

SEMINARIO DE INTEGRACIÓN FINAL

Exportación de Cacao Ecuatoriano a Colombia

Diana Cristina Peláez Valencia

EXTRACTO

“El cacao es probablemente más conocido hoy como la materia prima para la elaboración del chocolate, que absorbe aproximadamente el 90 % de la producción mundial de cacao. Se producen cada año en promedio unos 3 millones de toneladas de cacao en grano. En la segunda mitad del decenio de 1990, los países productores de cacao con sus exportaciones de cacao en grano y de productos derivados del cacao generaron un ingreso anual superior a USD 3.000 millones.” Cacao, Guía de prácticas comerciales. UNCTAD, OMC.



INDICE

INTRODUCCIÓN	4
Reseña Histórica del Cacao	4
Tipos de Cacao	5
Clasificación del Cacao	5
Colombia y el Cacao	6
Producción Nacional	7
Comercio Exterior	8
Consumo	8
Precios	9
Mercados Especiales	11
Chocolate Premium	11
SELECCIÓN DE MERCADOS	12
El Mercado Internacional del Cacao	12
Principales productores de Cacao	12
ECUADOR	14
Ecuador y el Cacao	14
LA EMPRESA ECUATORIANA	15
Filosofía & Misión.....	15
Los productos	15
Cacao de Grano ACE	15
Cacao de Grano ASS	16
Cacao de Grano ASSS	16
Cacao de Grano Nacional Arriba.....	16
Ubicación de la Empresa	17
Experiencia internacional	17
Responsabilidad Social de la Empresa	18
SWOT DE EXPORTACIÓN	19
Amenazas (Externo):	19
Fortalezas (Interno):.....	19
Oportunidades (Externo):	19
Debilidades (Interno):	19
ACCESO AL MERCADO COLOMBIANO	19
Métodos de exportación	19
Término de Negociación	20
Envase y embalaje	20
Detalle de embalaje de exportación	21
Estrategias de inserción	21
Acuerdos en Vigencia:	21
Clasificación arancelaria del producto.....	22
Entidades reguladores de este producto	22
Legislación pertinente	22
Barreras al Comercio Exterior en Colombia	23
Barreras Arancelarias	23
Barreras No Arancelarias.....	23
Envases, empaques y rótulos	23
La empresa Colombiana	24
Historia.....	24
Misión	24
El producto	25



SEMINARIO DE INTEGRACIÓN FINAL



Publico Objetivo	27
Rotación de clientes en Xiocolà.....	27
LayOut de la Tienda Chocolatera.....	28
Organigrama Xiocolà	28
Ubicación de la Empresa.....	29
LayOut de la Planta de Procesamiento.....	29
Proceso Productivo en la planta de Procesamiento	29
MARKETING MIX.....	31
Precio	31
Producto	32
Ciclo de vida del producto	32
Plaza	32
Promoción.....	32
Catas de Chocolate.....	34
PLAN ECONOMICO.....	35
Costos laborales.....	35
Gastos de producción.....	35
Costos de administración y ventas.....	35
Plan económico Xiocolà	37
Costos Prorratedos.....	37
Financiación	38
Proyección a 10 años	39
Flujo de fondos del Proyecto.....	41
Flujo de fondos del Inversionista	42
CONCLUSIONES	43
BIBLIOGRAFIA.....	44

INTRODUCCIÓN

Reseña Histórica del Cacao¹

Se dice que el árbol de cacao (*Theobroma cacao*) ha sido cultivado por 4000 años por las culturas Toltecas, Aztecas y Mayas, sin embargo su origen es desconocido, pero las primeras evidencias de uso humano del mismo se encuentran en México. Se dice que el cacao se extendió desde el sureste de México hasta la cuenca del río Amazonas.



La palabra “cacao” viene de la palabra azteca “cacahuatl”, éste era el fruto de un bello árbol con múltiples virtudes, como calmar el hambre, la sed, dar sabiduría e incluso curar enfermedades.

“xocolatl” era entonces la bebida amarga que se obtenía de este fruto, éste era apreciado como reconstituyente que daba fuerza y despertaba el apetito sexual.

En 1502 Cristóbal Colón durante su cuarto viaje, llegó a lo que hoy es Nicaragua y recibió entres sus ofrendas de bienvenida algunos sacos de unas habas oscuras que, en la sociedad azteca, servían a la vez de moneda y de producto de consumo, así es, las almendras del cacao eran utilizadas también como moneda y esta es una costumbre que perduró incluso mucho después de la colonización de los españoles.

En esa época los granos de cacao eran tostados al sol y posteriormente eran molidos para crear una pasta aceitosa, oscura y amarga que es el chocolate puro y en bruto, a esta manteca amarga le ponían miel² y la aromatizaban con vainilla³.

Con el apogeo de esta planta empezaron a haber embarcaciones hacia Europa con la misma, incluso se dice que en 1820 los portugueses llevaron esta “pepa de oro” a Ghana (Un país de importante trascendencia actual en esta industria). Pero su consumo se hace más popular por la aparición de la industria chocolatera en el siglo XIX. En 1840, el suizo Rudolf Lindt mezcla la manteca de cacao con la pasta de cacao, obteniendo un chocolate más dulce que es el que usamos actualmente y en 1875 el suizo Daniel Peter descubre un nuevo método de condensación de leche, que otro suizo, Henry Nestlé en 1905, aplica al chocolate, donde nace entonces el famoso chocolate con leche.

¹ Historia del Cacao <http://www.edualter.org/material/explotacion/unidad5_2.htm>

² En Europa la miel fue re-emplazada por azúcar.

³ En Europa la vainilla fue re-emplazada por canela.

Tipos de Cacao⁴

Hay diversos estudios que clasifican y explican los diferentes tipos de Cacao, pero en resumen podemos agrupar estas tres grandes e importantes clasificaciones:



Cacao Criollo: Es el más dulce de todos (Y por supuesto el menos amargo) y el menos ácido, tiene un rápido proceso de fermentación, contienen más azúcar y se cree que son los primeros árboles de este tipo visto por la humanidad y son los más costosos debido a la escasa producción mundial

Los cacos criollos normalmente son de color amarillo, debido a la ausencia de ciertos Polifenoles como la Antocianinas, adicionalmente las semillas son más rendes y abombadas, tienen notas gustativas a nuez, almendra y malta éstas son usualmente grandes y abombadas. Las notas gustativas que dan estos cacaos son principalmente a nuez, almendra y a Malta. Estos cacaos son sumamente costosos debido a la escasa producción mundial.

Cacao Forastero: Es también conocido como el árbol amazónico, que fue la variedad que resultó del criollo después de haber sido plantado en el Amazonas. Entre sus características principales está su coloración violeta, su alto nivel de amargura y astringencia, adicionalmente tiene notas gustativas son a cacao puro.

Cacao Trinitario: Este tipo de árbol proviene del cruce de los Cacaos Criollos y Forasteros, su calidad genética depende del porcentaje de cada variedad, tiene una tonalidad violeta más clara y notas gustativas a cereza, fresas y flores.

Clasificación del Cacao⁵

Colección: La colección es la clonación de un árbol original o criollo, tiene un proceso aproximado de 10 años (5 años con evaluaciones mensuales, y mejoras de sus características, y 5 años más con el clon heredero en revisión).

Variedad: La variedad es el árbol de colección modificado (trinitario), tiene un proceso de confirmación de características genéticas de producción y de resistencia de enfermedades (alta productividad, buen tamaño de mazorca, buen tamaño de almendra, escoba de brujas, análisis órgano eléctricos –sabor, aroma etc).

⁴ Diferentes tipos de cacao

⁴ <http://corpomail.corpoica.org.co/BACFILES/BACDIGITAL/3779/s2dB136946D013174ABD3892C8D09C9A642_1.pdf>

⁵ Estudio de caracterización del potencial genéticos del cacao <<http://www.infocafes.com/descargas/biblioteca/205.pdf>>



Colombia y el Cacao

En los últimos años Colombia ha pasado por una fuerte recesión cacotera, sin embargo la tasa de demanda de cacao no ha parado de crecer y registra un crecimiento anual aproximado del 1,96%. Según un estudio las empresas de Chocolate que están en el top of mind de los Colombianos son la Compañía Nacional de Chocolates y Casa Luker que en conjunto son aproximadamente el 85% del cacao en grano disponible y consumido en Colombia⁶.

Las principales 10 empresas del sector cacaotero que dan el 99,5%⁷ de los ingresos operacionales del sector son:

Colombina S.A.

Compañía Nacional de Chocolates S.A.S.

Casa Luker Colombia

Cadbury Adams Colombia S.A.

C.I. Súper de Alimentos S.A.

Comestibles Italo S.A.

C.I. Dulces La Americana S.A.

Girones S.A.

Industrias Alimenticias Valenpa LTDA.

Sweetsol Sucursal Colombia.

Como se menciona anteriormente la demanda de Cacao crece cada año, pero el rendimiento promedio del cacao en los últimos años ha disminuido, y a decir verdad cada vez hay más bajos niveles de productividad, como consecuencia principalmente de deficientes manejos del cultivo, falta de abonos correctos, abandono de la tierra en épocas de crisis, bajo control de plagas cacaoteras, envejecimiento y falta de regeneración de cultivos y tierra y por supuesto falta de inversión en tecnología y procesos productivos más eficientes.

A pesar de todo lo anterior, FEDECACAO afirma que Colombia ha cultivado nuevas hectarias de cacao y que hay algunos programas gubernamentales que apoyan y estimulan la producción o la cooperación internacional con otros países, sin embargo los requerimientos de la industria sólo fueron abastecidos en un 83% Por la producción Nacional y el 17% restante tuvo que ser importado⁸.

Actualmente el país cuenta con más de 100 mil hectarias cultivadas, pero estas aún no abastecen el territorio nacional, porque gran parte de estos cultivos tiene condiciones genéticas deficientes, bajos rendimientos y todos los demás inconvenientes mencionados anteriormente.

⁶ FEDECACAO. "El cacao en grano en cifras", abril 2006.

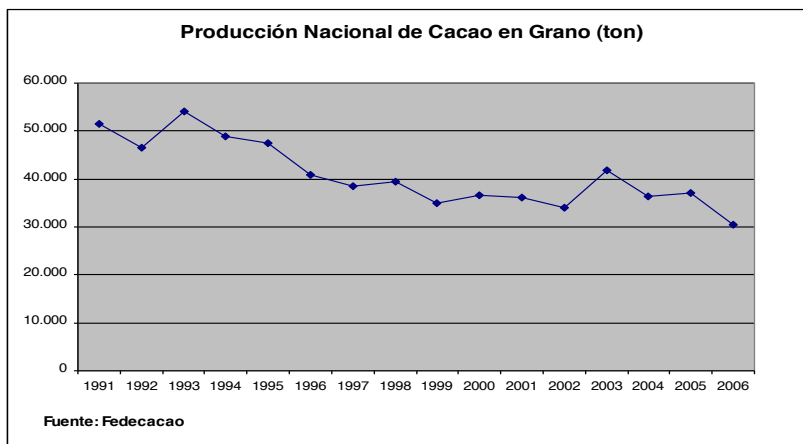
⁷ Fedesarrollo <<http://www.fedesarrollo.org.co/>>

⁸ Se exceptúan de este cálculo 85 toneladas que se exportaron.

Es claro que Colombia tiene un grave problema en renovación de cultivos, especialmente cacaoteros, y ha esto se le añaden plagas de difícil control, falta de tecnología adecuada, bajo interés en la inversión agroindustrial y estas son también una causa de la actual situación que presenta Colombia en este Sector.

Producción Nacional

A continuación un gráfica que ejemplificará el proceso producto de Cacao vivido en Colombia desde el año 1991 hasta el 2006, donde se aclara visualmente el proceso de decreción, en 1991 la producción de cacao en grano llegó a las 51,599 toneladas mientras que en el 2006 estuvo más de 20.000 toneladas debajo



La actividad cacaotera en el país se concentra principalmente en los departamentos de Santander (49,5%), Huila (10,8%) Norte de Santander (6,0%) y Antioquia (6,0%). Como se ve en la gráfica la producción viene en descenso con una tasa de decrecimiento anual aproximada de -4,2%.

Producción Nacional Departamental de Cacao en Grano: 1996 - 2005								
		Toneladas (ton)						
Departamento	1996	2000	2004	2005	2006	Participación 2006 (%)	Crecimiento Anual Promedio	
1 Santander	19,056	17,202	16,803	17,974	15,017	49.47%	-0.96%	
2 Huila	4,255	3,246	4,170	3,998	3,265	10.75%	-0.73%	
3 Norte Santander	4,420	1,623	2,389	1,638	1,831	6.03%	-6.50%	
4 Antioquia	2,102	1,654	2,299	2,100	1,824	6.01%	-0.66%	
5 Arauca	2,846	2,670	3,357	3,489	2,350	7.74%	1.90%	
6 Tolima	2,363	2,291	1,883	1,277	670	2.21%	-8.95%	
7 Nariño	2,017	2,576	1,864	2,854	1,831	6.03%	1.98%	
8 Caldas	1,437	317	565	500	473	1.56%	-11.78%	
9 Meta	230	1,169	460	424	488	1.61%	2.13%	
10 Valle	645	948	552	942	696	2.29%	4.50%	
11 Cundinamarca	255	941	546	499	1,025	3.38%	2.51%	
12 Boyacá	315	170	132	127	54	0.18%	-13.40%	
13 Cesar	58	366	513	750	350	1.15%	19.51%	
14 Risaralda	367	265	175	139	161	0.53%	-6.23%	
15 Cauca	86	27	250	152	105	0.35%	8.97%	
RESTO	386	1,266	398	235	218	0.72%	-5.11%	
TOTAL	40,838	36,731	36,356	37,099	30,357	100.00%	-1.46%	

Fuente: FEDECACAO. Cálculos: ABC MIDAS. Crecimiento calculado como estimación lineal.

Como se mencionó anteriormente la producción nacional no supe ni siquiera la demanda local, adicionalmente cada vez es más difícil encontrar Cacao de alta calidad, por esta razón para el proyecto es necesario importar granos de cacao de mejor calidad y seguramente a mejor precio.

Comercio Exterior

Por obvias razones el país es deficitario a partir de 1.999 cuando las importaciones de grano de cacao superaron a las exportaciones. A partir de entonces, la brecha comercial ha aumentado ha habido momentos en los que las exportaciones fueron de 276 toneladas (Presentan un comportamiento muy decreciente) y las importaciones de 7.461 toneladas (Tendencias muy crecientes).

Exportaciones , Importaciones, Balanza Comercial de Cacao en Grano, Entero o Partido- Colombia					
Año	Exportaciones		Importaciones		Balanza Comercial
	Ton	Miles de US\$	Ton	Miles de US\$	Miles de US\$
1997	983	1,526	207	306	1,220
1998	788	1,387	90	148	1,239
1999	262	425	963	948	-523
2000	362	501	2857	1,857	-1,356
2001	512	684	666	689	-5
2002	1700	2,471	7122	11,608	-9,137
2003	1238	2,324	3196	6,119	-3,795
2004	1	1	4483	6,775	-6,774
2005	276	562	7461	10,820	-10,258
2006*	1321	2,950	4834	7,353	-4,403
Crec. %	-0.17	-0.15	0.42	0.45	

Fuente: Agrocadenas

Las exportaciones colombianas de cacao en grano se destinan a países como Bélgica (48%), Holanda (20%) y Alemania (11%). En tanto que las importaciones provinieron fundamentalmente de Ecuador (86%) e Indonesia (7.5%).

Consumo

El cacao en grano se utiliza como insumo para la producción de manteca de cacao, cacao en polvo y pasta de cacao, chocolates de mesa, bebidas achocolatadas y confites elaborados a base de cacao; en este sentido, la demanda interna de cacao en grano proviene fundamentalmente de la industria transformadora, productora de estos bienes intermedios o finales.

El comercio interno se caracteriza por la existencia de aproximadamente unos 25 comercializadores y por la presencia de dos grandes compañías que adquieren más del 85% de la producción interna (Como se menciona anteriormente), para lo cual se valen de una red de proveedores o intermediarios en los cuales no participan en forma directa los agricultores.

Consumo Interno de Cacao en Grano : 1997 - 2005 (Ton)				
AÑO	Producción	Exportaciones	Importaciones	Consumo Interno
1997	38,604	983	207	37,828
1998	39,487	788	90	38,789
1999	34,864	262	963	35,565
2000	36,731	362	2,857	39,226
2001	36,070	512	666	36,224
2002	34,002	1,700	7,122	39,424
2003	41,704	1,238	3,196	43,662
2004	36,356	1	4,483	40,838
2005	37,099	276	7,461	44,284

Fuente: Agrocadenas



Precios

En la década de los noventa, el precio nacional expresado en dólares experimentó su punto más bajo en noviembre de 1991 con 829 dólares por toneladas. A lo largo de esa década el precio se incrementó hasta alcanzar su punto máximo en julio de 1998 cuando la cotización alcanzó los 1.623 dólares. A partir de entonces, la cotización presentó una significativa contracción alcanzando su punto mínimo en mayo del 2001 con 952 dólares por tonelada.

Para los años 2002 y 2003 los precios nacionales e internacionales del grano se recuperan sosteniblemente. Este periodo coincide con la ocurrencia de problemas políticos en Costa de Marfil, principal productor mundial, y la incidencia de enfermedades en Indonesia y Ghana, que menguaron la producción en estos países y generaron una reducción significativa en los inventarios mundiales.

