

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE CACAO ORGÁNICO EN EL MUNICIPIO DE EL
SOCORRO, SANTANDER**

**LADY TATIANA ALVARADO PATIÑO
CLAUDIA MARTÍNEZ CARREÑO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE CACAO ORGÁNICO EN EL MUNICIPIO DE EL
SOCORRO, SANTANDER**

**LADY TATIANA ALVARADO PATIÑO
CLAUDIA MARTÍNEZ CARREÑO**

**Trabajo de grado para optar el título de Profesionales en Gestión
Empresarial**

**Director
OSWALDO MUÑOZ RUBIO
Profesional en Gestión Empresarial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	16
1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR.....	20
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	20
1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR.....	23
1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR.....	28
1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.....	30
1.5 MARCO LEGAL.....	31
1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	35
2. ESTUDIO DE MERCADOS.....	40
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	40
2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto.....	40
2.1.2. Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.....	43
2.1.2.1 Beneficios del Cacao orgánico.....	44
2.2 SEGMENTO DE MERCADO.....	45
2.2.1 Mercado potencial.....	45
2.2.2 Mercado objetivo.....	45
2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	45
2.3.1 Necesidades de información.....	45
2.3.2 Tipo de estudio.....	46
2.3.3 Enfoque.....	46
2.3.4 Fuentes de información.....	46

2.3.5 Técnicas de investigación.	46
2.3.6 Instrumentos para la recolección de información.	47
2.3.7 Modo de aplicación.	47
2.3.8 Cálculo de la muestra..	47
2.3.9 Alcance.	47
2.3.10 Tiempo de aplicación..	47
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la prueba piloto.	47
2.3.12 Estimación de la demanda actual	58
2.3.13 Estimación de la demanda efectiva.....	59
2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años.	60
2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	61
2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE	65
2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio	65
2.5.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia	67
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN.....	67
2.7 ESTRATEGIAS PARA FIJACIÓN DE PRECIOS	71
2.7.1 Análisis de precios de la competencia	71
2.7.2 Estrategias de fijación de precios.....	71
2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES	72
2.81 Estrategias de comunicación	72
2.8.1.1 Logotipo	74
2.8.1.2 Eslogan.....	75

2.8.1.3 Análisis de medios	75
2.8.1.4 Selección de medios	77
2.8.1.5 Estrategias Publicitarias	77
2.8.2 Presupuesto de comunicación	78
2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento	78
2.8.2.2 Presupuesto de operación	78
3. ESTUDIO TÉCNICO	80
3.1 TIPO DE PROYECTO	80
3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO	80
3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable	80
3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave	89
3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).....	92
3.2.4 Análisis Ambiental.....	95
3.2.5 Recursos Clave	95
3.2.5.1 Talento humano	95
3.2.5.2 Infraestructura.....	96
3.2.5.3 Insumos y/o materias primas	98
3.2.6 Distribución de planta	99
3.2.7 Localización	100
3.2.7.1 Macro localización	100
3.2.7.2 Micro localización.....	101
3.2.8 Control de calidad	102

3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO	106
3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio.	106
3.3.2 Capacidad instalada.	106
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	107
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	108
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	108
4.1.1 Constitución y formalización	109
4.2 ENTORNO ORGANIZACIONAL	113
4.2.1 Visión.....	113
4.2.2 Misión.	114
4.2.3 Valores Corporativos	114
4.2.4 Organigrama.....	117
4.2.5 Asignación salarial.	118
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	120
5.1 INVERSIONES	120
5.1.1 Inversión fija.....	120
5.1.1.1 Construcción y adecuación	121
5.1.1.2 Vehículo.....	122
5.1.1.3 Maquinaria y equipo.....	122
5.1.1.4 Muebles y enseres.....	123
5.1.1.5 Equipo de cómputo y comunicaciones	124
5.1.1.6 Establecimiento del cultivo de cacao.....	124
5.1.1.7 Total Inversión fija.....	125

5.1.2 Inversión diferida.....	126
5.1.2.2 Gastos de organización.	126
5.1.2.3 Gastos de Montaje.....	126
5.1.2.4 Capacitación	126
5.1.2.5 Instalación y puesta en marcha.....	126
5.2 COSTOS Y GASTOS	127
5.2.1 Costos de producción	127
5.2.1.1 Costos fijos.	128
5.2.1.2 Costos variables..	128
5.2.1.3 Costos totales de producción	128
5.3 CAPITAL DE TRABAJO	136
5.3.1 Periodo de capital de trabajo	136
5.3.2 Estructura del crédito	136
5.3.2.1 Amortización del crédito.....	136
5.3.2.2 Gastos financieros	139
5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.....	139
5.4 INVERSIÓN TOTAL.....	140
5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	140
5.5.1 Recursos propios.....	140
5.5.2 Recursos de financiación.....	141
5.6 PRECIO DE VENTA	141
5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	142
5.7.1 Estado de resultados proyectados a 6 años	142

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.....	¡Error! Marcador no definido.
5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado	145
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA	146
5.8.1 Razones financieras	146
5.8.1.1 Razones de liquidez.....	146
5.8.1.2 Razones de operación	146
5.8.1.3 Razones de rentabilidad	147
5.8.1.4 Razones de endeudamiento	147
5.8.2 Indicadores de viabilidad	147
5.8.2.1 Tasa Interna de retorno (TIR).....	148
5.8.2.2 Valor presente Neto (VPN).	148
5.8.2.3 Periodo de recuperación	148
5.8.2.4 Punto de equilibrio	150
6. MODELO CANVAS	153
7. CONCLUSIONES	156
BIBLIOGRAFÍA.....	158

