacao.pdf

Tree logistics . (2018). *Tree logistics* . Obtenido de <http://www.treelogistics.com/esp/herramientas.html>

Trujillo, J. (10 de mayo de 2010). *Directo al paladar*. Obtenido de

<https://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/breve-historia-del-cacao-y-del-chocolate>

Vargas, M. (29 de junio de 2016). gerente de la Asociación de Productores de Cacao del Sur de Bolívar- Aprocasur. (r. dinero, Entrevistador)