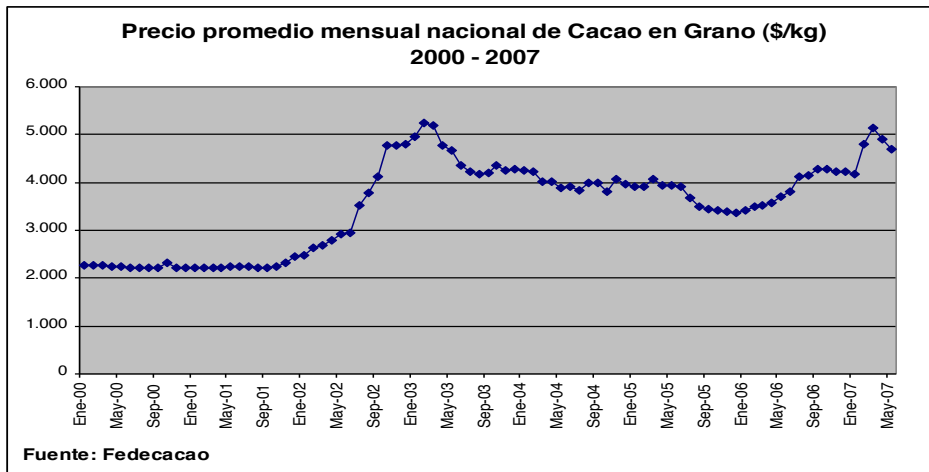
Si bien el precio interno de cacao ha mantenido un comportamiento similar al precio externo, éste ha sido menos fluctuante, toda vez que el precio interno está determinado por la industria procesadora, dada su posición dominante en el mercado, en tanto que el precio internacional responde a factores de mercado (oferta y demanda).

Además de la variable internacional, que condiciona el grado de negociación de la industria, en la actualidad el pago del cacao se establece conforme a la norma técnica colombiana 1252, que define los parámetros básicos que debe cumplir el grano para su procesamiento en términos de humedad, contenido de impurezas y grado de fermentación, principalmente. De acuerdo con la norma estándar, en el proceso de negociación, el vendedor puede obtener un precio superior al nominal, o de mercado, si su grano supera la norma, o ser castigado si la calidad ofrecida se aparta de los requerimientos mínimos que exige la norma.

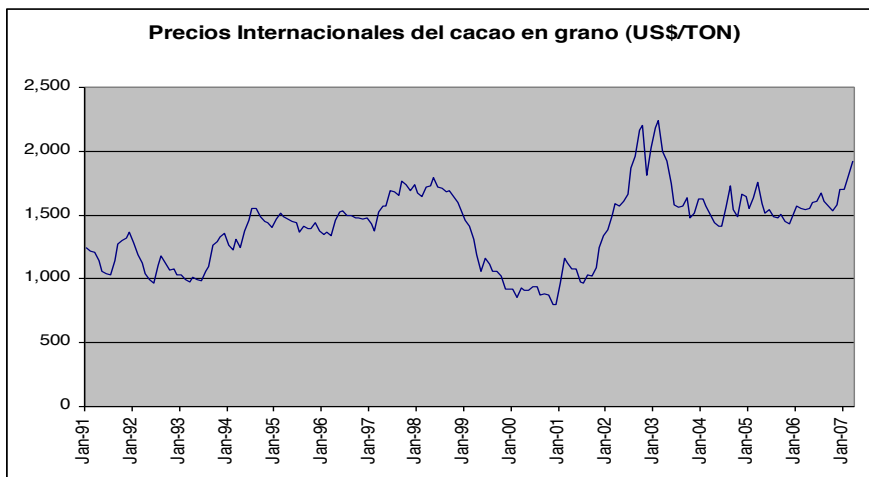
REQUISITOS DEL CACAO EN GRANO

Requisitos	Premio	Corriente	Pasilla
Contenido de humedad en % (m/m). Máx	7	7	7
Contenido de impurezas o materias extrañas en % (m/m). Máx.	0	0,3	0,5
Grano mohoso interno, número de granos/100granos, máx	2	2	3
Grano dañado por insectos i/o germinado, número de granos/100 granos, máx	1	2	2
Contenido de pasilla, número de granos/100 granos, máx	1	2	
Contenido de almendra en % (m/m), mín.	0	0	40-60
Masa (peso), en g/100 granos, mín.	120	105-119	40
Granos bien fermentados, número de granos/100 granos, mín.	65	65	60
Granos insuficientemente fermentados, número de granos/100 granos, máx.	25	35	40
Granos pizarrosos, número de granos/100 granos, max.	1	3	3

Fuente: Tomado de ICONTEC Norma Técnica Colombiana - NTC 1252 - Cacao en grano



Es de anotar que las fluctuaciones de los precios internacionales se ven frecuentemente afectadas por la inestabilidad política y social de los dos principales productores de cacao en grano en el mundo que, en conjunto, responden por un poco menos del 60% de la producción mundial, Costa de Marfil y Ghana. Adicionalmente, los procesos especulativos que se presentan en las Bolsas de Londres y de Nueva York inciden en la inestabilidad de los precios del cacao en el corto plazo, como es de esperarse en cualquier producto transado en bolsa.



Fuente: ICCO. Promedio de los precios futuros en las Bolsas de Londres y Nueva York

Hoy en día el precio del cacao en grano internacional internado es un poco menor al precio del mercado interno. En efecto, el precio de cacao en grano importado es de aproximadamente \$3'890.600/ton y el precio en el mercado interno está alrededor de los \$4'500.000/ton. La diferencia se explica por dos factores: 1) Un interés de la industria procesadora de mantener una provisión mínima de materia prima oportuna y en la calidad esperada, reduciendo los riesgos de salir constantemente al mercado internacional, cuyos precios presentan relativamente altas volatilidades y 2) Procesos especulativos en el mercado venezolano hacia donde está saliendo cacao colombiano para ser exportado con primas por aroma y sabor.



Mercados Especiales

Chocolate Premium

La forma más común de definir el chocolate Premium es con base en los precios. Productos de chocolate como orgánicos, comercio justo, de origen, reducidos en azúcar y con mayores contenidos de cacao y de color más negro comandan los precios Premium y, en consecuencia, pueden ser considerados como “Chocolates Premium”.

La introducción de nuevos productos de chocolate Premium en los mercados maduros de Europa, Estados Unidos y Japón, muestra que este mercado se ha expandido de manera muy dinámica, según una encuesta realizada para *Barry Callebaut* en cinco países europeos: Bélgica, Francia, Reino Unido, Alemania y Suiza, el 11% de los consumidores de estos países consumen algún chocolate de origen, 11% consumen chocolate comercio justo, 6% consumen chocolate orgánico y 4% chocantes sin azúcar. El crecimiento reciente del consumo está relacionado con mayores calidades en el sabor y con los beneficios en la salud. De acuerdo con datos publicados por *Euromonitor Internacional*, el mercado del chocolate orgánico está estimado en un valor cercano a 304 millones de dólares en 2005, lo que representa el 0,5% del mercado.

En efecto, recientes estudios han mostrado los atributos del chocolate sobre la salud y la nutrición humana. Las investigaciones muestran que algunos componentes del cacao, tales como los flavonoides pueden reducir la oxidación de la lipoproteína de baja densidad –LDL o colesterol “malo”-, ayudando a prevenir las enfermedades cardiovasculares. Además, sus altos contenidos de antioxidantes, que sobrepasan las encontradas en el vino y en té, han demostrado reducir los riesgos de cáncer. Todo lo anterior, ha estimulado la demanda de chocolates negros con altos contenidos de cacao.

SELECCIÓN DE MERCADOS

El Mercado Internacional del Cacao

El mercado mundial del cacao en grano ha mostrado un destacado desempeño en los últimos años, debido a una creciente dinámica de la demanda que se ha reflejado en una franca recuperación de los precios internacionales. El aumento en el consumo de los bienes finales de la cadena como consecuencia de un cambio en las preferencias del consumidor tradicional hacia el consumo de chocolate negro con mayor contenido de cacao en los mercados tradicionales de Europa y Estados Unidos, una notable ampliación del mercado en los países asiáticos como consecuencia del incremento en sus ingresos y una percepción generalizada de los consumidores acerca de los beneficios positivos del consumo de productos de chocolate negro con altos contenidos de cacao sobre la salud humana, ha inducido el incremento en la producción que se ha visto reflejada en el aumento de la capacidad instalada de la industria establecida y la entrada en funcionamiento de plantas de transformación en varios países del mundo, con una marcada preferencia a localizarse en los países productores y no en los países desarrollados como había sido hasta el momento.

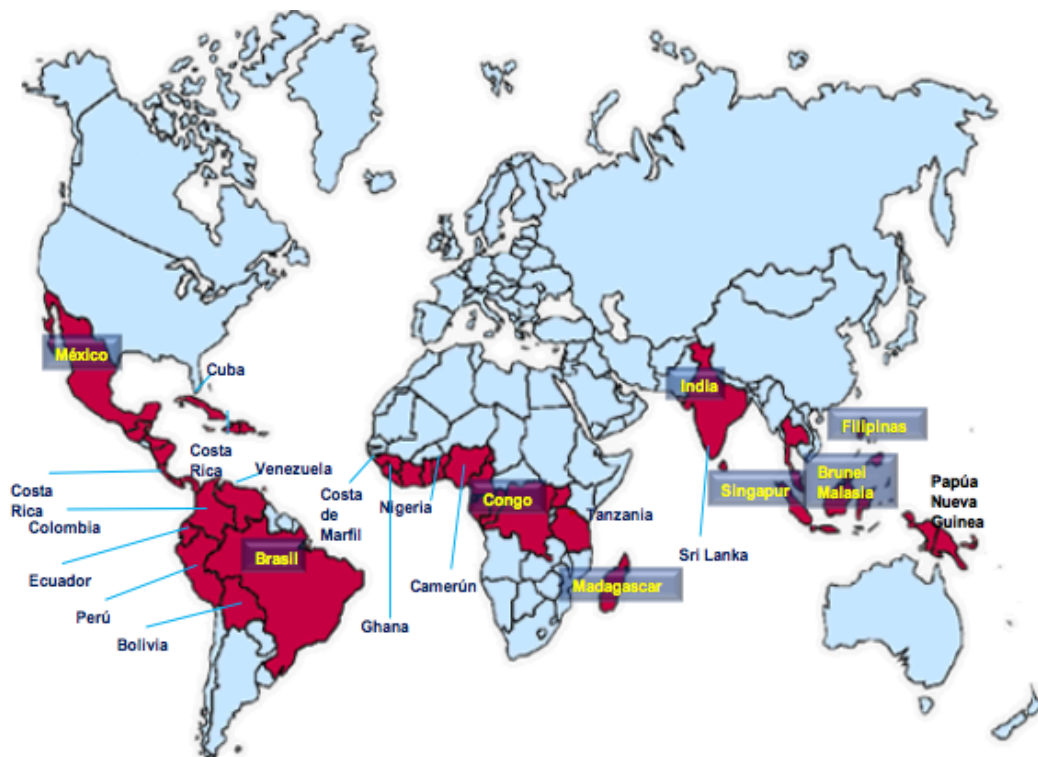
Principales productores de Cacao

Figura 9. Ubicación de los principales países productores de cacao en grano en el mundo

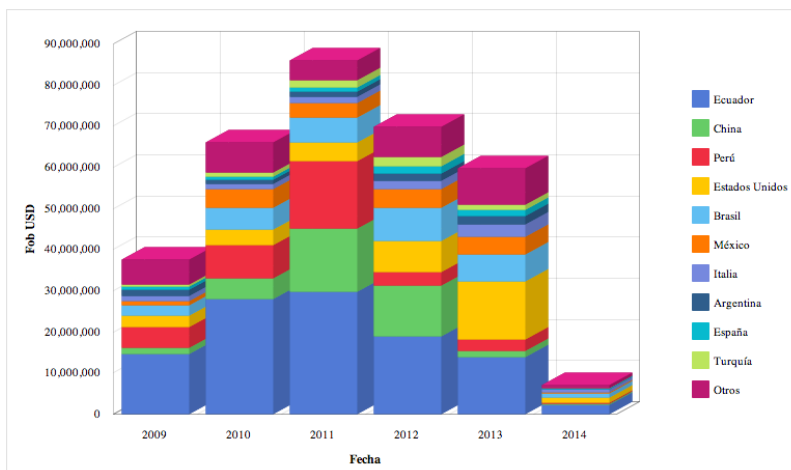
El cacao en grano se cultiva principalmente en los países tropicales de África, Asia y América y, en su mayoría, es exportado a los países desarrollados donde está instalada la gran industria de productos derivados, los cuatro mayores productores responden por el 75,2% del total, Costa de Marfil aporta aproximadamente el 37,2% de la producción mundial, Ghana el 20%, Indonesia el 13,4% y Nigeria el 4,6%. Estos

cuatro países han venido ganando sistemáticamente porciones adicionales del mercado pues todos exhiben tasas de crecimiento anual promedio en la última década de más de 4,3%.

Pais Exportador	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ecuador	14.693.823	27.900.051	29.743.175	18.812.158	13.767.992	2.369.245
China	1.486.912	5.188.489	15.464.590	12.423.147	1.715.558	68.132
Perú	5.097.974	7.937.383	16.358.145	3.254.673	2.595.952	238.719
Estados Unidos	2.761.711	3.850.942	4.591.200	7.697.044	14.123.914	1.414.987
Brasil	2.468.097	5.285.571	5.850.083	8.064.922	6.690.147	1.026.989
México	1.051.417	4.506.244	3.622.367	4.474.386	4.206.548	270.056
Italia	1.063.613	1.350.593	1.514.065	2.097.300	2.997.700	655.694
Argentina	1.573.043	878.468	1.148.152	1.609.337	1.966.754	123.381
España	792.847	955.873	1.228.842	1.893.151	1.655.498	108.777
Turquía	428.073	913.504	1.691.750	2.189.054	1.190.706	86.773
Otros	6.087.704	7.268.988	4.642.364	7.278.019	8.919.652	571.705
Total	37.505.213	66.036.104	85.854.733	69.793.191	59.830.421	6.934.459

Fuente: Quaterly Bulletin of Cocoa Statistics. ICCO Vol XXXII No 2 Cocoa 2006/2007. Cálculos: ABC MIDAS.*Pronóstico. *Estimación lineal

Importación de Cacao y sus Preparaciones⁹



Según lo anterior el más grande importador de Cacao a Colombia es Ecuador, porque además de tener algunas ventajas geográficas y operativas, tiene un producto de un a excelente y reconocida calidad.

Para la selección del mercado importador se hizo una tabla de optimización comparativa entre los potenciales candidatos y estos fueron los resultados:

	Ecuador	Indonesia	México	Africa
Exportación del producto	10	10	10	10
Proximidad Geográfica	10	5	8	1
Riesgo País	6	5	6	3
Acceso a Mercado	10	5	8	5
Fuerza Competidora	9	6	6	6
Barreras Arancelarias	10	7	8	7
Barreras No Arancelarias	7	7	7	7
Barreras Culturales	10	4	8	1
TOTAL	72	49	61	40

Fue así como el mercado Seleccionado para la importación del cacao fue Ecuador, por las ventajas ya mencionadas y las ventajas arancelarias con Colombia. Todavía se puede ampliar y diversificar en gran cantidad la importación de cacao ecuatoriano.

⁹ Fuente de las Imágenes – Trade Nosis: <<http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Mexico/Cacao-y-sus-preparaciones/MX/18>>



ECUADOR

Ecuador y el Cacao

Como es bien sabido Ecuador es uno de los principales productores y exportadores de Cacao en el mundo, y éste es visto en esta región como un producto tradicional con perspectivas de futuro.

El Cacao Ecuatoriano está actualmente ubicado en las zonas: Zamora Chinchipe (Región Amazónica al sur de Ecuador), Orillas del Río Guayas (Actualmente principal actividad región costera pacífico, fue donde empezó la siembra de cacao y de donde sale el Cacao Nacional Arriba clandestinamente agua arriba del río Guayas), y en resumen las provincias de los Ríos, Guayas, Manabí & Sucumbíos.

Yéndonos hacia la historia de las exportaciones de cacao Ecuatoriano, se sabe que en 1623 ya existía este comercio desde el puerto de Guayaquil, estando prohibido por parte de la corona Española y a pesar de esto el comercio fue en aumento, tanto así en la época de la independencia, parte de esta se financió con la producción del cacao, que les dio los medios financieros necesarios a los criollos, para revelarse y luchar contra los colonizadores, posteriormente en 1830 en Vinces (París chiquito) el 20% de las familias tenían el 70% de la producción cacaotera y fue en este punto donde se disparó el crecimiento de esta industria (que todavía no o era) en el mundo, luego en la época de la republica se sigue con el cultivo y en la década de 1880 a 1890 el Ecuador fue el mayor exportador mundial de cacao (Se pasó de 15 mil toneladas de exportación en 1880 a 40 mil toneladas de exportación en 1890)¹⁰, sin embargo en 1920 por la depresión e inestabilidad que dejó la primera guerra mundial y las enfermedades como la Monilla y la escoba de Brujas cayeron drásticamente.