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Composición química del cacao.....	42
Tabla 2. Datos de la Encuesta.....	48
Tabla 3. Tipo de Empresa.....	50
Tabla 4. Compra de cacao en pepa.....	50
Tabla 5. Diferencia entre cacao orgánico y el cacao convencional.....	51
Tabla 6. Diferencia entre cacao orgánico y el cacao convencional.....	52
Tabla 7. Proveedores del producto.....	53
Tabla 8. Frecuencia compra de cacao.....	54
Tabla 9. Cantidad de kilos que compra al mes.....	55
Tabla 10. Posibilidad de comprar cacao orgánico en El Socorro.....	56
Tabla 11. Está de acuerdo con la nueva empresa.....	57
Tabla 12. Frecuencia de compra total de cacao al año.....	58
Tabla 13. Proyección de la población.....	60
Tabla 14. Listado de fincas productoras de cacao municipio de El Socorro.....	63
Tabla 15. Matriz comparativa.....	64
Tabla 16. Precios de venta del cacao en pepa 2021.....	72
Tabla 17. Ventajas y desventajas de los medios.....	76
Tabla 18. Presupuesto publicidad de lanzamiento.....	78
Tabla 19. Presupuesto publicidad de operación.....	79
Tabla 20. Composición química del cacao.....	88

Tabla 21. Recursos humanos	96
Tabla 22. Equipo y herramientas para producción y comercialización	96
Tabla 23. Equipo de Oficina.....	97
Tabla 24. Muebles y enseres	98
Tabla 25. Materia prima para la producción	98
Tabla 26. Materiales de empaque.....	99
Tabla 27. Matriz de puntos	102
Tabla 28. Capacidad utilizada y proyectada	107
Tabla 29. Mano de obra y materiales.....	121
Tabla 30. Maquinaria y equipo.....	123
Tabla 31. Muebles y enseres	123
Tabla 32. Equipo de cómputo y comunicación.....	124
Tabla 33. Establecimiento del cultivo de cacao.....	125
Tabla 34. Total inversión fija	125
Tabla 35. Total inversión activos diferidos	127
Tabla 36. Costo de los insumos.....	128
Tabla 37. Costo insumos proyectado.....	128
Tabla 38. Mano de obra directa	129
Tabla 39. Proyección mano de obra directa.....	130
Tabla 40. Empaques y etiquetas.....	131
Tabla 41. Seguro	131
Tabla 42. Proyección de la depreciación	131
Tabla 43. Total costos indirectos de fabricación	132

Tabla 44. Total costos de producción	132
Tabla 45. Nómina administrativa.....	133
Tabla 46. Proyección nómina administrativa.....	134
Tabla 47. Otros gastos de administración	135
Tabla 48. Publicidad	135
Tabla 49. Total gastos de administración y ventas	135
Tabla 50. Proyección gastos de administración y ventas	135
Tabla 51. Amortización del crédito	136
Tabla 52. Gastos financieros	139
Tabla 53. Capital de trabajo.....	139
Tabla 54. Inversión total.....	140
Tabla 55. Fuentes de financiación	141
Tabla 56. Resumen crédito por años	141
Tabla 57. Precio de venta proyectado.....	141
Tabla 58. Ingresos proyectados.....	142
Tabla 59. Estado de resultados proyectado	142
Tabla 60. Flujo de fondos proyectado.....	143
Tabla 61. Estado de situación financiera inicial y proyectado	145
Tabla 62. Razones de liquidez.....	146
Tabla 63. Razones de operación	146
Tabla 64. Razones de rentabilidad	147
Tabla 65. Razones de endeudamiento	147
Tabla 66. Periodo de recuperación	150

Tabla 67. Punto de equilibrio	150
Tabla 68. Punto de equilibrio por costos	150

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Así está el ranking de la producción de cacao en Colombia	22
Figura 2. Municipios vecinos del municipio de El Socorro.....	37
Figura 3. Ubicación de la vereda Alto de Chochos	38
Figura 4. Canal directo	68
Figura 5. Canal Indirecto corto.....	68
Figura 6. Canal Indirecto largo.....	69
Figura 7. Logotipo.....	74
Figura 8. La mazorca del cacao.....	82
Figura 9. Etiqueta del cacao	87
Figura 10. Empaque	88
Figura 11. Diagrama de flujo producción de cacao	90
Figura 12. Plano del terreno para el cultivo.....	99
Figura 13. Plano de la empresa.....	100
Figura 14. Organigrama.....	117
Figura 15. Punto de equilibrio	151

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Tipo de Empresa	50
Gráfica 2. Adquiere cacao en pepa.....	51
Gráfica 3. Diferencia entre cacao orgánico y cacao convencional	51
Gráfica 4. Diferencia entre el precio de los dos tipos de cacao	52
Gráfica 5. Proveedores del producto	53
Gráfica 6. Frecuencia de compra de cacao (kilos)	54
Gráfica 7. Cantidad de compra en el mes	56
Gráfica 8. Compraría cacao orgánico	56
Gráfica 9. Está de acuerdo con la nueva empresa.....	57
Gráfica 10. Convenciones.....	89

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CACAO ORGANICO EN EL MUNICIPIO DEL SOCORRO, SANTANDER***

AUTOR: LADY TATIANA ALVARADO PATIÑO, CLAUDIA MARTINEZ CARREÑO**

PALABRAS CLAVE: Cacao, Cacaocultores, Cultivo, Factibilidad, Mercado Orgánico

DESCRIPCION:

El proyecto “Factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cacao orgánico en el municipio de El Socorro, Santander”, instalará su cultivo en la finca de propiedad de sus autoras, Santa Isabel, ubicada en la vereda Alto de chochos, del municipio de Socorro, la cual consta de un área de 15 hectáreas que serán utilizadas para el cultivo y un área de 60 metros para el proceso post cosecha y el área administrativa. El cultivo de cacao orgánico en la región es una idea innovadora que busca el desarrollo social y económico de sus habitantes y además una buena alternativa de cuidado del medio ambiente. Es un proyecto que tendrá los grandes estándares de calidad para garantizar un producto 100% orgánico.