Actualmente la economía ecuatoriana y sobre todo en el sector agrícola y fundamentalmente el del cacao, hay que anotar que la contribución de este sector en PIB es alta, porque éste es un producto de tradición, fama, sabor y aroma floral único en el mundo ("Aroma Nacional" o "Sabor arriba" extraídos de los árboles cacaoteros ancestros de la amazonia).

El 70% cacao de exportación Ecuatoriano esta catalogado como cacao fino y de aroma. Sin embargo los organismos involucrados en la producción del cacao ecuatoriano esta pidiendo que las asociaciones internacionales cataloguen de esta forma el 100% del producto exportado.

Los principales compradores de Cacao en grano son: Estados Unidos, Japón, Holanda, Alemania, Italia, Francia, Canadá, España y Bélgica. Los principales compradores de -Licor de cacao, manteca de cacao, cacao en polvo y chocolates elaborados de varios tipos-, son: Estados Unidos, Chile, Colombia, Holanda, Nueva Zelanda, Perú, Francia, Bélgica, España, México Y Japón.

¹⁰ Soria Vasco, Jorge; Breve historia del cultivo del cacao en el Ecuador, Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador.



El cacao Ecuatoriano cumple con altos controles de calidad, de tipo físico, químico, organoléptico y microbiológicos. Lo que les da a los compradores mayor seguridad sobre los productos que compran.

La producción mundial de cacao crece cada día, debido al aumento en el nivel de su demanda, ya que forma parte de la dieta de millones de personas en todo el mundo, y esto se debe al creciente nivel de bienestar en el mundo occidental y la mayor comunicación entre las personas y las culturas.

LA EMPRESA ECUATORIANA

Eco Kakao S.A.¹¹

La empresa seleccionada para la importación fue Eco-Kakao, porque por más de 15 años ha exportado Cacao Ecuatoriano Fino de Aroma al mundo, y tiene importantes alianzas tripartitas entre Asociaciones de Productores e Industrias Chocolateras a nivel mundial.

Sus ejecutivos visionarios, emprendedores con alto espíritu de lucha, aportan con más de 25 años de experiencia en la industria del cacao, han conseguido optimizar su estrategia de exportación uniendo la cadena productor – consumidor final, posicionándonos en los mercados del exterior. Sin embargo para este caso Xicolá importará unos granos de cacao para su ambicioso proyecto y mostrará al consumidor Colombiano como la experiencia de tomar Chocolate caliente puede llegar a otro nivel

Filosofía & Misión

Su filosofía nace del hecho fundamental de que todo lo natural, por definición, tiene que ser bueno. Siendo absolutamente respetuoso y agradecidos con el medio ambiente, trabajan en conjunto para producir y comercializar cacao que reúnen en si cualidades organolépticas y de sabor difíciles de igualar, en términos comparativos de costos, conveniencia y accesibilidad, garantizando a sus clientes un suministro permanente de calidad y volumen.

Los productos

Cacao de Grano ACE

La denominación del grano de Cacao Arriba Superior Época (ASE) se basa en la adquisición de varios requisitos de suma importancia para calificar la calidad del grano. Dichos requisitos se encuentran estandarizados dentro de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 176, la cual establece que para que un grano de cacao sea Arriba Superior Época (ASE) éste debe contar con las siguientes características:

* Los cien granos (muestra) deben pesar entre 105 – 110 gramos.

¹¹ Eco Kakao SA <<http://www.eco-kakao.com.ec/es/cacao-grano-ase/>>



Del 100% de la muestra:

- * El 26% debe tener buena fermentación y el 27% una ligera fermentación sumando un total de 53% fermentado.
- * Tan solo el 25% podrá contar con un color violeta.
- * Máximo el 18% podrá ser pizarroso o pastoso.
- * Más del 4% de la muestra no podrá poseer moho.
- * En una muestra de 500 gramos a tan solo el 4% se le permitirá contar con defectos y presencia de granza (solo aplica para el tipo ASE)

Cacao de Grano ASS

Se conoce como Cacao Arriba Superior Selecto (ASS) a aquel grano de cacao que posee atributos incluidos dentro de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 176, la cual describe al este tipo de Cacao de la siguiente manera:

Los cien granos deben pesar entre 120 – 125 gramos.

Del 100% de la muestra:

- + El 60% debe tener buena fermentación y el 5% una ligera fermentación sumando un total de 65% fermentado.
- + Tan solo el 21% podrá contar con un color violeta.
- + Máximo el 12% podrá ser pizarroso o pastoso.
- + Más del 2% de la muestra no podrá poseer moho.
- + En una muestra de 500 gramos a tan solo el 1% se le permitirá defectos.

Cacao de Grano ASSS

Reconocido como uno de los mejores tipos de Cacao en el proceso de comercialización, el Cacao Arriba Superior Summer Selecto (ASSS) cuenta con las siguientes cualidades, según se menciona en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 176:

- * Los cien granos (muestra) deben pesar entre 130 – 135 gramos.

Del 100% de la muestra:

- * El 65% debe tener buena fermentación y el 10% una ligera fermentación sumando un total de 75% fermentado.
- * Tan solo el 15% podrá contar con un color violeta.
- * Máximo el 9% podrá ser pizarroso o pastoso.
- * Más del 1% de la muestra no podrá poseer moho.
- * En una muestra de 500 gramos no se permitirá defectos.

Cacao de Grano Nacional Arriba

Este tipo de cacao, tiene características individuales distintivas, de toques florales, frutales, nueces, almendras, especias que lo hace único y especial, sobresaliendo con su ya conocido sabor “arriba”.

Ecuador posee una gran superioridad en este producto: más del 70% de la producción mundial de Cacao Fino de Aroma se encuentra en nuestras tierras convirtiéndonos en el mayor productor.



La historia del cultivo de cacao en nuestro país se inicia con el proceso de producción de la variedad cacao nacional proveniente de la cuenca del Río Babahoyo en las zonas de Vinces, San Juan, Pueblo Viejo, en el año 1879 Ecuador se convierte en el mayor exportador a nivel mundial con más de un millón de quintales (4,500 TM) época denominada como la “pepa de Oro” y a los grandes hacendados o productores de Cacao se los denominó “Gran Cacao”.

Vinces era lugar propicio por la calidad de sus tierras, grandes ríos y vertientes de agua dulce, se cultivaba y cosechaba el cacao Fino de Aroma, para ser trasladado luego a Guayaquil en las balsas por el río. Recibimos el reconocimiento a la mejor calidad y era mejor pagado en la bolsa de Londres, Hamburgo y Francia, esta calidad se la denominaba ARRIBA, nombre que provenía de las lanchas que venían “río arriba”, nuestro cacao se distingue por sus cualidades organolépticas y de sabor, que dotan de excelente exquisitez al producto final, lo que actualmente se conoce como cacao Gourmet, o cacao de origen selecto.

Posteriormente en nuestro país se desarrolla un nuevo tipo de cacao en el cantón Naranjal provincia del Guayas conocido como CCN 51, que es un tipo de cacao de alta producción con características diferentes al cacao nacional, por lo que el Ecuador tiene 2 tipos de cacao importantes para el proceso chocolatero.

Ubicación de la Empresa

Km. 7.5 vía a Daule
Lotización Santa Cecilia
Teléfono: (593 4) 225 0783 – 225 0782
Email: iontaneda@eco-kakao.com.ec
info@eco-kakao.com.ec
Guayaquil-Ecuador

Experiencia internacional¹²

Eco Kakao cuenta con una infraestructura comercial en todo el territorio ecuatoriano, está entre los mejores grupos de medianos exportadores de cacao fino de aroma, u espera aumentar capacidad operativa a corto plazo, especializándonos en cacaos de origen con perfil de sabor.

Eco Kakao cuenta con distribuidores exclusivos en los EEUU y en países de América y Europa, ofreciendo a sus clientes productos competitivos y de alta calidad.

El aprendizaje, la experiencia y los logros de los últimos años son el “fundamento” para su proyección hacia el futuro, generan placer y beneficio y esa es también la razón de ser de su actividad económica.

Experiencia en: EE.UU., Canadá, México, Italia, Japón, China, Alemania, Francia, Holanda, Colombia

¹² Experiencia Internacional – Grupo Chocolate Ibarra <<http://elempleado.mx/experte-sabor-y-color>>



CALIDAD, SECRETO DEL ÉXITO

La calidad ha sido uno de sus pilares a nivel nacional e internacional. Su secreto consiste en mantener la calidad y continuar con la fórmula tradicional para recolectar el cacao

A pesar de la crisis económica y el impacto inflacionario en productos como el cacao, el azúcar, el combustible y el servicio de electricidad, la empresa se mantiene fiel a los ingredientes y procedimientos que le han abierto puertas a nivel nacional e internacional.

Responsabilidad Social de la Empresa

Eco-Kakao, viene efectuando en los últimos años, programas de asistencia técnica a pequeños agricultores de cacao ecuatoriano en diferentes zonas de Ecuador como: Manabí, El Oro, Esmeraldas; entre otras provincia ubicada al Norte y Sur de Ecuador conocida por su gran calidad en la producción de cacao. El objetivo de nuestro programa es obtener un cacao de altísima calidad con cualidades físicas y organolépticas de grano que contribuyen a obtener un excelente producto, a través de la capacitación, formación y fortalecimiento de asociaciones agrícolas y agricultores independientes mediante la técnica de escuelas de campo.

El programa ha dado un resultado positivo de capacitación de alrededor 3.000 pequeños productores mediante el empleo de técnicas de control de ingresos, manejo de cultivos, (orgánicos), y procesamiento de post-cosecha (el mismo que es esencial para obtener cacaos de altas fermentaciones), todos estos procesos son realizados netamente con labores culturales amigables con el medio ambiente.

Así como también capacitaciones en áreas financieras para que el agricultor aprenda a ordenar sus ingresos y controlar los gastos que incurren desde la siembra hasta la cosecha del producto. Aplicando este orden a su presupuesto familiar volviendo rentable su economía vía planificaciones estratégicas.

Una vez cumplido el propósito de mejoramiento de la producción y manejo de la cosecha, logrando así un cacao de calidad y consecuentemente habiendo la necesidad implícita de comercialización del producto, la empresa Eco-Kakao S.A., ha logrado posicionar este cacao diferenciado en los mercados internacionales a efecto de que los pequeños agricultores reciban un precio justo en la comercialización del mismo, en beneficio de mejorar la calidad de vida del agricultor cacaotero.

SWOT DE EXPORTACIÓN

<p>Amenazas (Externo): Falta de inversión y financiamientos en la región. Inestabilidad de los precios internacionales. La competencia con grandes producciones de otros países (África y Brasil). La Salud y el Cacao Competidores Nacionales Tipo de Cambio</p>	<p>Fortalezas (Interno): Calidad & Tradición. Empresa certificada Variedades de Cacao Cacao orgánico y ecológico (Salud) Mantener Formula tradicional Innovación del Producto Ubicación de la empresa. Posicionamiento de la marca.</p>
<p>Oportunidades (Externo): Nuevos Nichos de Mercado Comercio Justo cacaoero Calidad & estrategias Especialización & Nuevas tendencias Relación Demanda & Precio Sello de Cacao Ecuatoriano (Calidad Arriba) Técnicas de Cultivo (Mejor aroma & sabor) Calidad Orgánico (No endulzantes artificiales)</p>	<p>Debilidades (Interno): Elevado costo del beneficio No control en el procesamiento de materias primas. No trazabilidad (No acceso a productores asociados) Crisis Cacaotera, Impacto Inflacionario. Dificultad de acceso de materias primas. Falta de financiación.</p>

ACCESO AL MERCADO COLOMBIANO

Métodos de exportación

Se podría pensar que la forma más óptima de importación de Ecuador a Colombia es por medio terrestre, sin embargo la problemática de la congestión de las carreteras y el aumento creciente de la movilidad, principalmente asociada a este tipo de transporte y los altos precios de movimientos terrestres, ponen de manifiesto la necesidad de buscar nuevas alternativas.

La modalidad marítima ha supuesto una revolución en el transporte de mercancías, ya que permite alcanzar una mayor efectividad en la cadena de transporte y disminuir de manera considerable las emisiones contaminantes a la atmósfera además de otros impactos. A esto hay que añadir que la logística aplicada en estos modos de transporte se ha visto desarrollada de una manera importante disminuyendo los tiempos de espera, tiempos de manejo de la mercancía y mejorando la seguridad en el transporte.

Es por todas las razones anteriores que este proceso de importación se hará marítimo. El sistema portuario de Ecuador, está compuesto de cinco (5) puertos estatales y diez muelles privados especializados en carga general y petróleos. El principal puerto es el de Guayaquil, que maneja el 70% del comercio exterior del Sistema Portuario Nacional.

Exportación Marítima

País de Origen: Ecuador
 Puerto de Origen: Guayaquil
 País de Destino: Colombia
 Puerto de Destino: Buenaventura
 Ruta Directa
 Línea Naviera: Hamburg Süd
 Días de Tránsito: 1 día

Término de Negociación

La negociación para este producto fue *EXW*¹³ (Incoterm 2010), donde el exportador Colombiano asumirá absolutamente todos los gastos, seguros y costos aduaneros del movimiento de la mercancía hasta Colombia, se hará un movimiento marítimo desde Ecuador hasta Colombia y por esa razón es indispensable detallar todos los requisitos y barreras arancelarias y no arancelarias del comercio exterior para el caso de este producto.

+ Incoterms2010

Responsabilidades del vendedor y el comprador
 en el proceso de distribución física internacional, según el término pactado

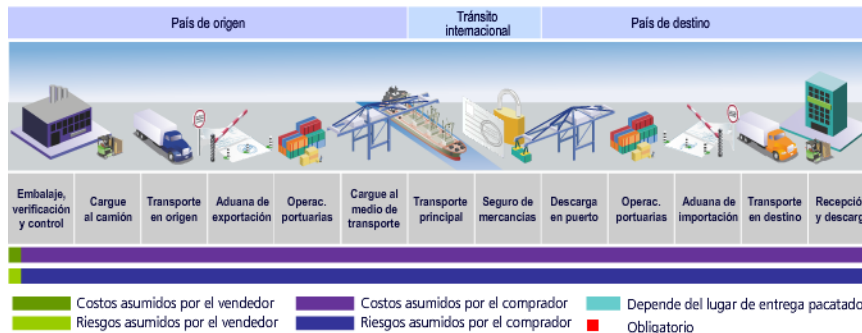
Seleccione un término ▼

Cualquier modo de transporte						Transporte marítimo y vías navegables interiores				
EXW	FCA	CPT	CIP	DAT	DAP	DDP	FAS	FOB	CFR	CIF

Qué regulan los Incoterms
 Ver cambios en incoterms 2010
 Ver evolución de los Incoterms

Los Términos Internacionales de Comercio (Incoterms, por su acrónimo en inglés) son utilizados en contratos de compraventa nacional e internacional.

De acuerdo con la Cámara de Comercio Internacional (CCI), estas reglas simplifican la redacción de dichos contratos y ayudan a evitar malentendidos, estableciendo de forma clara ciertas obligaciones tanto para el comprador como para el vendedor.



Envase y embalaje

El cacao en grano entero o partido, crudo será exportado en sacos de fibra natural de 50 kilos, acorde con estándares de calidad y certificaciones específicas (certificado de origen, certificado fitosanitario, etc.). Estos granos necesitan cuidado por lo que el embalaje externo a utilizar, saco de fibra natural ya que estos sacos son biodegradables y ofrecen óptimo rendimiento conservando el aroma, la humedad y temperatura adecuada para el almacenamiento del producto permitiendo su aireación. Entre sus características tenemos:

¹³ Incoterm 2010 <<http://www.procomer.com/contenido/descargables/logistica-exportacion/otros/incoterm-2010.pdf>>

- Son ideales para el trabajo pesado.
- Conservan el aroma y el sabor del producto empacado
- Brinda facilidad en el arrume del producto a la hora de realizar la unitarización a través de los pallets y la estiba a la hora de colocarlo en el medio del transporte y como consecuencia a esta ventaja se podrá obtener un flete más económico
- Tienen excelente resistencia a caídas y manejo brusco por lo que tienen mayor seguridad y esto nos garantiza una reducción de costo en la prima de seguro
- Son un tejido (Fibra) con memoria (es decir que permite muestreos ya que los hilos pueden reacomodarse de nuevo sin afectar el tejido).
- No contaminan el medio ambiente porque al descomponerse aportan nutrientes al suelo.

Detalle de embalaje de exportación



2 contenedores 40 Reefer
Tara Contenedor 3750 Kgs
Carga Contenedor 29000 Kgs

580 Sacos de fibra natural (50Kg)
Sellado de exportación para saco
Manipulación, Almacenaje y Transporte

1160 Sacos con granos de Cacao
Exportación Total de 58000 Kgs de Cacao

Estrategias de inserción

Acuerdos en Vigencia:



CAN¹⁴

Comunidad de países unida voluntariamente con el objetivo de alcanzar un desarrollo integral, más equilibrado y autónomo, mediante la integración andina, suramericana y latinoamericana.

Los países que la integran - Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú- están unidos por el mismo pasado, una variada geografía, una gran diversidad cultural y natural, así como por objetivos y metas comunes.

Los cuatro países presentan una gran diversidad cultural, étnica y lingüística. Poseen riquísimas manifestaciones folklóricas y artísticas que los unen aún más.