A través del estudio de mercados, en el que se hizo la recolección de información se determinó la demanda insatisfecha, punto clave para el inicio del proyecto. A partir del estudio de mercados, se desarrolló el estudio técnico, para determinar las necesidades técnicas para su realización. Mediante el estudio administrativo se presenta la mejor estructura funcional para implementar en el negocio, determinando cargos, funciones, salarios y demás aspectos administrativos. Por último y con la información anterior, se desarrolló el estudio financiero en el que se desglosa la cadena de inversiones a realizar, vinculándolas a la evaluación, desde la interpretación de resultados asociados a la realidad económica y social del medio en el que se actúa. Por último, el estudio social y ambiental, en el cual se evalúa el impacto que el proyecto va a tener en la comunidad y el entorno. Como resultado final, se concluye que es un proyecto viable financiera, social y ambientalmente.

** Trabajo de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia IPRED. Gestión Empresarial. Director: Oswaldo Muñoz Rubio Profesional en Gestión Empresarial.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF AN ORGANIC COCOA PRODUCING AND MARKETING COMPANY IN THE MUNICIPALITY OF SOCORRO, SANTANDER. †‡

AUTHORS: ALVARADO PATIÑO Lady Tatiana; MARTINEZ CARREÑO Claudia. **

KEY WORDS: Cocoa, Cocoa Farmers, Cultivation, Feasibility, Organic Market

DESCRIPTION:

The project "Feasibility for the creation of a company that produces and markets organic cocoa in the municipality of El Socorro, Santander", will install its cultivation on the farm owned by its authors, Santa Isabel, located in the Alto de chochos village, del Socorro municipality, which consists of an area of 15 hectares that will be used for cultivation and an area of 60 meters for the post-harvest process and the administrative area. The cultivation of organic cocoa in the region is an innovative idea that seeks the social and economic development of its inhabitants and also a good alternative for caring for the environment. It is a project that will have the high quality standards to guarantee a 100% organic product.

Through the market study, in which the information was collected, the unsatisfied demand was determined, a key point for the start of the project. From the market study, the technical study was developed to determine the technical needs for its realization. Through the administrative study, the best functional structure to implement in the business is presented, determining positions, functions, salaries and other administrative aspects. Finally, and with the above information, the financial study was developed in which the chain of investments to be made is broken down, linking them to the evaluation, from the interpretation of results associated with the economic and social reality of the environment in which it operates. Finally, the social and environmental study, in which the impact that the project will have on the community and the environment is evaluate.

As a final result, it is concluded that it is a financially, socially and environmentally viable project.

** Degree Work

** Institute of Regional Projection and Distance Education IPRED. Business management. Director: Oswaldo Muñoz Rubio. . Business management Professional

INTRODUCCIÓN

El cacao, también conocido por su nombre científico de *Theobroma cacao* L. es un cultivo nativo de regiones tropicales y subtropicales de América. En Colombia su mayor concentración del cultivo se encuentra en el departamento de Santander en los municipios de San Vicente de Chucuri y el Carmen de Chucuri, donde producen el mejor cacao, el cual se identifica por su gran sabor y aroma. El consumo de cacao y de otros productos orgánicos, cada vez se hace más apetecido por la población, debido a los cambios de estilos de vida, en la que prevalece el cuidado y la conservación de la salud, permiten que su consumo vaya en aumento.

Por el deseo de consumir productos 100% orgánicos, libres de químicos y conservantes, el proceso de producción del cacao, requiere de unas buenas prácticas, desde la adecuación del suelo, los factores climáticos, la siembra, cosecha y recolección del producto. Para obtener un cacao orgánico es necesario, también el uso de sustancias orgánicas y un área libre de contaminación, tanto de agua, como de aire.

Fundamentados en lo anterior, y contando con los recursos físicos, se determinó realizar un proyecto innovador en la región, como es el cultivo de cacao orgánico, que se establecerá en la Finca Santa Isabel, Vereda Alto de Chochos, municipio de El Socorro, con las técnicas fitosanitarias para ofrecer un producto de calidad para la región. La idea se desarrollará con el apoyo de las entidades territoriales locales, con la colaboración de la Universidad, teniendo la asesoría de los profesionales y con el personal de la comunidad.

En la primera parte del presente documento se presenta, de manera amplia las generalidades sobre el cultivo del cacao, la historia, las tendencias del sector, el marco legal y marcos de referencias relacionados con el tema.

Se realiza el estudio de mercados, en el cual se recolecta la información necesaria para identificar y obtener los datos, sistematizarlos y organizarlos. La información se tomará de fuentes primarias, las cuales se obtendrán de la encuesta aplicada a la demanda y de entrevistas aplicadas a la oferta. También se requiere de fuentes secundarias, las cuales se obtienen de libros, informes, revistas y trabajos relacionados con el tema. Lo anterior, con el fin de determinar el mercado objetivo para la realización del proyecto.

Dentro del estudio administrativo, se determina las necesidades de organización, tipo de empresa, forma de constitución y formalización. También el entorno organizacional, que incluye misión, visión, principios, objetivos, estructura organizacional, designación, descripción y asignación laboral, factores que regirán la empresa y la ubicarán en el campo comercial, social y cultural de la región.

Dentro del análisis técnico, se determina la necesidad de máquinas, insumos y recursos humanos requeridos, los cuales se basan en el tamaño del proyecto, de acuerdo a la capacidad de producción de kilos de cacao orgánico en pepa, que incluye los procesos de siembra, cultivo y producción del producto. Además, dentro del análisis técnico se requiere determinar la micro localización y la macro localización de las instalaciones físicas, que cumplan los estándares de calidad y las condiciones para el funcionamiento del cultivo y venta del cacao orgánico.

Se determina el estudio financiero, en el cual se efectúan los cálculos necesarios para determinar cuál es el monto de los recursos económicos para la realización del proyecto, el costo total de operación de la planta, así como los indicadores que suministren la información básica para la parte la evaluación financiera y económica.

Con lo anterior, se determina la viabilidad y factibilidad para llevar a cabo la cosecha y postcosecha de cacao orgánico, en la finca Santa Isabel para comercializarlo en grano al municipio de El Socorro.

1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR

1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

El cacao es la materia prima, para la fabricación de muchos productos que se encuentran en el mercado y que son de consumo diario, como el chocolate, las chocolatinas, dulces a base de cacao, entre otros. La producción de cacao pertenece al sector primario de la economía colombiana, el sector primario abarca aquellas actividades que se relacionan con la explotación de los recursos naturales, como la agricultura, la caza, la pesca y la silvicultura, dichas actividades no requieren procesos complejos industriales de transformación, es decir se consumen o se comercializan tal cual se extraen de la tierra. A la agricultura, pertenece el cultivo de cacao, actividad muy importante, dentro del sector primario.[§]

El cacao es el cultivo tradicional e importante para algunos países del mundo, aportando grandes beneficios a la economía mundial, un recorrido por la historia de la comercialización del cacao a nivel mundial, hay cifras que expresan los buenos resultados que ha traído su cultivo.

En cuanto a la comercialización desde 1961 hasta 2016, se comercializó en promedio 3.17 millones de toneladas y las exportaciones tuvieron también un incremento, llegando a alrededor de 5.8 millones de toneladas de cacao, en presentaciones de almendra seca, pasta, polvo y manteca de cacao. En el 2016, los países de la Unión Europea fueron los que más importaron cacao (64% del total),

[§] (Rodríguez, Daniela. "Sector Primario en Colombia: Características e Importancia" [en línea]. [Citado el 19 de septiembre de 2020]. Disponible en: <https://www.lifeder.com/sector-primario-colombia/#:~:text=El%20sector%20primario%20en%20Colombia,la%20ganad,s.f.>).

seguidos por los países de Asia (20%) y Norte América (16%). Es notable el aumento de las importaciones desde mediados del 2000, particularmente por los países del continente asiático, siendo cada vez más creciente las importaciones de parte de esos países, siendo África, el mayor continente, que cubre el 66% de la oferta mundial, le sigue Asia que produce el 17,5%. Sin embargo, la tendencia es que América creció en un 11%, mientras que los demás se han mantenido.**

En América Latina, ha existido un incremento sostenido en la superficie de cultivo, aumentando, desde el año 2006 hasta el 2016 en de 377 mil hectáreas, concentrándose el cultivo en cinco países: Ecuador, Colombia, Brasil, Perú y República Dominicana. Colombia y Perú han incrementado la superficie de cultivo en más del 100% si se la compara con el 2006.††

“El cacao también es considerado como una alternativa para enfrentar los efectos del cambio climático y para sustituir cultivos ilícitos. La importancia de este cultivo se ve reflejada en los 1,8 millones de hectáreas que actualmente están destinadas para su producción; superficie que ha crecido de manera sostenida desde el 2006 y que ha significado un incremento en la producción, y por tanto, oferta de sus productos, en especial del grano de cacao”.‡‡

** ((Sánchez, Víctor Hugo; Zambrano, José Luis, Iglesias, Cristina. La cadena de valor del cacao en América Latina y el Caribe. [En línea]. [Citado el 1 de abril de 2021]. Disponible en: https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CACAO_linea_base.p, s.f.)

†† (Sánchez, Víctor Hugo; Zambrano, José Luis, Iglesias, Cristina. La cadena de valor del cacao en América Latina y el Caribe. [En línea]. [Citado el 1 de abril de 2021]. Disponible en: https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CACAO_linea_base.p , pág. 6)

‡‡ (DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES – GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO DEL INIAP. “La Cadena de Valor del Cacao en América Latina y El Caribe” [En línea]. [Citado 19 de sep/20]. Disponible en: [https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CACAO_linea_,s.f.\)](https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CACAO_linea_,s.f.))

Lo anterior, se debe al aumento del consumo de sus derivados, al valor agregado de los productos y al incentivo que les han dado las organizaciones mundiales, por ello cada día el cacao se comercializa con más estándares de calidad, de acuerdo a las exigencias del mercado global.

El proyecto de los cacaoteros en Colombia es seguir disminuyendo las importaciones y aumentando las exportaciones. Pero para ello es necesario, un proceso de siembra y renovación de cultivos de cacao, para obtener un producto de calidad en sabor y aroma. Según el mismo informe de Finagro, en asocio de la Organización Mundial del Cacao con el Ministerio de Agricultura, se pretende renovar de 6.000 a 7.000 hectáreas en todo el país^{§§}.