¹⁴ CAN <<http://www.comunidadandina.org/>>

Clasificación arancelaria del producto



Posición Arancelaria

1801.00.11.00

Descripción técnica del producto:

Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.

- Crudo:

- - Para siembra

Unidad Física: Kilogramo.

Entidades reguladoras de este producto

Entidades Reguladoras pertinentes en el Comercio de productos Alimenticios en Colombia

Ministerio de Salud¹⁵: Ministerio del poder ejecutivo Colombiano que regula normas y directrices relacionadas con la salud pública, la pobreza, la población en riesgo y la asistencia social.

Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (INVIMA)¹⁶: Es la institución encargada de proteger y promover la salud de la población Colombiana, por medio de requisitos, inspecciones y permisos especiales que gestionen cualquier riesgo relacionado con alimentos, medicamentos y en general cualquier producto que necesite vigilancia sanitaria.

Legislación pertinente

Requisitos Técnicos Rótulos o Etiquetas

Información debe ser objetiva y veraz (Información en español)

Es aceptable etiquetas después del proceso de nacionalización Reconocimiento y control de las autoridades sanitarias.

Información explícita en etiquetas:

1. Nombre del producto.
2. Lista de ingredientes (orden decreciente - contenido en peso)
3. Peso neto
4. Nombre y dirección del productor o procesador.
5. Nombre y dirección del importador
6. Identificación del lote
7. Fecha de caducidad, vida útil mínima.
8. Instrucciones para el uso del producto.
9. Número de registro sanitario expedido por el INVIMA.

Para productos alimenticios importados se puede usar un adhesivo para indicar los porcentajes de consumo diario.

¹⁵ Ministerio de Salud <<http://www.minsalud.gov.co/Paginas/default.aspx>>

¹⁶ INVIMA <www.invima.gov.co>

Los siguientes nutrientes requieren declaración obligatoria:

Etiquetado Nutricional	
Tamaño de la porción 1 taza (30 g)	
Porciones por recipiente 2	
Cantidad por porción	
Calorías 200 calorías a partir de la grasa 120	
% del valor diario*	
Grasa total 13 g	20%
Grasa saturada 5 g	25%
Colesterol 30 mg	10%
Sodio 150 mg	25%
Carbohidratos totales 31 g	10%
Fibra dietética 0 g	
Azúcares 5 g	
Proteína 5 g	
Vitamina A 4%	Vitamina C 2%
Calcio 15%	Hierro 1%

*El porcentaje del valor diario se basa en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de las necesidades calóricas.

	Calorías 2000	2500
Grasa total	Menos de 65 g	80 g
Grasa saturada	Menos de 20 g	25 g
Colesterol	Menos de 300mg	300mg
Carbohidratos	Menos de 300mg	300mg
Sodio	Menos de 2400mg	2400mg
Carbohidratos totales	300 g	375 g
Fibra dietética	25 g	30 g

Calorías por gramo:
Grasa 9 • Carbohidratos 4 • Proteína 4

- Contenido energético (calorías totales, calorías de grasa);
- Contenido de proteínas;
- grasas totales,
- grasas saturadas,
- grasas trans,
- colesterol,
- sodio,
- carbohidratos,
- fibra dietética y azúcares,
- Contenido de vitamina (A y C), hierro y calcio

Barreras al Comercio Exterior en Colombia

Barreras Arancelarias

IVA: 16%, desde Enero 1 de 2013

Gravamen sin acuerdo: 10%, Enero 01 de 2007.

Gravamen por Acuerdo Internacional CAN: 0%, Enero 01 DE 2007.

Barreras No Arancelarias

Barreras No Arancelaria para este producto (Vigentes desde Enero 1 de 2007)

1. Registro Sanitario - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos.
2. Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos.
3. Certificado de Origen

¿Dónde se pueden tramitar estos documentos en cada país?

Certificados	Empresa Colombiana encargada	Empresa Ecuador encargada
Registro Sanitario	INVIMA	Autoridad Sanitaria Nacional
Visto Bueno	INVIMA	Autoridad Sanitaria Nacional
Certificado de Origen	No Aplica	EcuPass

Envases, empaques y rótulos¹⁷

Regulaciones aduaneras colombianas establecen condiciones especiales de embalaje, empaque y rotulación solamente para la importación de productos comestibles, farmacéuticos y materiales considerados peligrosos o tóxicos, en relación con los productos comestibles, como los comprendidos por la partida arancelaria 1806.06.31.00 se debe indicar expresa y claramente en el rotulo: los ingredientes, el nombre del producto, fecha de vencimiento, el número de licencia sanitaria oficial, instrucciones de conservación y la identificación de los fabricantes.

¹⁷ RESOLUCION NUMERO 005109 DE 2005
https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/resolucion_005109_2005.pdf



La empresa Colombiana

Historia

Xiocolà S.A. fue fundada en 2012 en Bogotá, Colombia por dos amigas que se conocieron en la Universidad de los Andes y se inspiraron por la tradición Colombiana del Chocolate Caliente, si bien Colombia es una tierra cafetera por excelencia también se tiene la costumbre del chocolate Caliente, Empezaron en un local del Andino donde vendían bebidas calientes, jugos y algo de pastelería (Todos productos de la más alta calidad que se puede encontrar en el país), la idea era llevar la experiencia de tomar chocolate caliente a un nuevo nivel, era adentrarse en su historia y en sus beneficios, incluso una vez a la semana programaban (y todavía lo hacen) catas de chocolate.

La tienda fue un éxito y ha captado la atención de varios inversionistas, pero a sus dueñas les interesa primero terminar de perfeccionar su labor y su pasión alrededor de Bogotá.

Actualmente el único más conocido “Choco Shop” en la región y sus dueñas dicen haber perfeccionado al máximo sus deseos con lo que se puede obtener con el producto nacional, ahora desean empezar a importar chocolate de mayor calidad y pureza y comenzar una nueva etapa para la empresa y una nueva experiencia para sus clientes.

Cantidad de Sucursales en 2014: 10 sucursales.

Misión

Transformar el cotidiano concepto de tomar chocolate caliente en una inspiradora experiencia.

Xiocolà no es sólo un lugar donde vas a tardear con tus amigos, es el lugar donde vas a disfrutar cada momento, desde la persona que te atiende, hasta el lugar donde te sientas. Tenemos dos promesas inquebrantables:

1. La promesa de la bebida perfecta.
2. La promesa de una experiencia inspiradora.

El lugar:

Cada cliente es un miembro de la familia Xiocolà que al llegar a nuestras instalaciones experimenta la sensación de pertenencia e inspiración, somos templo de reflexión donde nadie trae sus problemas o si los trae sale con soluciones. Somos un lugar que demuestra que siempre hay mejores perspectivas de la vida.

El producto

4 Capsulas de Chocolate de 4 sabores diferentes:



Descripción

Las capsulas de chocolate son elaboradas a base de cacao puro y aromático, para preparar una deliciosa y tradicional bebida de chocolate Colombiana, así mismo puede ser utilizada para preparar múltiples recetas del arte culinario.

Ingredientes

Dependiendo del tipo de Chocolate se dividen los ingredientes:

1. Blanco: 25% Manteca de Cacao pulverizada, 75% Leche en polvo.
2. 50%: 50% Manteca de Cacao pulverizada, 50% Leche en polvo
3. 75%: 75% Manteca de Cacao pulverizada, 25% Leche en polvo
4. 100%: Totalmente manteca de Cacao pulverizada (Muy amargo).

Modo de Preparación para el cliente

Toma su Choclatera o Cafetera y agrega una capsula de Chocolate de Xiocolà y espera que se procese, no es necesario agregar azúcar ni canela, la capsula tiene el balance perfecto nutricional para sus usuarios.

En caso de no tener Chocolatera o Cafetera, el proceso se puede hacer calentando la leche y justo antes de hervir agregar la capsula de Xicolà y mezclar.

Información Nutricional



Cantidad de una porción de 20.00 g.

Contenido energético 93,2 kcal

Grasas (Lípidos) 2,8 g

Sodio 0 mg

Carbohidratos (Hidratos de carbono) 16,1 g

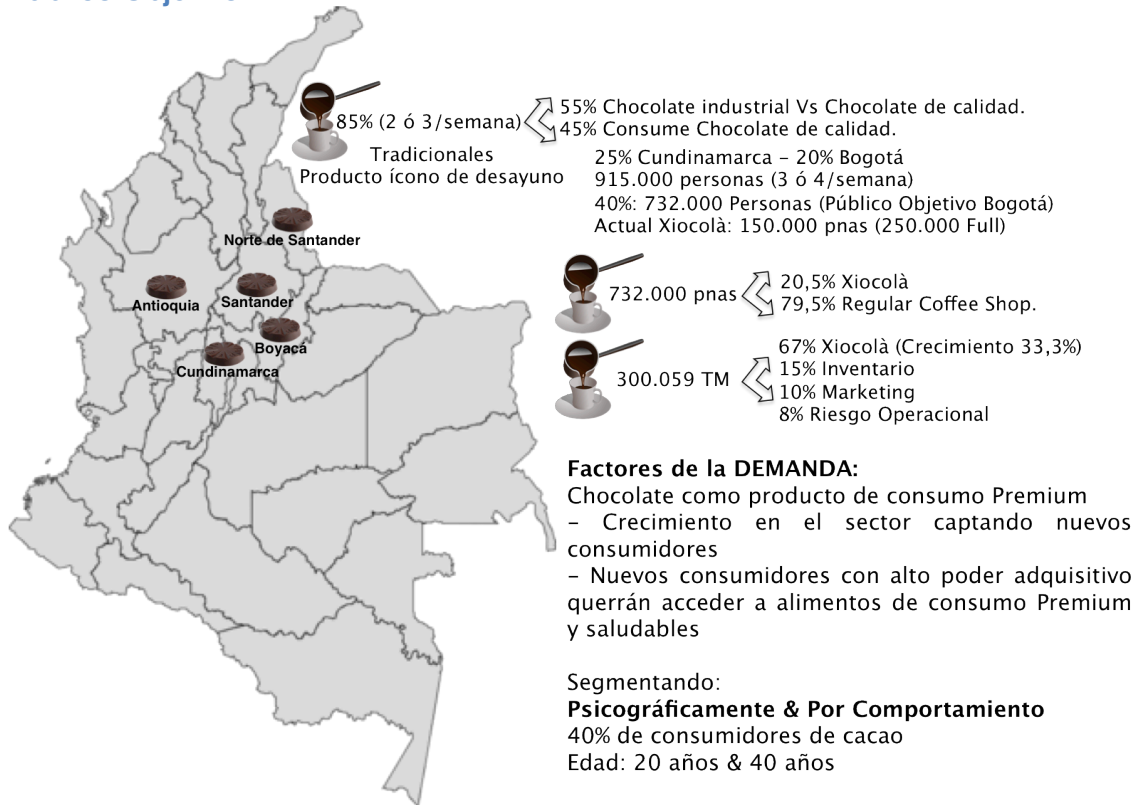
Proteínas 0,9 g

Beneficios del producto¹⁸

1. Previene enfermedades del corazón
2. Disminuye el riesgo de accidente cerebrovascular
3. Aumento el Colesterol Bueno
4. Disminuye la presión arterial
5. Mejora la visión
6. Refuerza el estado de animo
7. Previene el cancer
8. Activa la sensación de bienestar por la Teobromina.

¹⁸ Beneficios del Consumo de chocolate < <http://www.consejosdieteticos.com/los-9-beneficios-del-chocolate-eso-si-que-sea-negro/>> < <http://salud.uncomo.com/articulo/cuales-son-los-beneficios-del-chocolate-para-la-salud-21569.html>>

Publico Objetivo



TIPO DE DECISIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL PUBLICO OBJETIVO

Conoce el producto pero no la marca ni el concepto: Necesita Información Adicional.

¿En qué parte del proceso de “Decisión de compra” debemos estar?

1. En el Momento de la compra – Elección de la Marca
2. Generación de Deseo – Calidad.

Posicionamiento por:

- Beneficio
- Competidor
- Calidad & precio

Rotación de clientes en Xicolà

Visitantes Máximos Diarios: 820 personas

Visitantes Prospectados Diarios: 656 personas

Visitantes Actuales Diarios: personas (Personas que se quedan + Personas que compran productos to take away): 492 personas

Visitantes Máximos Mensuales: 25.000 personas

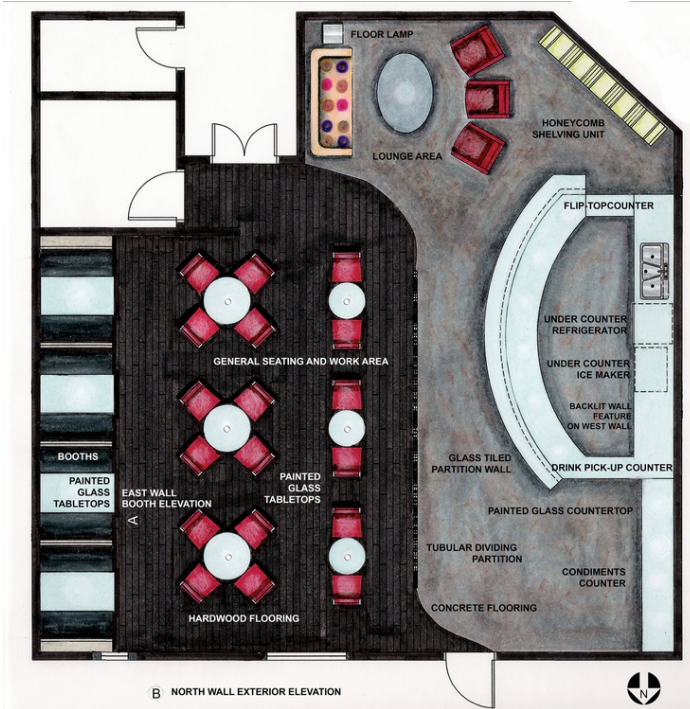
Visitantes Prospectados Mensuales: 20.000 personas

Visitantes Actuales Mensuales: 15.000 personas

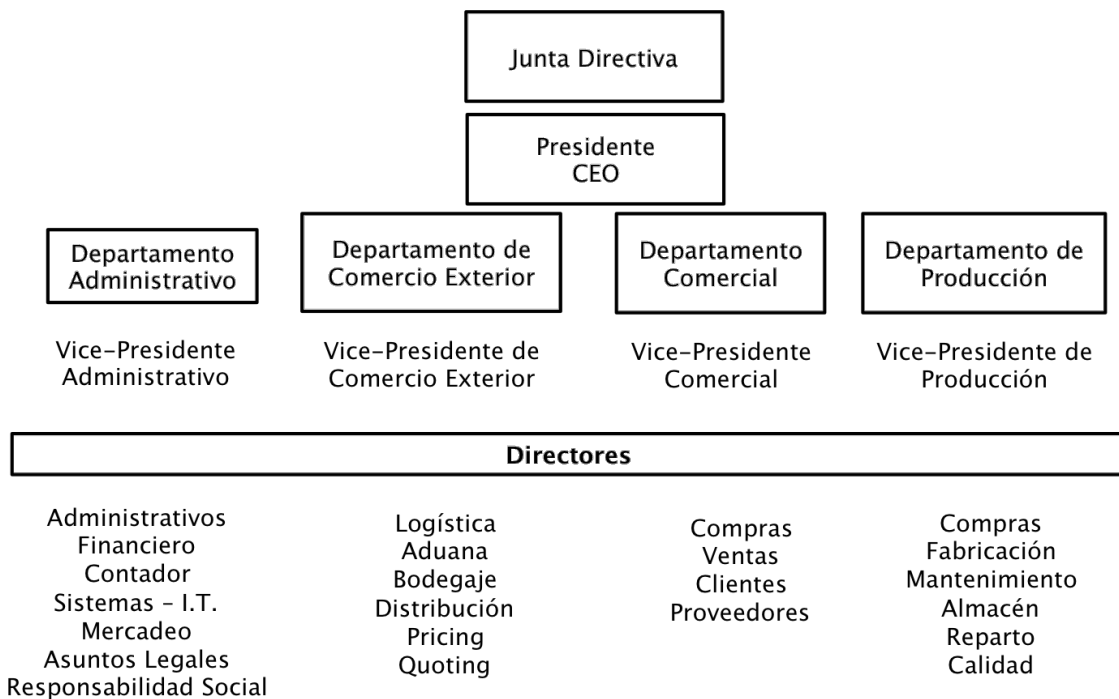
Los anteriores Valores, son valores en promedio considerando aproximadamente una hora de estadía en el local (17 horas abierto), 15 mesas y 3 personas por mesa (Claramente como hay gente que se demora 2 horas y va en grupo de 5 personas, también hay personas que no van a consumir, sino solo a comprar el producto para llevar)

Primero en Fidelización (Tarjeta de Fidelización)
 Horario de atención: Desde las 7:00 am hasta las 12:00 m
 Portafolio Exclusivo de productos importados
 Asociado con Productos de Calidad & Especializados
 Servicio personalizados