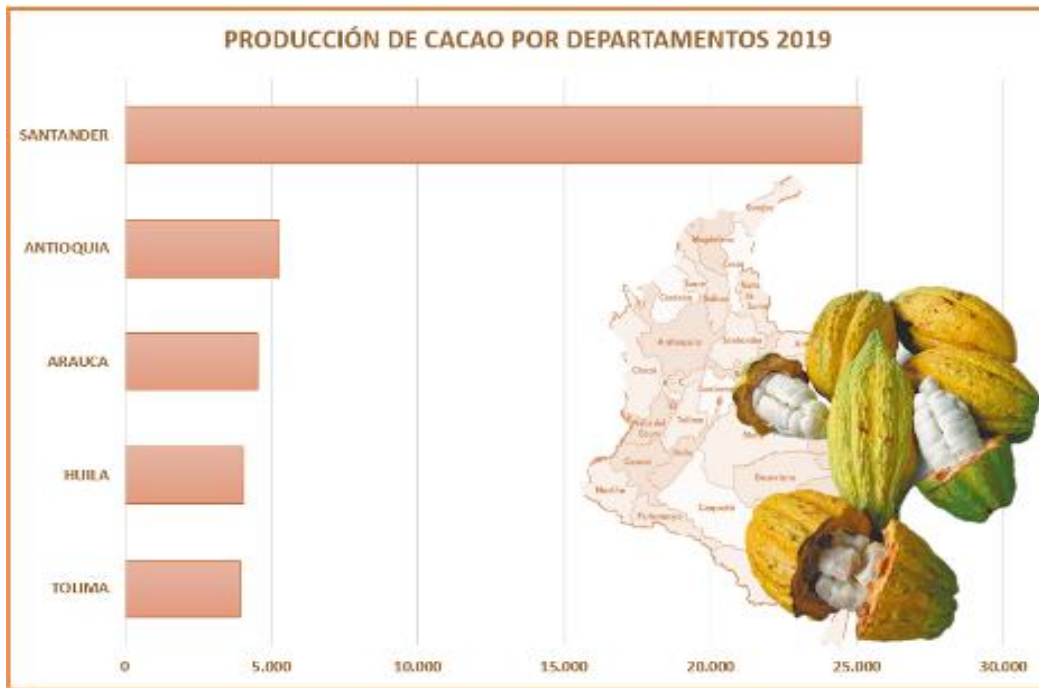
Las familias productoras de cacao en Colombia, cada día son más, alrededor de 35 mil familias se dedican a esta actividad, siendo este cultivo una alternativa para reemplazar los cultivos ilícitos. La cadena agroindustrial está conformada inicialmente por productores de cacao en grano (producción primaria), acopiadores regionales, grandes superficies, distribuidores de chocolates, exportadores de productos semielaborados, exportadores de grano (comercio) y productores de chocolates y confites^{***}.

De acuerdo, a la siguiente figura, se evidencia que el departamento con mayor participación en el mercado colombiano es Santander, aportando el 42% de la producción nacional, demostrando que su área geográfica es atractiva para el cultivo de cacao, ofreciendo uno de los mejores tipos de cacao de Colombia.

Figura 1. Así está el ranking de la producción de cacao en Colombia

^{§§} (FINAGRO. "Inteligencia de Mercado: EL CACAO". [En línea]. Recuperado el 26 de oct/20. fuente.https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/ficha_cacao_version_ii.pdf, s.f.)

^{***} Ibid 7



Fuente. Federación Nacional de Cacaoteros. (2020). Así quedó el ranking de producción de cacao en Colombia [imagen]. Recuperado de: <https://bit.ly/2STDsGz>

El municipio de El Socorro, no es ajeno a la producción de cacao, donde varios agricultores se dedican al cultivo del cacao. En asocio con varias agremiaciones se han dedicado a aumentar la producción y realizar estudios para el cultivo, la renovación y la tecnificación del mismo.

1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR

El cacao, hace parte del consumo del ser humano desde hace más de 2000 años y fue parte importante, como fuente de la alimentación y como riqueza para las civilizaciones indígenas como los mayas y aztecas, quienes lo incluyeron en su consumo diario y gracias a ellos, ha pasado de generación en generación. Su sabor

característico permitió que fuera compartido a demás territorios, con gran aceptación, llegándose a considerar como el alimento de los dioses^{†††}.

Su larga historia se origina en la Alta Amazonía, lo que hoy se conoce como Colombia y Ecuador, y se desplazó hace milenios hacia las civilizaciones mesoamericanas, olmecas y mayas, que domesticaron sus frutos y los volvieron la comida de los dioses. Sería la nobleza azteca la que los denominaría Kak'aw, lo que los conquistadores entenderían como cacao y llegarían a valorarlo más que las piedras preciosas, que la plata y el oro.^{†††} América Latina tiene una larga tradición de beber chocolate caliente y seguramente el ritual que siguen los colombianos tiene sus raíces en los aztecas”^{§§§}

El cultivo de cacao en Colombia se da desde la época de la colonia, y desde entonces se constituye como un grano de tipo exportación y de hecho esta actividad se dio hasta 1920, cuando dejó de serlo. Con los años, volvió a comercializarse a mediados de la década del 80, pero una vez más este paso importante se estancó. Hoy por hoy, se presenta un déficit para satisfacer la demanda interna de la industria chocolatera ^{****}.

^{†††} (Pinzón U, José O. Rojas A, Jacobo, Federación Nacional de Cacaoteros. [En línea]. [citado el 16 mar/21]. Disponible en <http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/3666/1/031.1.pdf>, s.f.)

^{†††} (Mariño, Lucho. Cacao: “la joya de Colombia”, Revista Diners. [En línea]. [citado, 20 sept/20]. Disponible en: [^{§§§} Ibid. 11](https://revistadiners.com.co/gastronomia/14824_cacao-la-joya-de-colombia/#:-:text=Su%20larga%20historia%20se%20origina,la%20comida%20de%20los%20d,s.f.)</p></div><div data-bbox=)

^{****} (Clavijo L, Maira Alejandra; Ardila S, Pahola Andrea. “Eficiencia Económica en la Producción de Cacao en Rionegro-Santander”. [En línea]. [citado 19 de sep/20]. Disponible en <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1066/2015-Clavijo>, s.f.)

Desde los inicios de la humanidad, la agricultura, siempre ha sido la fuente de subsistencia de la población. Las actividades de las civilizaciones indígenas se concentraban en el cultivo y arado de la tierra, incluyendo productos como el maíz, el trigo, el arroz, el café y el cacao.^{†††} El cacao es un cultivo que provee la materia prima para la fabricación de diferentes productos a nivel mundial, fortalece al sector primario, generando empleo a gran cantidad de familias. Además, Colombia produce un tipo de cacao de alta calidad, que se distingue por su sabor y aroma.

Santander sigue destacándose en producción y sabor, de los 87 municipios que pertenecen al departamento, 70 de ellos son productores de cacao, siendo Carmen del Chucurí, San Vicente del Chucurí, Landázuri, Rionegro y Lebrija los mayores productores, con aproximadamente 15 mil familias que se dedican a la actividad del cacao.^{‡‡‡}

La evolución del ser humano también ha traído consigo los cambios en las costumbres, en la salud y en la alimentación, se han generado diferentes estilos de vida que han permitido que el consumo de cacao sea aún mayor. Además, la forma de cultivo también ha evolucionado y se ha introducido técnicas para obtener productos saludables, orgánicos, amigables con el medio ambiente.