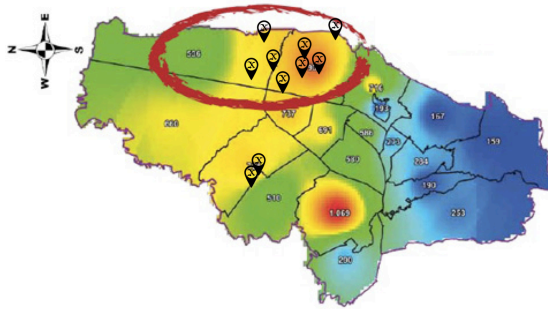
LayOut de la Tienda Chocolatera



Organigrama Xicolà

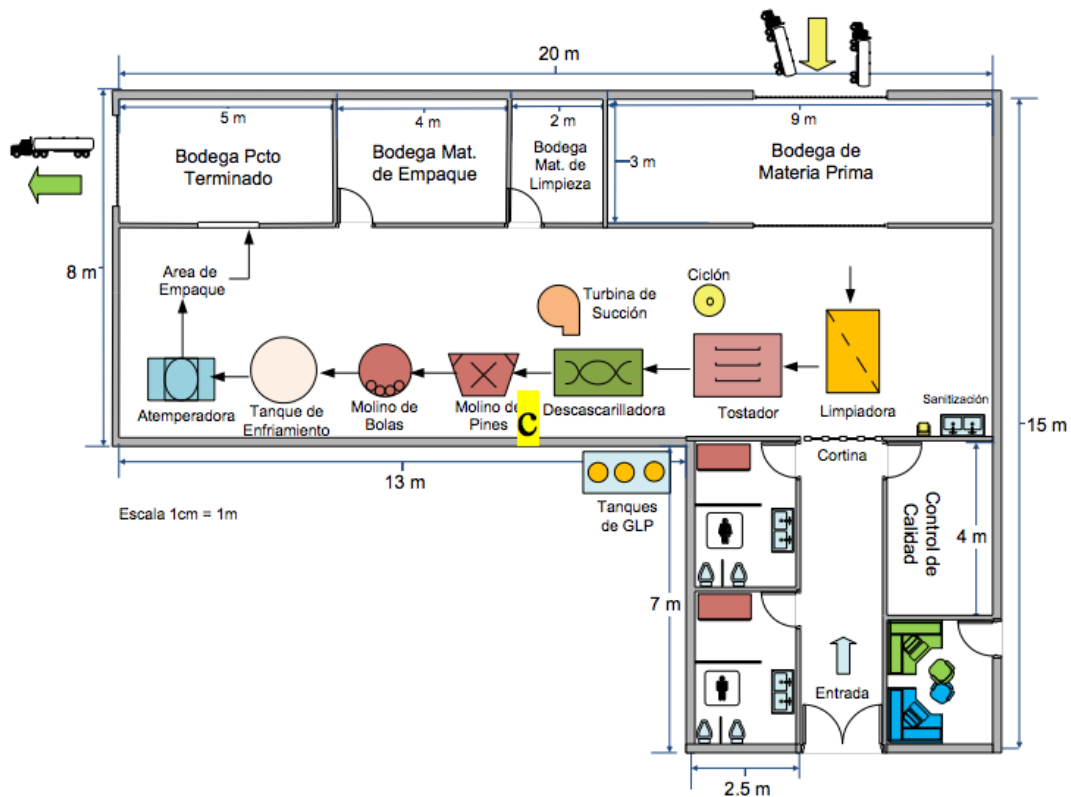


Ubicación de la Empresa



Ubicación Principal
 Bogotá Boutique Andino
 Dirección: Carrera 11 No. 82-77
 Telefono: 313 656 06 34
 Bogotá – Cundinamarca
 Colombia

LayOut de la Planta de Procesamiento



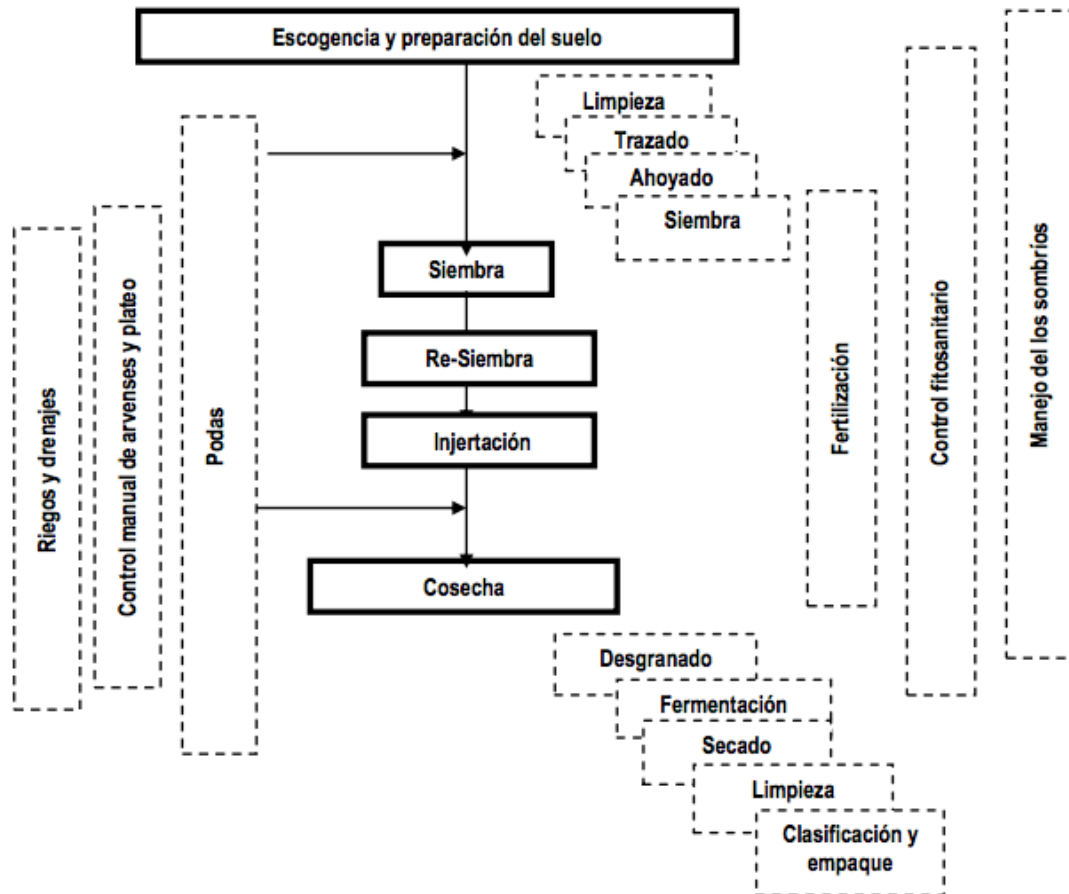
Proceso Productivo en la planta de Procesamiento

A continuación se detalla el proceso productivo desde la adquisición de los granos de café fresco hasta la obtención del producto final core de Xicolà.



En resumen, una vez se tiene los granos de cacao importado lo primero que se debe hacer es limpiarlos, después el grano pasa por un proceso de tueste de acuerdo a sus características para que las habas de cacao puedan ser extraídas eficientemente, una vez se concluye lo anterior (Descascarado) se procede al molino que en donde las habas se convierten en pasta de cacao sin filtrar y para finalizar el proceso esta manteca de cacao se purifica extrayendo las cantidades sólidas aún contenidas en la pasta de cacao.

Figura 41. Diagrama general del proceso de establecimiento, manejo y beneficio del cacao



MARKETING MIX

Precio

PRECIO	
Valor Mercancía	136770 USD
Inland Ecu	1000 USD
Otros Gastos Ecu	200 USD
Gastos Terminal Ecu	300 USD
Flete Internacional	1200 USD
Seguro Internacional	1368 USD
Gastos Portuarios CO	375 USD
Otros Gastos CO	5742 USD
IVA (16%)	22534 USD
Inland CO	667 USD
TOTAL	147622 USD
Utilidad Xiocolà	867134 USD
Transformación	33757 USD
Administrativo	32500 USD
Mercadeo CO	29167 USD
Empa/Log/Insu	49000 USD
Precio Total	1156178 USD
Precio Paquete	6 USD
Precio Unitario	0,642 USD

Competidores en Bogotá

AMOR PERFECTO \$ 2.000 COP
DEVOTION \$ 2.500 COP
Juan Valdez \$ 3.500 COP
STARBUCKS COFFEE \$ 4.000 COP
GMA \$ 2.500 COP
Product X \$ 1.540 COP

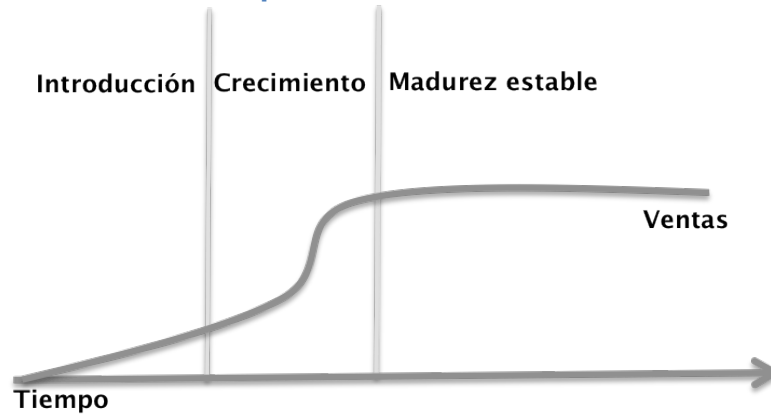
PRECIO	
Valor Mercancía	136770 USD
Inland Ecu	1000 USD
Otros Gastos Ecu	200 USD
Gastos Terminal Ecu	300 USD
Flete Internacional	1200 USD
Seguro Internacional	1368 USD
Gastos Portuarios CO	375 USD
Otros Gastos CO	5742 USD
IVA (16%)	22534 USD
Inland CO	667 USD
TOTAL	147622 USD
Utilidad Xiocolà	867134 USD
Transformación	33757 USD
Administrativo	32500 USD
Mercadeo CO	29167 USD
Empa/Log/Insu	49000 USD
Precio Total	1156178 USD
Precio Paquete	6 USD
Precio Unitario	0,642 USD

Competidores en Bogotá

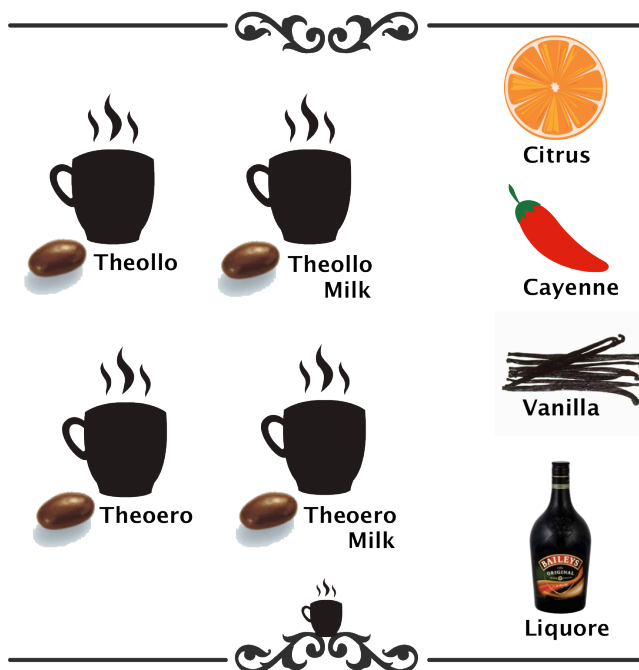
Luker \$ 3.250 COP
Choco Lynes \$ 3.760 COP
Laag \$ 3.090 COP
Luker Cacao \$ 10.000 COP
Coti \$ 22.000 COP
Product X \$ 15.400 COP

Producto

Ciclo de vida del producto



Detalle de variedad de Theobroma (Linaje Cacaotero)¹⁹



Plaza

Estaremos en la Boutique de Andino mencionada anteriormente y tendremos algunos stands promocionales del producto con nuestros aliados estratégicos.

Promoción

Mejor atributo de Nuestro Producto:

Calidad Orgánica, Tradición, No endulzantes artificiales.
Calidad & Tradición.

Estrategias en función a ventajas Competitivas

¹⁹ Theobroma, griego: Alimento de dioses (Theobroma cacao, es una de las 20 especies de pequeños árboles nativos de la selva tropical de centroamerica y sur america, de la familia Malvaceae)

Muestras:

- 2 Toneladas Muestras Comerciales
- Contacto directo
- Stand Adicional Privilegiado (En puntos estrategicos)



**Stand
Activación de Marca**



**Stand
Degustación**

- Percepción exclusiva & Estimulos
- Acuerdo con otras empresas: Carulla, Santa Elena, Myriam Camhi.
- Promoción & Anuncio de llegada Web & Periódicos

<http://www.xiocola.com.co>

¡Muy pronto llegará a Xiocolà la más pura variedad de cacao conocida!

SERVICIOS BLOG CONTACTO

AMOR, VENERACIÓN, FIDELIDAD

CON HUMILDAD Y CURIOSIDAD, NOS RODEAMOS DE UN MUNDO GASTRONÓMICO ÚNICO QUE NO PARA DE CAMBIAR Y SORPRENDER. LA ALTA GASTRONOMÍA ES UN ESTILO DE VIDA LLENO DE PLAGERES, SENTIMIENTOS Y SENSACIONES ÚNICAS.





VISITA EL BLOG


- Desarrollo de mensaje promocional de impacto en Redes Sociales.

- Regalos promocionales dentro del local



Catas de Chocolate

 <ul style="list-style-type: none">• impieza, color, intensidad y fluidez.• No debe tener manchas ni marcas.• El color indica el contenido en cacao.	 <p>Cada tipo de grano ofrecerá una paleta de olor diferente, aprecia sus distintas notas de cuero, frutos secos, florales, especias, vainilla, tabaco.</p> <p>Aromas primarios, secundarios y terciarios.</p>
 <p>Cuanto más suave sea su textura más fundente será en boca.</p>	 <p>Deja que se derrita en la boca. Comprueba su sabor: ácido, amargo, picante, salado, dulce.</p> <p>Comprueba su textura, cuerpo y equilibrio</p> <p>El chocolate contiene más de 1500 componentes de sabor.</p>



PLAN ECONOMICO

El plan económico está detallado en Excel, sin embargo es importante resaltar que hubo un proceso investigativo previo para realizar este archivo en Excel y las proyecciones, y encontramos datos representativos importantes en cuanto a los costos laborales, los gastos de producción y los costos de administración y ventas que ubicaron al proyecto en un plan económico promedio de este sector.

Costos laborales

Los costos laborales del personal de producción están entre el 7% y el 8% de los costos y gastos totales del sector y los laborales del personal administrativo está entre los 3% y 4%, lo anterior se podrá ver reflejado en detalle en la siguiente tabla:

Estructura de Costos en Colombia. Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Costos y gastos de producción								
Costos de materias primas, materiales y empaques consumidos	43,8%	44,9%	43,1%	49,0%	44,7%	50,1%	36,0%	37,5%
Costos laborales de producción (1)	7,2%	7,6%	7,1%	8,4%	7,1%	7,5%	5,6%	20,3%
Gastos de producción (2)	8,1%	7,9%	9,2%	9,0%	14,1%	15,5%	13,2%	11,1%
Variación de inventarios de productos en proceso y terminados	0,3%	-0,2%	1,2%	0,5%	0,6%	-0,2%	1,3%	0,0%
Costos y gastos de administración y ventas								
Costos de materias primas, materiales y empaques vendidos sin transformar (3)	0,1%	0,1%	0,2%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,4%
Costos de productos vendidos sin transformar	18,8%	18,9%	18,4%	15,9%	7,8%	2,7%	17,1%	8,7%
Gastos laborales de Administración y ventas (4)	4,0%	3,4%	3,6%	4,3%	4,0%	4,4%	3,0%	4,9%
Otros gastos de administración y ventas (5)	17,8%	17,5%	17,2%	12,2%	21,3%	19,5%	23,3%	17,2%

Fuente: EAM (DANE). Clase industrial CIU Rev. 3: 1581.

Gastos de producción

Por otro lado en esta misma tabla se observa que la participación de gastos de producción del sector incrementó en promedio 13% dentro de los costos y gastos del sector.

Costos de administración y ventas

También se puede ver en la gráfica anterior que los costos y gastos de administración en este sector en Colombia han decrecido sustancialmente y que de estos costos el rubro de "otros gastos de administración y ventas" es el que tiene más participación (Mercadeo, muestras regalías, impuestos, mantenimientos etc).