El sector cacaotero en Colombia ha tenido un proceso positivo, significativo, con aumentos leves en la producción y comercialización, siendo el conflicto armado una de las amenazas para el cultivo del cacao, sin embargo, se ha presentado, como

^{†††} (Vía Campesina. Una breve historia de los orígenes de la agricultura, la domesticación y la diversidad de los cultivos. [En línea]. [Recuperado el 17 de marzo de 2021]. Disponible en <https://grain.org/es/entries/6080-una-breve-historia-de-los-origenes-de-l>, s.f.)

^{‡‡‡} (Vanguardia Liberal. Cacao de Santander, sigue destacándose en producción y sabor. [En línea]. [Recuperado el 16 de mar de 2021]. Disponible en <https://www.vanguardia.com/economia/local/cacao-de-santander-sigue-destacandose-en-produccion-y-sabor-YM1619504>, s.f.)

una alternativa para reemplazar los cultivos ilícitos, generando empleo, calidad de vida y sostenibilidad de los productores.

En la última década el área sembrada en cultivos de cacao en Colombia, presenta un crecimiento del 3%, anual, aproximadamente. Los esfuerzos que ha realizado Colombia tienen que ver con la expansión de la producción de cacao. Las cifras más recientes de producción anual de cacao indican que la producción colombiana ha superado los niveles históricos de la década de 1990. Durante los últimos 50 años, la producción colombiana ha sido fluctuante, probablemente debido a una serie de factores que podrían o no depender del mercado (precios vigentes, conflicto interno, demanda percibida del mercado interno, etc.).

A pesar, de que el mercado de cacao, se encuentra en crecimiento, representa un pequeño nicho de mercado en Colombia y el mundo. La producción de cacao tiene un gran potencial para pagar mejores precios a los productores y puede representar una oportunidad para reducir la pobreza en zonas posconflicto, como parte de una estrategia más general de desarrollo económico. Durante los últimos años las exportaciones de cacao en grano han presentado un comportamiento ascendente, mientras que las importaciones presentan una tendencia a la disminución. Lo anterior debido a que el cacao colombiano se ha venido posicionando cada vez más en los mercados internacionales como fino de sabor y aroma.

Según estudio realizado por la Universidad Purdue y del Centro Internacional de Agricultura Tropical –CIAT- los productores enfrentan muchos desafíos en términos de infraestructuras, carreteras, acceso a servicios de calidad y acceso a capital. Tales desafíos llevan a los productores a buscar mejores resultados mediante la producción de cultivos ilegales, a pesar de tener el potencial de ofrecer al mercado un cacao de calidad excepcional. La entidad Corte Paz y sus productores poseen variedades tradicionales con propiedades organolépticas valiosas, un clima adecuado, las habilidades de manejar el cultivo del cacao y la infraestructura para

implementar protocolos para una fermentación y secado de primera calidad, además tiene la capacidad de proveer cacao de primera calidad al mercado especializado, que les paga mejor que los mercados tradicionales. (Universidad Purdue y Centro Internacional de Agricultura Tropical)

Según Agrocadenas, el cacao como actividad presenta problemas de competitividad en la medida en que las prácticas realizadas por los agricultores no son las adecuadas para generar mayores rendimientos y buena calidad de grano. Adicionalmente, las variables que explican la disminución de la producción también están sustentadas en el envejecimiento de los cultivos, la falta de mejoramiento genético, la presencia creciente de enfermedades y la falta de capital humano que permita una mayor transferencia de tecnología.

El 90% del cacao es cultivado por pequeños productores, quienes desafortunadamente tienen bajo nivel organizacional, deficiencia en los sistemas de productividad, ocasionada por las malas prácticas agrícolas, baja inversión y escasez de tecnología. Siendo un obstáculo para la competitividad mundial, limitando las oportunidades de que los productores reciban mejores ingresos y puedan generar mejores aportes económicos al sector cacaotero. Sin embargo, es un sector que se encuentra en crecimiento debido a los diferentes productos que se pueden desarrollar con el grano de cacao.

El sector cacaotero colombiano presenta oportunidades específicamente en el contexto del desarrollo posconflicto. Esfuerzos recientes por promover el sector se han enfocado en ampliar la producción de cacao, el manejo postcosecha en menor medida, la creación de asociaciones de productores y la exploración de nichos de mercado. A pesar de dichas intervenciones, el sector aún tiene un rendimiento por debajo de su potencial, pero que cada vez se ha venido priorizado como uno de los productos agrícolas de mayor potencial en el país, siendo el departamento de Santander, el mayor productor a nivel nacional.

Desafortunadamente, a pesar de que Santander sea el mayor productor de cacao en Colombia, carece en la mayoría de sus cultivos de una infraestructura y tecnología adecuada para el mejoramiento de los procesos de producción que asegure una mejor calidad del producto, sin embargo, las alianzas y convenios que los gremios cacaoteros están desarrollando para apoyar y financiar el uso adecuado de tecnología y prácticas de siembra, cosecha y postcosecha. (Vera Pereira, 2019).

Los mayores productores de cacao del país implementaron tecnología para medir a diario temperatura, humedad y cantidad de lluvia. Con esta información, establecen cuáles son las mejores épocas del año para recoger la cosecha y así mejorar la producción en sus fincas, son algunas de las técnicas que se están implementando en el cultivo del cacao, en Santander.

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

En Colombia, la producción del cacao tiene tendencia positiva, según publicación de Finagro, en el año 2019, la producción nacional fue de aproximadamente 60.000 toneladas. Sin embargo, se espera pasar de 450 k/ha. a 750 K/ha, eso incrementaría sustancialmente la producción, siendo una de las mayores producciones en la historia, ésta se debe a las buenas prácticas del cultivo que hacen los cacaocultores, quienes, acatando las recomendaciones de los expertos en cuanto a técnicas, teniendo así una gran participación en el mercado y aportando desarrollo socioeconómico al país^{§§§§}.