El mercadeo tiene una participación muy variable y no constante como lo muestra la gráfica a continuación:

Costos y Gastos de Administración y ventas del sector de chocolatería y confitería en Colombia

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Arrendamiento de bienes inmuebles	1,0%	1,1%	0,9%	0,6%	8,6%	0,7%	0,6%	0,8%
Alquiler de maquinaria y equipo	0,5%	0,1%	0,1%	0,4%	0,2%	0,4%	0,2%	0,4%
Honorarios y servicios técnicos	3,4%	3,1%	2,8%	2,1%	11,6%	2,5%	3,0%	3,1%
Seguros (1)	0,6%	0,7%	0,6%	0,8%	1,6%	0,7%	0,8%	0,7%
Servicios públicos (2)	2,8%	2,2%	2,0%	2,5%	2,4%	2,1%	1,4%	2,2%
Publicidad y propaganda	36,6%	41,3%	34,4%	53,9%	22,6%	35,4%	16,6%	21,7%
Otros (3)	55,1%	51,5%	59,1%	39,8%	52,9%	58,3%	77,4%	71,0%

Notas:

(1) Seguro, excepto prestaciones

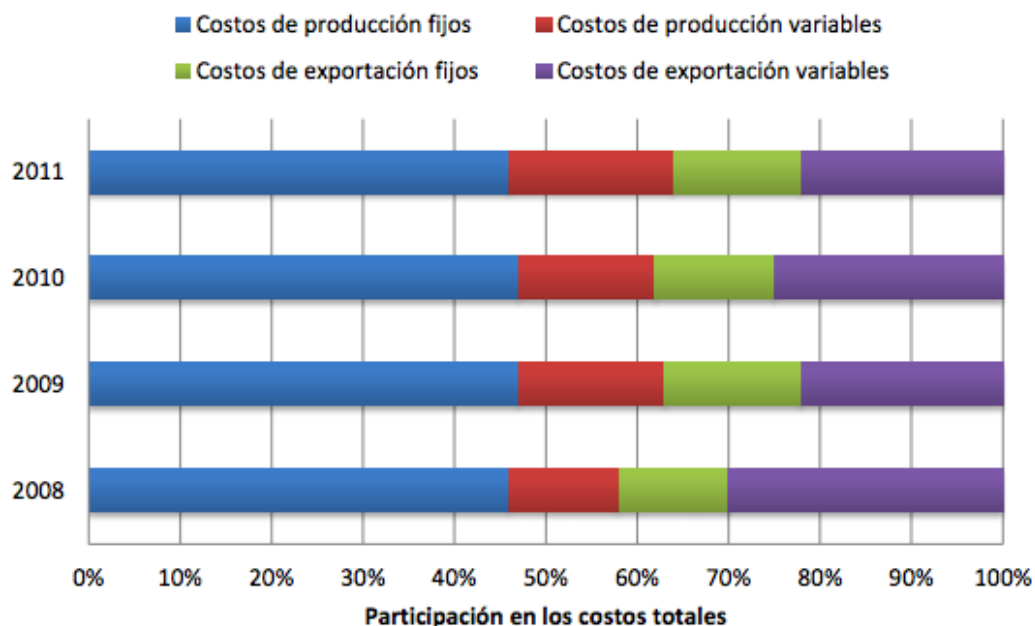
(2) Cualquier servicio público, excepto energía

(3) Comprende, entre otros: costos, muestras, mantenimiento, regalías, impuestos, gastos, etc.

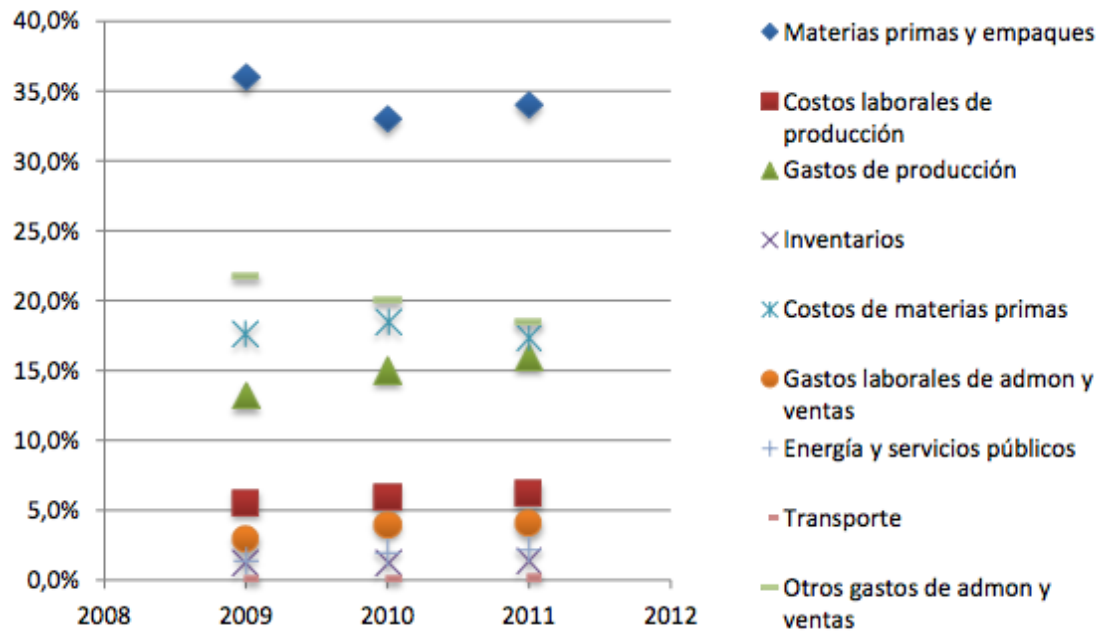
Fuente: EAM (DANE). Clase industrial CIU Rev. 3: 1581.

Este costo es lo que Sutton (1991) llama un costo hundido endógeno indicando un mercado competitivo donde las empresas compiten en dimensiones diferentes al precio y buscan expandir sus partes de mercado compitiendo en estas dimensiones. Los otros rubros como muestras, mantenimiento, regalías, impuestos, gastos, se ajustan más a la idea de costos fijos exógenos.

Es entonces importante resumir que según la distribución media de los costos y gastos en este sector en Colombia, y basándose en datos reales la estructura de costo promedio está distribuida de la siguiente manera:



Adicionalmente se calcula la participación porcentual de rumbos específicos en este sector en Colombia, el promedio de los últimos años tendría las siguientes tendencias:



Plan económico Xicolà

Costos Prorrateados

COSTOS LOCALES	Costo Unitario COP	Costo Total COP	Costo Total USD
COSTOS VARIABLES		\$ 435.307.730	\$ 181.378
TRANSFORMACION DE LA MERCANCIA		\$ 81.015.873	\$ 33.757
MATERIA PRIMA		\$ 402.901.381	\$ 167.876
Granos de Cacao Nacionalizada	\$ 197	\$ 354.291.857	\$ 147.622
Otras Materias Prrimas	\$ 8	\$ 14.402.822	\$ 6.001
Procesamiento Materias Primas	\$ 12	\$ 21.604.233	\$ 9.002
Herramientas	\$ 1	\$ 1.800.353	\$ 750
Insumos	\$ 1	\$ 1.800.353	\$ 750
Etiquetas y embalaje	\$ 5	\$ 9.001.764	\$ 3.751
MANO DE OBRA		\$ 32.406.349	
Maq/Hom Procesamient	\$ 6	\$ 10.802.116	\$ 4.501
Maq/Hom Empaquetado	\$ 6	\$ 10.802.116	\$ 4.501
Maq/Hom Administrativo	\$ 6	\$ 10.802.116	\$ 4.501
COSTOS FIJOS		\$ 78.000.000	\$ 32.500
Arriendo local	6	\$ 60.000.000	\$ 25.000
Servicios	6	\$ 12.000.000	\$ 5.000
Seguridad del local	6	\$ 6.000.000	\$ 2.500
CDF + CIF (COSTOS TOTALES)		\$ 513.307.730	\$ 213.878
Costo Unitario Nacional	\$ 22,13		
GASTOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS		\$ 180.399.232	\$ 75.166
Insumos del local		\$ 45.000.000	\$ 18.750
Logística de distribución Nacional		\$ 15.399.232	\$ 6.416
Mercadeo Nacional		\$ 70.000.000	\$ 29.167
Diseño & Piezas Gráficas		\$ 50.000.000	\$ 20.833
MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVO		\$ 2.081.120.886	\$ 867.134
IMPUESTOS NACIONALES		\$ 915.693.190	\$ 381.539
TOTAL INGRESOS		\$ 2.774.827.848	\$ 1.156.178
Precio Unitario Nacional	\$ 1.541		\$ 0,642



SEMINARIO DE INTEGRACIÓN FINAL



ITEM	PESO	UNIDAD	ITEM	UNIDAD
CANTIDAD BRUTA		58,00 TONS	CONTENEDOR	2
CANTIDAD BRUTA		58.000.000,00 GR	PESO CONTENEDOR	29 TON
CANTIDAD NETA		51,04 TONS	GRANO DE CACAO/TON	\$ 2.358 USD
CANTIDAD NETA		51.040.000,00 GR	VALOR DE LA MERCANCIA	\$ 136.770 USD
GRANO DE CACAO (PESO PROMEDIO FRESCO)		2,50 GR		
GRAMAJE POR TAZA DE CHOCOLATE		28,35 GR		
TAZAS DE CHOCOLATE	1.800.353 TAZAS		TAZAS MENSUALES	300.059

GASTOS DE IMPORTACION	%	Costo Unitario COP	Costo Total COP	Costo Total USD	INCOTERM	COP	USD
Transporte Terrestre Ecuador		\$ 1.200.000,00	\$ 2.400.000	\$ 1.000			
Seguro Ecuador		\$ 240.000,00	\$ 480.000	\$ 200			
Manipuleo de Carga Ecuador		\$ 240.000,00	\$ 480.000	\$ 200			
Verificaciones & Controles Ecuador		\$ 120.000,00	\$ 240.000	\$ 100			
					FOB		\$ 138.270
Flete Internacional		\$ 1.440.000,00	\$ 2.880.000	\$ 1.200			
Seguro Internacional		\$ 1.641.244,56	\$ 3.282.489	\$ 1.368			
					CIF		\$ 140.838
Descarga de la Mercadería		\$ 100.000,00	\$ 200.000	\$ 83			
Manipuleo de Carga Colombia		\$ 50.000,00	\$ 100.000	\$ 42			
Verificaciones y Control Colombia		\$ 50.000,00	\$ 100.000	\$ 42			
Costo de Mercadería en Deposito		\$ 250.000,00	\$ 500.000	\$ 208			
Tramites & Certificados Colombia		\$ 50.000,00	\$ 100.000	\$ 42			
Transporte hasta el lugar de Procesamiento		\$ 800.000,00	\$ 1.600.000	\$ 667			
Seguro Colombia		\$ 80.000,00	\$ 160.000	\$ 67			
Gastos Bancario	1%	\$ 1.690.057,01	\$ 3.380.114	\$ 1.408			
Honorarios Profesional en Comercio Exterior	3%	\$ 5.070.171,02	\$ 10.140.342	\$ 4.225			
TOTAL COSTOS GENERADOS POR LA EXPORTACION		\$ 13.021.472,58	\$ 26.042.945,16	\$ 10.851,23			

NACIONALIZACION DE LA MERCANCIA \$ 54.081.824 \$ 22.534

Financiación

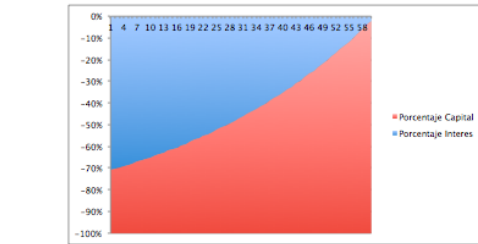
Necesidad de efectivo	-\$ 300.000,00
Porcentaje a financiar	60%
Monto efectivo a prestar (VA)	-\$ 180.000,00
Interés Mensual (TASA)	25%
Total de Periodos (NPER)	60

Pago Mensual (PAGO)	\$ 5.283,24
Total Interés Pagado	-\$ 136.994

Año 1	Saldo Capital	Cuota Mensual	Interés	Abono a Capital
1	-\$ 180.000	\$ 5.283,24	-\$ 3.750	-\$ 1.533
2	-\$ 178.467	\$ 5.283,24	-\$ 3.718	-\$ 1.565
3	-\$ 176.902	\$ 5.283,24	-\$ 3.685	-\$ 1.598
4	-\$ 175.304	\$ 5.283,24	-\$ 3.652	-\$ 1.631
5	-\$ 173.673	\$ 5.283,24	-\$ 3.618	-\$ 1.665
6	-\$ 172.008	\$ 5.283,24	-\$ 3.583	-\$ 1.700
7	-\$ 170.308	\$ 5.283,24	-\$ 3.548	-\$ 1.735
8	-\$ 168.573	\$ 5.283,24	-\$ 3.512	-\$ 1.771
9	-\$ 166.801	\$ 5.283,24	-\$ 3.475	-\$ 1.808
10	-\$ 164.993	\$ 5.283,24	-\$ 3.437	-\$ 1.846
11	-\$ 163.147	\$ 5.283,24	-\$ 3.399	-\$ 1.884
12	-\$ 161.263	\$ 5.283,24	-\$ 3.360	-\$ 1.924

Año 2	Saldo Capital	Cuota Mensual	Interés	Abono a Capital
13	-\$ 159.339	\$ 5.283,24	-\$ 3.320	-\$ 1.964
14	-\$ 157.376	\$ 5.283,24	-\$ 3.279	-\$ 2.005
15	-\$ 155.371	\$ 5.283,24	-\$ 3.237	-\$ 2.046
16	-\$ 153.325	\$ 5.283,24	-\$ 3.194	-\$ 2.089
17	-\$ 151.236	\$ 5.283,24	-\$ 3.151	-\$ 2.132
18	-\$ 149.103	\$ 5.283,24	-\$ 3.106	-\$ 2.177
19	-\$ 146.926	\$ 5.283,24	-\$ 3.061	-\$ 2.222
20	-\$ 144.704	\$ 5.283,24	-\$ 3.015	-\$ 2.269
21	-\$ 142.436	\$ 5.283,24	-\$ 2.967	-\$ 2.316
22	-\$ 140.120	\$ 5.283,24	-\$ 2.919	-\$ 2.364
23	-\$ 137.756	\$ 5.283,24	-\$ 2.870	-\$ 2.413
24	-\$ 135.342	\$ 5.283,24	-\$ 2.820	-\$ 2.464

Año 4	Saldo Capital	Cuota Mensual	Interés	Abono a Capital
37	-\$ 98.990	\$ 5.283,24	-\$ 2.062	-\$ 3.221
38	-\$ 95.769	\$ 5.283,24	-\$ 1.995	-\$ 3.288
39	-\$ 92.481	\$ 5.283,24	-\$ 1.927	-\$ 3.357
40	-\$ 89.124	\$ 5.283,24	-\$ 1.857	-\$ 3.426
41	-\$ 85.698	\$ 5.283,24	-\$ 1.785	-\$ 3.496
42	-\$ 82.200	\$ 5.283,24	-\$ 1.712	-\$ 3.571
43	-\$ 78.629	\$ 5.283,24	-\$ 1.638	-\$ 3.645
44	-\$ 74.984	\$ 5.283,24	-\$ 1.562	-\$ 3.721
45	-\$ 71.263	\$ 5.283,24	-\$ 1.485	-\$ 3.799
46	-\$ 67.464	\$ 5.283,24	-\$ 1.406	-\$ 3.878
47	-\$ 63.587	\$ 5.283,24	-\$ 1.325	-\$ 3.959
48	-\$ 59.628	\$ 5.283,24	-\$ 1.242	-\$ 4.041



Año 3	Saldo Capital	Cuota Mensual	Interés	Abono a Capital
25	-\$ 132.879	\$ 5.283,24	-\$ 2.768	-\$ 2.515
26	-\$ 130.364	\$ 5.283,24	-\$ 2.716	-\$ 2.567
27	-\$ 127.797	\$ 5.283,24	-\$ 2.662	-\$ 2.621
28	-\$ 125.176	\$ 5.283,24	-\$ 2.608	-\$ 2.675
29	-\$ 122.500	\$ 5.283,24	-\$ 2.552	-\$ 2.731
30	-\$ 119.769	\$ 5.283,24	-\$ 2.495	-\$ 2.788
31	-\$ 116.981	\$ 5.283,24	-\$ 2.437	-\$ 2.846
32	-\$ 114.135	\$ 5.283,24	-\$ 2.378	-\$ 2.905
33	-\$ 111.230	\$ 5.283,24	-\$ 2.317	-\$ 2.966
34	-\$ 108.264	\$ 5.283,24	-\$ 2.255	-\$ 3.028
35	-\$ 105.236	\$ 5.283,24	-\$ 2.192	-\$ 3.091
36	-\$ 102.145	\$ 5.283,24	-\$ 2.128	-\$ 3.155

Año 5	Saldo Capital	Cuota Mensual	Interés	Abono a Capital
49	-\$ 55.587	\$ 5.283,24	-\$ 1.158	-\$ 4.125
50	-\$ 51.462	\$ 5.283,24	-\$ 1.072	-\$ 4.211
51	-\$ 47.251	\$ 5.283,24	-\$ 984	-\$ 4.299
52	-\$ 42.932	\$ 5.283,24	-\$ 895	-\$ 4.388
53	-\$ 38.564	\$ 5.283,24	-\$ 803	-\$ 4.480
54	-\$ 34.084	\$ 5.283,24	-\$ 710	-\$ 4.573
55	-\$ 29.511	\$ 5.283,24	-\$ 615	-\$ 4.668
56	-\$ 24.842	\$ 5.283,24	-\$ 518	-\$ 4.766
57	-\$ 20.077	\$ 5.283,24	-\$ 418	-\$ 4.865
58	-\$ 15.212	\$ 5.283,24	-\$ 317	-\$ 4.966
59	-\$ 10.245	\$ 5.283,24	-\$ 213	-\$ 5.070
60	-\$ 5.175	\$ 5.283,24	-\$ 108	-\$ 5.175

Proyección a 10 años

	SEMESTRE 0	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5
Crecimiento de precios	0,00%	3,65%	3,65%	3,74%	3,74%	3,74%
Contenedores Semestrales	0,00%	2	2	2	2	2
Paquetes Semestrales	0	180.035	180.035	180.035	180.035	180.035
Paquetes Mensuales	0	30.006	30.006	30.006	30.006	30.006
Unidades Mensuales	0	300.059	300.059	300.059	300.059	300.059
Precio por Unidad	\$ -	\$ 0,64	\$ 0,65	\$ 0,67	\$ 0,68	\$ 0,69
Ventas Netas Semestrales	\$ -	\$ 1.156.178,27	\$ 1.177.089,42	\$ 1.198.899,74	\$ 1.221.114,18	\$ 1.243.740,23
CMV	\$ -	\$ 181.378,22	\$ 184.658,71	\$ 188.080,25	\$ 191.565,20	\$ 195.114,71
Utilidad Bruta	\$ -	\$ 974.800,05	\$ 992.430,71	\$ 1.010.819,48	\$ 1.029.548,98	\$ 1.048.625,52
Margen Bruto		84%	84%	84%	84%	84%
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 107.666,35	\$ 109.613,65	\$ 111.644,68	\$ 113.713,35	\$ 115.820,35
Utilidad Operativa (EBIT)	\$ -	\$ 867.133,70	\$ 882.817,06	\$ 899.174,80	\$ 915.835,63	\$ 932.805,17
Margen Operativo		75%	75%	75%	75%	75%
Gastos Financieros	\$ -	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43
Utilidad Antes de Impuestos	\$ -	\$ 835.434,27	\$ 851.117,64	\$ 867.475,37	\$ 884.136,20	\$ 901.105,74
Impuestos	\$ -	\$ 275.693,31	\$ 280.868,82	\$ 286.266,87	\$ 291.764,95	\$ 297.364,90
Utilidad Neta	\$ -	\$ 559.740,96	\$ 570.248,82	\$ 581.208,50	\$ 592.371,26	\$ 603.740,85
Margen Neto		48%	48%	48%	49%	49%
Política de Reinversión	\$	\$ 223.896,39	\$ 228.099,53	\$ 232.483,40	\$ 236.948,50	\$ 241.496,34
Provision de Utilidad	\$	\$ 55.974,10	\$ 57.024,88	\$ 58.120,85	\$ 59.237,13	\$ 60.374,08
Dividendos	\$	\$ 279.870,48	\$ 285.124,41	\$ 290.604,25	\$ 296.185,63	\$ 301.870,42
Proporción Costo - Beneficio Operativo		300,0%	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%
Porcentaje de Reinversión		40,0%	40,0%	40,0%	40,0%	40,0%
Provision a las utilidades		10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Dividendos		50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%
Porcentaje de Crecimiento Prospectado Demanda		0%	0%	5%	5%	5%
Porcentaje por encima de la inflación		0%	0%	5%	5%	5%
Porcentaje de CMV		15,688%	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%
Porcentaje Gastos Administrativos		9%	9%	9%	9%	9%
Impuestos		33%	33%	33%	33%	33%

	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	SEMESTRE 9	SEMESTRE 10
Crecimiento de precios	3,74%	3,74%	3,74%	3%	3,07%
Contenedores Semestrales	2	2	2	3	3
Paquetes Semestrales	180.035	180.035	180.035	270.053	270.053
Paquetes Mensuales	30.006	30.006	30.006	45.009	45.009
Unidades Mensuales	300.059	300.059	300.059	450.088	450.088
Precio por Unidad	\$ 0,70	\$ 0,72	\$ 0,73	\$ 0,74	\$ 0,75
Ventas Netas Semestrales	\$ 1.266.785,52	\$ 1.290.257,82	\$ 1.314.165,03	\$ 2.000.597,77	\$ 2.031.115,05
CMV	\$ 198.730,00	\$ 202.412,27	\$ 206.162,77	\$ 313.848,54	\$ 318.636,01
Utilidad Bruta	\$ 1.068.055,52	\$ 1.087.845,55	\$ 1.108.002,26	\$ 1.686.749,22	\$ 1.712.479,04
Margen Bruto	84%	84%	84%	84%	84%
Gastos Administrativos	\$ 117.966,38	\$ 120.152,19	\$ 122.378,49	\$ 186.300,90	\$ 189.142,75
Utilidad Operativa (EBIT)	\$ 950.089,14	\$ 967.693,36	\$ 985.623,78	\$ 1.500.448,32	\$ 1.523.336,29
Margen Operativo	75%	75%	75%	75%	75%
Gastos Financieros	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 918.389,71	\$ 935.993,93	\$ 953.924,35	\$ 1.468.748,89	\$ 1.523.336,29
Impuestos	\$ 303.068,60	\$ 308.878,00	\$ 314.795,03	\$ 484.687,14	\$ 502.700,97
Utilidad Neta	\$ 615.321,11	\$ 627.115,94	\$ 639.129,31	\$ 984.061,76	\$ 1.020.635,31
Margen Neto	49%	49%	49%	49%	50%
Política de Reinversión	\$ 246.128,44	\$ 250.846,37	\$ 255.651,72	\$ 393.624,70	\$ 408.254,12
Provision de Utilidad	\$ 61.532,11	\$ 62.711,59	\$ 63.912,93	\$ 98.406,18	\$ 102.063,53
Dividendos	\$ 307.660,55	\$ 313.557,97	\$ 319.564,66	\$ 492.030,88	\$ 510.317,66
Proporción Costo - Beneficio Operativo	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%
Porcentaje de Reinversión	40,0%	40,0%	40,0%	40,0%	40,0%
Provision a las utilidades	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Dividendos	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%
Porcentaje de Crecimiento Prospectado Demanda	10%	10%	15%	20%	8%
Porcentaje por encima de la inflación	5%	5%	5%	5%	5%
Porcentaje de CMV	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%
Porcentaje Gastos Administrativos	9%	9%	9%	9%	9%
Impuestos	33%	33%	33%	33%	33%



SEMINARIO DE INTEGRACIÓN FINAL



	SEMESTRE 11	SEMESTRE 12	SEMESTRE 13	SEMESTRE 14	SEMESTRE 15
Crecimiento de precios	3,07%	3,07%	3,07%	3,07%	3,07%
Contenedores Semestrales	3	3	3	4	4
Paquetes Semestrales	270.053	270.053	270.053	360.071	360.071
Paquetes Mensuales	45.009	45.009	45.009	60.012	60.012
Unidades Mensuales	450.088	450.088	450.088	600.118	600.118
Precio por Unidad	\$ 0,76	\$ 0,78	\$ 0,79	\$ 0,80	\$ 0,81
Ventas Netas Semestrales	\$ 2.062.097,85	\$ 2.093.553,26	\$ 2.125.488,49	\$ 2.877.214,49	\$ 2.921.103,76
CMV	\$ 323.496,51	\$ 328.431,16	\$ 333.441,07	\$ 451.369,88	\$ 458.255,11
Utilidad Bruta	\$ 1.738.601,33	\$ 1.765.122,10	\$ 1.792.047,42	\$ 2.425.844,61	\$ 2.462.848,65
Margen Bruto	84%	84%	84%	84%	84%
Gastos Administrativos	\$ 192.027,95	\$ 194.957,16	\$ 197.931,05	\$ 267.933,74	\$ 272.020,83
Utilidad Operativa (EBIT)	\$ 1.546.573,38	\$ 1.570.164,94	\$ 1.594.116,37	\$ 2.157.910,87	\$ 2.190.827,82
Margen Operativo	75%	75%	75%	75%	75%
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 1.546.573,38	\$ 1.570.164,94	\$ 1.594.116,37	\$ 2.157.910,87	\$ 2.190.827,82
Impuestos	\$ 510.369,22	\$ 518.154,43	\$ 526.058,40	\$ 712.110,59	\$ 722.973,18
Utilidad Neta	\$ 1.036.204,17	\$ 1.052.010,51	\$ 1.068.057,97	\$ 1.445.800,28	\$ 1.467.854,64
Margen Neto	50%	50%	50%	50%	50%
Política de Reversión	\$ 207.240,83	\$ 210.402,10	\$ 213.611,59	\$ 289.160,06	\$ 293.570,93
Provision de Utilidad	\$ 103.620,42	\$ 105.201,05	\$ 106.805,80	\$ 144.580,03	\$ 146.785,46
Dividendos	\$ 725.342,92	\$ 736.407,36	\$ 747.640,58	\$ 1.012.060,20	\$ 1.027.498,25
Proporcion Costo - Beneficio Operativo	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%
Porcentaje de Reversión	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%
Provision a las utilidades	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Dividendos	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%
Porcentaje de Crecimiento Prospectado Demanda	8%	8%	8%	8%	8%
Porcentaje por encima de la inflación	5%	5%	5%	5%	5%
Porcentaje de CMV	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%
Porcentaje Gastos Administrativos	9%	9%	9%	9%	9%
Impuestos	33%	33%	33%	33%	33%

	SEMESTRE 16	SEMESTRE 17	SEMESTRE 18	SEMESTRE 19	SEMESTRE 20
Crecimiento de precios	3,07%	3,07%	3,07%	3,07%	3,07%
Contenedores Semestrales	4	4	4	4	6
Paquetes Semestrales	360.071	360.071	360.071	360.071	540.106
Paquetes Mensuales	60.012	60.012	60.012	60.012	90.018
Unidades Mensuales	600.118	600.118	600.118	600.118	900.176
Precio por Unidad	\$ 0,82	\$ 0,84	\$ 0,85	\$ 0,86	\$ 0,88
Ventas Netas Semestrales	\$ 2.965.662,52	\$ 3.010.900,98	\$ 3.056.829,51	\$ 3.103.458,64	\$ 4.726.198,58
CMV	\$ 465.245,37	\$ 472.342,26	\$ 479.547,41	\$ 486.862,47	\$ 741.433,66
Utilidad Bruta	\$ 2.500.417,14	\$ 2.538.558,71	\$ 2.577.282,10	\$ 2.616.596,17	\$ 3.984.764,92
Margen Bruto	84%	84%	84%	84%	84%
Gastos Administrativos	\$ 276.170,26	\$ 280.382,98	\$ 284.659,96	\$ 289.002,19	\$ 440.115,98
Utilidad Operativa (EBIT)	\$ 2.224.246,89	\$ 2.258.175,73	\$ 2.292.622,13	\$ 2.327.593,98	\$ 3.544.648,94
Margen Operativo	75%	75%	75%	75%	75%
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 2.224.246,89	\$ 2.258.175,73	\$ 2.292.622,13	\$ 2.327.593,98	\$ 3.544.648,94
Impuestos	\$ 734.001,47	\$ 745.197,99	\$ 756.565,30	\$ 768.106,01	\$ 1.169.734,15
Utilidad Neta	\$ 1.490.245,41	\$ 1.512.977,74	\$ 1.536.056,83	\$ 1.559.487,97	\$ 2.374.914,79
Margen Neto	50%	50%	50%	50%	50%
Política de Reversión	\$ 298.049,08	\$ 302.595,55	\$ 307.211,37	\$ 311.897,59	\$ 474.982,96
Provision de Utilidad	\$ 149.024,54	\$ 151.297,77	\$ 153.605,68	\$ 155.948,80	\$ 237.491,48
Dividendos	\$ 1.043.171,79	\$ 1.059.084,42	\$ 1.075.239,78	\$ 1.091.641,58	\$ 1.662.440,35
Proporcion Costo - Beneficio Operativo	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%
Porcentaje de Reversión	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%
Provision a las utilidades	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Dividendos	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%
Porcentaje de Crecimiento Prospectado Demanda	8%	8%	8%	8%	8%
Porcentaje por encima de la inflación	5%	5%	5%	5%	5%
Porcentaje de CMV	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%
Porcentaje Gastos Administrativos	9%	9%	9%	9%	9%
Impuestos	33%	33%	33%	33%	33%

Flujo de fondos del Proyecto

	SEMESTRE 0	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5
Crecimiento de precios	0,00%	3,65%	3,65%	3,74%	3,74%	3,74%
Contenedores Semestrales	0,00%	2	2	2	2	2
Paquetes Semestrales	0	180.035	180.035	180.035	180.035	180.035
Paquetes Mensuales	0	30.006	30.006	30.006	30.006	30.006
Unidades Mensuales	0	300.059	300.059	300.059	300.059	300.059
Precio por Unidad	\$ -	\$ 0,64	\$ 0,65	\$ 0,67	\$ 0,68	\$ 0,69
Ventas Netas Semestrales	\$ -	\$ 1.156.178,27	\$ 1.177.089,42	\$ 1.198.899,74	\$ 1.221.114,18	\$ 1.243.740,23
CMV	\$ -	\$ 181.378,22	\$ 184.658,71	\$ 188.080,25	\$ 191.565,20	\$ 195.114,71
Utilidad Bruta	\$ -	\$ 974.800,05	\$ 992.430,71	\$ 1.010.819,48	\$ 1.029.548,98	\$ 1.048.625,52
Margen Bruto		84%	84%	84%	84%	84%
Gastos Administrativos	\$ -	\$ 107.666,35	\$ 109.613,65	\$ 111.644,68	\$ 113.713,35	\$ 115.820,35
Utilidad Operativa (EBIT)	\$ -	\$ 867.133,70	\$ 882.817,06	\$ 899.174,80	\$ 915.835,63	\$ 932.805,17
Margen Operativo		75%	75%	75%	75%	75%
Gastos Financieros	\$ -	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43
Utilidad Antes de Impuestos	\$ -	\$ 835.434,27	\$ 851.117,64	\$ 867.475,37	\$ 884.136,20	\$ 901.105,74
Impuestos	\$ -	\$ 275.693,31	\$ 280.868,82	\$ 286.266,87	\$ 291.764,95	\$ 297.364,90
Utilidad Neta	\$ -	\$ 559.740,96	\$ 570.248,82	\$ 581.208,50	\$ 592.371,26	\$ 603.740,85
Margen Neto		48%	48%	48%	49%	49%
Política de Reinversión		\$ 223.896,39	\$ 228.099,53	\$ 232.483,40	\$ 236.948,50	\$ 241.496,34
Provision de Utilidad		\$ 55.974,10	\$ 57.024,88	\$ 58.120,85	\$ 59.237,13	\$ 60.374,08
Dividendos		\$ 279.870,48	\$ 285.124,41	\$ 290.604,25	\$ 296.185,63	\$ 301.870,42
Proporción Costo - Beneficio Operativo		300,0%	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%
Porcentaje de Reinversión		40,0%	40,0%	40,0%	40,0%	40,0%
Provision a las utilidades		10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Dividendos		50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%
Porcentaje de Crecimiento Prospectado Demanda		0%	0%	5%	5%	5%
Porcentaje por encima de la inflación		0%	0%	5%	5%	5%
Porcentaje de CMV		15,688%	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%
Porcentaje Gastos Administrativos		9%	9%	9%	9%	9%
Impuestos		33%	33%	33%	33%	33%

	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	SEMESTRE 9	SEMESTRE 10
Crecimiento de precios	3,74%	3,74%	3,74%	3%	3,07%
Contenedores Semestrales	2	2	2	3	3
Paquetes Semestrales	180.035	180.035	180.035	270.053	270.053
Paquetes Mensuales	30.006	30.006	30.006	45.009	45.009
Unidades Mensuales	300.059	300.059	300.059	450.088	450.088
Precio por Unidad	\$ 0,70	\$ 0,72	\$ 0,73	\$ 0,74	\$ 0,75
Ventas Netas Semestrales	\$ 1.266.785,52	\$ 1.290.257,82	\$ 1.314.165,03	\$ 2.000.597,77	\$ 2.031.115,05
CMV	\$ 198.730,00	\$ 202.412,27	\$ 206.162,77	\$ 313.848,54	\$ 318.636,01
Utilidad Bruta	\$ 1.068.055,52	\$ 1.087.845,55	\$ 1.108.002,26	\$ 1.686.749,22	\$ 1.712.479,04
Margen Bruto	84%	84%	84%	84%	84%
Gastos Administrativos	\$ 117.966,38	\$ 120.152,19	\$ 122.378,49	\$ 186.300,90	\$ 189.142,75
Utilidad Operativa (EBIT)	\$ 950.089,14	\$ 967.693,36	\$ 985.623,78	\$ 1.500.448,32	\$ 1.523.336,29
Margen Operativo	75%	75%	75%	75%	75%
Gastos Financieros	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ 31.699,43	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 918.389,71	\$ 935.993,93	\$ 953.924,35	\$ 1.468.748,89	\$ 1.523.336,29
Impuestos	\$ 303.068,60	\$ 308.878,00	\$ 314.795,03	\$ 484.687,14	\$ 502.700,97
Utilidad Neta	\$ 615.321,11	\$ 627.115,94	\$ 639.129,31	\$ 984.061,76	\$ 1.020.635,31
Margen Neto	49%	49%	49%	49%	50%
Política de Reinversión	\$ 246.128,44	\$ 250.846,37	\$ 255.651,72	\$ 393.624,70	\$ 408.254,12
Provision de Utilidad	\$ 61.532,11	\$ 62.711,59	\$ 63.912,93	\$ 98.406,18	\$ 102.063,53
Dividendos	\$ 307.660,55	\$ 313.557,97	\$ 319.564,66	\$ 492.030,88	\$ 510.317,66
Proporción Costo - Beneficio Operativo	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%
Porcentaje de Reinversión	40,0%	40,0%	40,0%	40,0%	40,0%
Provision a las utilidades	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Dividendos	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%
Porcentaje de Crecimiento Prospectado Demanda	10%	10%	15%	20%	8%
Porcentaje por encima de la inflación	5%	5%	5%	5%	5%
Porcentaje de CMV	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%
Porcentaje Gastos Administrativos	9%	9%	9%	9%	9%
Impuestos	33%	33%	33%	33%	33%