^{§§§§} (AGRONET. “2019, un buen año para la producción de cacao en Colombia”, MinAgricultura. [En línea]. [Citado el 18 de septiembre de 2020]. Disponible en: [https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/2019,-un-buen-a%C3%B1o-para-la-producci%C3%B3n-de-cacao-en-,s.f.\)](https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/2019,-un-buen-a%C3%B1o-para-la-producci%C3%B3n-de-cacao-en-,s.f.))

En el último informe publicado por la Federación Nacional de cacaoteros, su director ejecutivo, Eduard Baquero López, dijo que “La pandemia sin duda ha afectado a todos los sectores productivos, pero debemos resaltar que el campo no se ha detenido ni un solo instante”^{*****} así lo demuestran las cifras del mismo informe, donde la producción aumentó a 34.889 toneladas, en el primer semestre del 2020, a pesar de las circunstancias, las cifras siguen en aumento, todo gracias al apoyo de las entidades del Estado.

También el informe, resalta la importancia que ha tenido la producción de cacao a nivel mundial, pues las exportaciones han incrementado sustancialmente en un 15% en 2019, frente al año 2018, sin aún tener datos del mes de diciembre. Dichas exportaciones van hacia países como México, Malasia, Bélgica, Indonesia, al mercado europeo y parte de Norte América. Paralelamente, las importaciones registraron un efecto contrario, tuvieron una disminución de 32%, comparada con el 2018, demostrando que la tendencia de la producción de cacao en Colombia es cada día mayor, abasteciendo la demanda nacional y parte del mercado internacional⁺⁺⁺⁺⁺.

En el municipio de El Socorro, la evolución del sector cacaotero, ha sido lento, teniendo en cuenta que es una región que su economía se centra en el cultivo del café, sin embargo, haciendo uso de la legislación colombiana, sobre la protección e incentivos de los cultivadores y comercializadores, y de la oportunidad de nuevos productos, las familias están aprovechando dichas oportunidades para incluir de manera activa el cultivo y renovación del cacao.

^{*****} (Baquero L, E. (2020). Aliados por el subsector cacaotero colombiano. Federación Nacional cacaotero, 1-2. [En línea]. [citado el 18 de sep/20]. Disponible en: <http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/?start=308>, s.f.)

⁺⁺⁺⁺⁺ Ibid. 10

1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

El sector cacaotero en Colombia registra en la actualidad una gran oportunidad para el desarrollo socio-económico del país. Así lo demuestran las cifras en cuanto a las exportaciones, que, según Eduardo Baquero, presidente de Fedecacao, confirma que “Nuestras exportaciones crecieron el 46%, que es una noticia bastante importante, especialmente, en la época de pandemia; a pesar de que tuvimos todos los problemas, logramos exportar. Hemos duplicado la producción en menos de 12 años: nuestras exportaciones han pasado de 1.300 toneladas de cacao en grano a 9.116 toneladas”^{####}.

Por lo anterior, el gobierno está impulsando la producción del cacao, a través de incentivos en intereses, agremiaciones para la comercialización y el precio del grano. Cada vez más, las unidades familiares viven de la producción de cacao, en especial en las tierras donde se tenían cultivos ilícitos, se está reemplazando por el cultivo de cacao.

El cultivo del cacao, sin ser categorizado como un alimento esencial, se le está dando una gran importancia al consumo, porque trae consigo beneficios para la salud, es económico y es la materia prima para la elaboración de otros productos. Por tanto, invertir en cacao, es una nueva alternativa de negocio. Colombia es un gran atractivo para la inversión por los terrenos aptos para el cultivo.

El municipio de El Socorro, es una gran alternativa para el cultivo de cacao, cuenta con un buen clima, un terreno apto y con un grupo de población campesina,

^{####} (Revista Dinero. “Gobierno busca impulsar el cacao para convertirlo en el nuevo “café”. [En línea]. Recuperado el 24 de octubre de 2020. Fuente.

[https://www.dinero.com/pais/articulo/gobierno-busca-que-el-cacao-se-convierta-en-equivalente-del-cafe-colombian, s.f.\)](https://www.dinero.com/pais/articulo/gobierno-busca-que-el-cacao-se-convierta-en-equivalente-del-cafe-colombian, s.f.))

dispuesta a invertir y a producir el producto, con la asistencia del SENA, el ICA y otras agremiaciones del sector.

Como amenaza, se puede determinar la situación climática. Este es uno de los principales factores que hay que tener en cuenta al examinar las inversiones en cacao. Esta planta sólo puede crecer en regiones tropicales con mucha humedad y drenaje del suelo. Necesitan lluvias casi constantes para ayudarles a crecer. También las importaciones que el país ha venido desarrollando para satisfacer la demanda. Además, la falta semillas de buena calidad y la falta de apoyo del gobierno a las iniciativas locales.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento en los cultivos • El municipio de El Socorro, es un buen potencial para el cultivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de la cadena de valor • Falta de organización de los productores cacaoteros
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo socio-económico del país • Aumento en las exportaciones del cacao • Gran demanda del producto a nivel, local y nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Situación climática • Competencia • Falta de semillas de calidad • Falta de apoyo por parte del gobierno

1.5 MARCO LEGAL

El marco legal de los productores de cacao, enmarca las diferentes leyes, decretos y normas que regulan la siembra, el cultivo, producción y comercialización del cacao orgánico en pepa, a nivel nacional, departamental y local.

Constitución política de Colombia de 1991. En su artículo 65, dice que “La producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado. Para tal efecto se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, forestales y agroindustriales, así como también a la infraestructura física y adecuación de tierras” Por ende el sector agrícola está totalmente protegido por el Estado.