SEMINARIO DE INTEGRACIÓN FINAL



	SEMESTRE 11	SEMESTRE 12	SEMESTRE 13	SEMESTRE 14	SEMESTRE 15
Crecimiento de precios	3,07%	3,07%	3,07%	3,07%	3,07%
Contenedores Semestrales	3	3	3	4	4
Paquetes Semestrales	270.053	270.053	270.053	360.071	360.071
Paquetes Mensuales	45.009	45.009	45.009	60.012	60.012
Unidades Mensuales	450.088	450.088	450.088	600.118	600.118
Precio por Unidad	\$ 0,76	\$ 0,78	\$ 0,79	\$ 0,80	\$ 0,81
Ventas Netas Semestrales	\$ 2.062.097,85	\$ 2.093.553,26	\$ 2.125.488,49	\$ 2.877.214,49	\$ 2.921.103,76
CMV	\$ 323.496,51	\$ 328.431,16	\$ 333.441,07	\$ 451.369,88	\$ 458.255,11
Utilidad Bruta	\$ 1.738.601,33	\$ 1.765.122,10	\$ 1.792.047,42	\$ 2.425.844,61	\$ 2.462.848,65
Margen Bruto	84%	84%	84%	84%	84%
Gastos Administrativos	\$ 192.027,95	\$ 194.957,16	\$ 197.931,05	\$ 267.933,74	\$ 272.020,83
Utilidad Operativa (EBIT)	\$ 1.546.573,38	\$ 1.570.164,94	\$ 1.594.116,37	\$ 2.157.910,87	\$ 2.190.827,82
Margen Operativo	75%	75%	75%	75%	75%
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 1.546.573,38	\$ 1.570.164,94	\$ 1.594.116,37	\$ 2.157.910,87	\$ 2.190.827,82
Impuestos	\$ 510.369,22	\$ 518.154,43	\$ 526.058,40	\$ 712.110,59	\$ 722.973,18
Utilidad Neta	\$ 1.036.204,17	\$ 1.052.010,51	\$ 1.068.057,97	\$ 1.445.800,28	\$ 1.467.854,64
Margen Neto	50%	50%	50%	50%	50%
Política de Reinversión	\$ 207.240,83	\$ 210.402,10	\$ 213.611,59	\$ 289.160,06	\$ 293.570,93
Provision de Utilidad	\$ 103.620,42	\$ 105.201,05	\$ 106.805,80	\$ 144.580,03	\$ 146.785,46
Dividendos	\$ 725.342,92	\$ 736.407,36	\$ 747.640,58	\$ 1.012.060,20	\$ 1.027.498,25
Proporción Costo - Beneficio Operativo	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%
Porcentaje de Reinversión	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%
Provision a las utilidades	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Dividendos	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%
Porcentaje de Crecimiento Prospectado Demanda	8%	8%	8%	8%	8%
Porcentaje por encima de la inflación	5%	5%	5%	5%	5%
Porcentaje de CMV	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%
Porcentaje Gastos Administrativos	9%	9%	9%	9%	9%
Impuestos	33%	33%	33%	33%	33%

	SEMESTRE 16	SEMESTRE 17	SEMESTRE 18	SEMESTRE 19	SEMESTRE 20
Crecimiento de precios	3,07%	3,07%	3,07%	3,07%	3,07%
Contenedores Semestrales	4	4	4	4	6
Paquetes Semestrales	360.071	360.071	360.071	360.071	540.106
Paquetes Mensuales	60.012	60.012	60.012	60.012	90.018
Unidades Mensuales	600.118	600.118	600.118	600.118	900.176
Precio por Unidad	\$ 0,82	\$ 0,84	\$ 0,85	\$ 0,86	\$ 0,88
Ventas Netas Semestrales	\$ 2.965.662,52	\$ 3.010.900,98	\$ 3.056.829,51	\$ 3.103.458,64	\$ 4.726.198,58
CMV	\$ 465.245,37	\$ 472.342,26	\$ 479.547,41	\$ 486.862,47	\$ 741.433,66
Utilidad Bruta	\$ 2.500.417,14	\$ 2.538.558,71	\$ 2.577.282,10	\$ 2.616.596,17	\$ 3.984.764,92
Margen Bruto	84%	84%	84%	84%	84%
Gastos Administrativos	\$ 276.170,26	\$ 280.382,98	\$ 284.659,96	\$ 289.002,19	\$ 440.115,98
Utilidad Operativa (EBIT)	\$ 2.224.246,89	\$ 2.258.175,73	\$ 2.292.622,13	\$ 2.327.593,98	\$ 3.544.648,94
Margen Operativo	75%	75%	75%	75%	75%
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 2.224.246,89	\$ 2.258.175,73	\$ 2.292.622,13	\$ 2.327.593,98	\$ 3.544.648,94
Impuestos	\$ 734.001,47	\$ 745.197,99	\$ 756.565,30	\$ 768.106,01	\$ 1.169.734,15
Utilidad Neta	\$ 1.490.245,41	\$ 1.512.977,74	\$ 1.536.056,83	\$ 1.559.487,97	\$ 2.374.914,79
Margen Neto	50%	50%	50%	50%	50%
Política de Reinversión	\$ 298.049,08	\$ 302.595,55	\$ 307.211,37	\$ 311.897,59	\$ 474.982,96
Provision de Utilidad	\$ 149.024,54	\$ 151.297,77	\$ 153.605,68	\$ 155.948,80	\$ 237.491,48
Dividendos	\$ 1.043.171,79	\$ 1.059.084,42	\$ 1.075.239,78	\$ 1.091.641,58	\$ 1.662.440,35
Proporción Costo - Beneficio Operativo	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%	300,0%
Porcentaje de Reinversión	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%
Provision a las utilidades	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Dividendos	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%
Porcentaje de Crecimiento Prospectado Demanda	8%	8%	8%	8%	8%
Porcentaje por encima de la inflación	5%	5%	5%	5%	5%
Porcentaje de CMV	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%	15,688%
Porcentaje Gastos Administrativos	9%	9%	9%	9%	9%
Impuestos	33%	33%	33%	33%	33%

Flujo de fondos del Inversionista

	SEMESTRE 0	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2	SEMESTRE 3	SEMESTRE 4	SEMESTRE 5
Flujo de Efectivo Inicial		300.000,00	318.778,41	341.652,14	364.948,03	388.675,58
Flujo de Efectivo Generado por la Operación	\$ -	\$ 610.218,80	\$ 624.821,97	\$ 636.203,82	\$ 647.798,23	\$ 659.607,47
Flujo de Efectivo por financiación	-\$ 120.000,00	-\$ 311.569,91	-\$ 316.823,84	-\$ 322.303,68	-\$ 327.885,06	-\$ 333.569,85
Flujo de Efectivo disponible para el Dividendo		\$ 598.648,89	\$ 626.776,55	\$ 655.552,28	\$ 684.861,20	\$ 714.713,19
Dividendo Propuesto		279.870,48	285.124,41	290.604,25	296.185,63	301.870,42
Gravamen sobre el dividendo		0	0	0	0	0
Flujo de Caja del inversionista	-\$ 120.000,00	279.870,48	285.124,41	290.604,25	296.185,63	301.870,42
Flujo de Caja Acumulado	\$ 300.000,00	318.778,41	341.652,14	364.948,03	388.675,58	412.842,77
Costo de Capital (Retail Grocery and Food)	5,94%					
Riesgo País	1,92%					
Tasa de Descuento para el inversionista	7,97%					
VAN del Inversionista	\$ 5.099.839,25					
TIR del Inversionista	235%					
ROIC Inversionista	11314%					

	SEMESTRE 6	SEMESTRE 7	SEMESTRE 8	SEMESTRE 9	SEMESTRE 10	
Flujo de Efectivo Inicial		412.842,77	437.457,76	462.528,83	488.064,45	524.826,63
Flujo de Efectivo Generado por la Operación	\$ -	\$ 671.635,52	\$ 683.886,44	\$ 696.364,36	\$ 1.052.523,37	\$ 1.060.122,93
Flujo de Efectivo por financiación	-\$ 120.000,00	-\$ 339.359,98	-\$ 345.257,40	-\$ 351.264,09	-\$ 523.730,31	-\$ 510.317,66
Flujo de Efectivo disponible para el Dividendo		\$ 745.118,31	\$ 776.086,80	\$ 807.629,11	\$ 1.016.857,51	\$ 1.074.831,91
Dividendo Propuesto		307.660,55	313.557,97	319.564,66	492.030,88	510.317,66
Gravamen sobre el dividendo		0	0	0	0	0
Flujo de Caja del inversionista	-\$ 120.000,00	307.660,55	313.557,97	319.564,66	492.030,88	510.317,66
Flujo de Caja Acumulado	\$ 300.000,00	437.457,76	462.528,83	488.064,45	524.826,63	564.314,25
Costo de Capital (Retail Grocery and Food)	5,94%					
Riesgo País	1,92%					
Tasa de Descuento para el inversionista	7,97%					
VAN del Inversionista	\$ 5.099.839,25					
TIR del Inversionista	235%					
ROIC Inversionista	11314%					

	SEMESTRE 0	SEMESTRE 11	SEMESTRE 12	SEMESTRE 13	SEMESTRE 14	SEMESTRE 15
Flujo de Efectivo Inicial		564.314,25	604.404,21	645.105,71	686.428,07	740.063,55
Flujo de Efectivo Generado por la Operación	\$ -	\$ 1.076.294,13	\$ 1.092.712,01	\$ 1.109.380,33	\$ 1.499.435,76	\$ 1.524.644,83
Flujo de Efectivo por financiación	-\$ 120.000,00	-\$ 310.861,25	-\$ 315.603,15	-\$ 320.417,39	-\$ 433.740,08	-\$ 440.356,39
Flujo de Efectivo disponible para el Dividendo		\$ 1.329.747,13	\$ 1.381.513,07	\$ 1.434.068,65	\$ 1.752.123,75	\$ 1.824.352,00
Dividendo Propuesto		725.342,92	736.407,36	747.640,58	1.012.060,20	1.027.498,25
Gravamen sobre el dividendo		0	0	0	0	0
Flujo de Caja del inversionista	-\$ 120.000,00	725.342,92	736.407,36	747.640,58	1.012.060,20	1.027.498,25
Flujo de Caja Acumulado	\$ 300.000,00	604.404,21	645.105,71	686.428,07	740.063,55	796.853,75

Costo de Capital (Retail Grocery and Food)	5,94%
Riesgo País	1,92%
Tasa de Descuento para el inversionista	7,97%
VAN del Inversionista	\$ 5.099.839,25
TIR del Inversionista	235%
ROIC Inversionista	11314%

	SEMESTRE 0	SEMESTRE 16	SEMESTRE 17	SEMESTRE 18	SEMESTRE 19	SEMESTRE 20
Flujo de Efectivo Inicial		796.853,75	854.510,23	913.046,20	972.475,09	1.032.810,51
Flujo de Efectivo Generado por la Operación	\$ -	\$ 1.547.901,89	\$ 1.571.513,72	\$ 1.595.485,72	\$ 1.619.823,39	\$ 2.461.757,89
Flujo de Efectivo por financiación	-\$ 120.000,00	-\$ 447.073,62	-\$ 453.893,32	-\$ 460.817,05	-\$ 467.846,39	-\$ 712.474,44
Flujo de Efectivo disponible para el Dividendo		\$ 1.897.682,02	\$ 1.972.130,62	\$ 2.047.714,87	\$ 2.124.452,09	\$ 2.782.093,96
Dividendo Propuesto		1.043.171,79	1.059.084,42	1.075.239,78	1.091.641,58	1.662.440,35
Gravamen sobre el dividendo		0	0	0	0	0
Flujo de Caja del inversionista	-\$ 120.000,00	1.043.171,79	1.059.084,42	1.075.239,78	1.091.641,58	1.662.440,35
Flujo de Caja Acumulado	\$ 300.000,00	854.510,23	913.046,20	972.475,09	1.032.810,51	1.119.653,61

Costo de Capital (Retail Grocery and Food)	5,94%
Riesgo País	1,92%
Tasa de Descuento para el inversionista	7,97%
VAN del Inversionista	\$ 5.099.839,25
TIR del Inversionista	235%
ROIC Inversionista	11314%

CONCLUSIONES

El mercado internacional del cacao en grano es un mercado dinámico y debido a la alta demanda cada vez hay más necesidad de producción y molindas que empuja el crecimiento constante de los más conscientes en esta materia, y a pesar del conflicto interno entre los dos principales actuales productores Ghana y Costa de Marfil la tendencia internacional ha sido relativamente estable y países como Ecuador han tenido mayores oportunidades para darse a conocer y crecer comercial y estratégicamente.

Colombia tiene un grave problema y no sabe como optimizar su tierra fértil para no interdepender de otras naciones para su propio abastecimiento nacional, y es aquí donde los procesos de integración como la CAN la han beneficiado enormemente, sin embargo sería ideal que Colombia potenciará sus pros y pasará a ser superavitaria una vez más (Aplicando estrategias de promoción de exportación de cacao en grano a mercados potenciales y contando más los beneficios de la plantación de este tipo de materia prima)

Este proyecto de exportación muestra una buena rentabilidad, debido a que bueca y encuentra una competitiva oportunidad de exportación/importación y hace que todas las variables negativas de la región cacaotera Colombiana y sus altos precios jueguen a su favor, satisfaciendo además con calidad la demanda local de este delicioso y nutritivo producto.



BIBLIOGRAFIA

- Hommes, Rudolf Montenegro, Armando y Roda, Pablo, *Una apertura hacia el futuro*, Minhacienda y DNP, Bogotá, 1994.
 - Cacao, Guía de prácticas Comerciales, UNCTAD & WTO
<<http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Cocoa%20-%20A%20Guide%20to%20Trade%20Practices%20Spanish.pdf>>
 - Circular 49 del 28 de Agosto de 2006, Ministerios de Comercio Industria y Turismo, Diario Oficial No. 46384
 - Circular 75 del 29 de Diciembre de 2006, Ministerios de Comercio Industria y Turismo, Diario Oficial No. 46504
 - Proyecto de Tesina del Master en Comercio y Finanzas Internacionales, María Cristina Malo Rivera, 2003.
 - Banco Mundial. *World Investment Report*. 2001 y 2002
 - La producción nacional frente a las tendencias de los mercados internacional y nacional cacao en grano preparado por el componente de agronegocios del programa midas julio de 2007.
 - Cacao en Ecuador <<http://www.anecacao.com/es/cacao-en-ecuador/>>
 - Estadísticas de exportación de Cacao Ecuatoriano
<http://www.anecacao.com/es/estadisticas/>
 - <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11394/3/Tesis%20completa.pdf>
 - <http://es.wikihow.com/hacer-chocolate-caliente>
 - “ESTUDIO SOBRE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN DE ALGUNOS SECTORES PERTENECIENTES AL PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA”
< <http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2011/08/Estudio-sobre-los-costos-de-producci%C3%B3n-de-algunos-sectores-pertenecientes-al-PTP-Informe-final-fedesarrollo-251113.pdf>>
- Proceso de transformación del grano de cacao:
<<http://crandoaevaesposible.blogspot.com.ar/>>
- Proceso de transformación del grano de cacao 2
<<http://www.indacoperu.com/pdf/EI%20Chocolate.pdf>>
- Pacari Chocolate <http://www.pacarichocolate.com/index.php/es/>
 - LCA
<http://www.ftaa-alca.org>
 - AMERICAN COCIA RESEARCH INSTITUTE
<http://www.acri-cocoa.org>
 - ANECACAO
Asociación nacional de Exportadores de cacao
<http://www.anecacao.com>
 - APROCAFA
Fine Cocoa Aroma Producers Association
<http://www.aprocafa.com>
 - Asociación latinoamericana de Integración



SEMINARIO DE INTEGRACIÓN FINAL



<http://www.aladi.org>

- Banco Central del Ecuador

<http://www.bce.fin.ec>

- Comisión Económica para América latina Y el Caribe

<http://www.cepal.org>

- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones

<http://www.corpei.org>

- ICC

- Instituto del Cacao y el Chocolate

<http://www.chococao.com>

- ICCO

- International Cocoa Organization

<http://www.icco.org>

- Ministerio de Comercio Exterior

<http://www.micip.gov.ec>

- Revista Gestión

<http://www.gestion.dinediciones.com>

- Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería

<http://www.sica.gov.ec>

- Sistema de Información de Comercio Exterior

<http://www.cise.oas.org>

- UNOCACE

Unión de Asociaciones Campesinas Cacaoteras

<http://www.cocoaecuador.com>

Paginas Web consultadas:

1. www.banrep.gov.co
2. www.mincomercio.gov.co
3. <https://www.invima.gov.co>
4. www.dian.gov.co
5. www.portafolio.com.co
6. www.legiscomex.com
7. www.unctad.org
8. www.superfinanciera.gov.co
9. www.aladi.org
10. www.proexport.com
11. <http://www.eco-kakao.com.ec>