Art. 80, de la Constitución Política de Colombia. Sobre la protección y conservación del medio ambiente, que consagra que el “Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados”. Por tanto, el medio ambiente es un factor importante para el estado y su conservación depende también de quienes cultiven productos agrícolas.

Ley 321 de 1996. Por la cual se fijan condiciones para la administración de la cuota de fomento cacaotero, establecidas por las Leyes 31 de 1965 y 67 de 1983.

La Nación-Ministerio de Agricultura sólo podrá contratar la administración de la cuota de Fomento Cacaotero de que tratan las Leyes 31 de 1965 y 67 de 1983, con entidades privadas que cumplan con el siguiente requisito: En la Asamblea General y en los Órganos Directivos de la entidad contratista, deberán tener representación los departamentos en proporción a su participación en la producción nacional del grano. Esta representación deberá estar consignada claramente en los estatutos de la Entidad.

Ley 373 de 1997. Uso eficiente y ahorro del agua. En su art, primero dice que “todo plan ambiental regional y municipal debe incorporar obligatoriamente un programa

para el uso eficiente y ahorro del agua”. Programa es aquel conjunto de proyectos y acciones que adoptan las entidades para la prestación de servicios referentes al recurso hídrico. Las Corporaciones Autónomas Regionales y demás autoridades ambientales encargadas del manejo, protección y control del recurso hídrico en su respectiva jurisdicción, aprobarán la implantación y ejecución de dichos programas en coordinación con otras corporaciones autónomas que compartan las fuentes que abastecen los diferentes usos.

Ley 811 de 2003. De junio 26, por la cual se modifica la Ley 101 de 1993, se crean organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las sociedades Agrarias de Transformación, SAT y se dictan otras disposiciones. La organización de cadena, es un espacio de diálogo y su misión surge de una libre decisión de sus integrantes de coordinarse o aliarse para mejorar su competitividad, después de un análisis del mercado y de su propia disposición para adecuarse a las necesidades de sus socios de cadena. §§§§§.

En su artículo 101, establece que los integrantes de la organización del sector deben cumplir con los siguientes aspectos:

1. Mejora de la productividad y competitividad.
2. Desarrollo del mercado de bienes y factores de la cadena.
3. Disminución de los costos de transacción entre los distintos agentes de la cadena.
4. Desarrollo de alianzas estratégicas de diferente tipo.
5. Mejora de la información entre los agentes de la cadena.
6. Vinculación de los pequeños productores y empresarios a la cadena.
7. Manejo de recursos naturales y medio ambiente.

§§§§§ (FEDERACIÓN NACIONAL DE CACAOTEROS. Marco Jurídico. [En línea]. [citado el 20 de sep de 2020]. Disponible en: <http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/fondo-nacional-del-cacao-4/marco-juridico>, s.f.)

8. Formación de recursos humanos.
9. Investigación y desarrollo tecnológico.

Decreto 1000 de 1984. El presente decreto reglamenta las cuotas de las que están obligados los cacaoteros, estipulados en la Ley 67 del 30 de diciembre de 1983, estipula el monto que deberán cancelar, ya sea durante el cultivo o la comercialización del cacao. Dichas cuotas se deben tener en cuenta de acuerdo a los referenciados por el Ministerio de Agricultura.

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA – NTC 5422. Esta norma tiene como objeto establecer los requisitos que deben cumplir los empaques y embalajes utilizados en la comercialización de frutas, hortalizas y tubérculos, etc., con el propósito de conservar su calidad, protegerlos de agentes contaminantes y prevenir la contaminación del medio ambiente.

- NTC 1735, transporte y empaque: sacos de cabuya para empaque de productos agrícolas.
- NTC 2475, embalaje: dimensiones de empaques para transporte.
- NTC 3832, estivas planas de propósito general para el transporte de mercancías. Requisitos fitosanitarios para las estivas de madera. (4)

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA –NTC 5811. El objeto de la norma es definir los requisitos generales y recomendaciones para las buenas Prácticas Agrícolas que sirvan de orientación a los productores de cacao, para el cacao nacional, de exportación y para la agroindustria, con el fin de mejorar las condiciones de la producción de cacao, en un desarrollo sostenible.

NORMA ICONTEC 1252. La cual establece los parámetros de clasificación y los requisitos del grano como producto destinado al consumo humano. También

establece unas diferencias en precio, que son la herramienta principal que el agricultor utiliza para incrementar su calidad de vida y dejar de lado varios eslabones en la cadena de comercialización.

La Federación Nacional de Cacaoteros, ha creado una organización de Cooperativas locales de cacaocultores, para alcanzar un compromiso en la participación consciente y autónoma de la comunidad cacaocultora que debe promover la organización de cooperativas de productores para que a través de ellas administren los puestos de compra y así cumplir con una buena calidad de cacao en grano, representada en precio y beneficio al agricultor, creando una "Marca" de cacao, para ofrecer y suministrar al mercado un grano de alta calidad.

1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Colombia se constituye en un país productor y consumidor, con un valor agregado importante representado en empresas que transforman el producto con altos estándares de calidad y tecnología de punta. Su cultivo requiere de mano de obra intensiva, donde generalmente el campesino es quien desarrolla esas actividades. Cada vez más, se ve la presencia y colaboración de los entes territoriales para el apoyo económico y tecnológico en los procesos productivos, para cumplir con la demanda internacional.

El proyecto se desarrollará en el municipio de El Socorro, Departamento de Santander, es la capital de la provincia comunera. Está ubicado al sudoeste del Departamento de Santander, dista 6 horas de la Capital de la República, a 226 km, y de 2.30 horas de Bucaramanga, la Capital del Departamento a 74 km. Su población según el DANE, está proyectada para el 2020 de 31.256 habitantes*****.

***** (MUNICIPIO DE EL SOCORRO, Alcaldía. [En línea], Recuperado el 20 de noviembre de 2020. Disponible en <https://www.municipio.com.co/municipio-socorro.html>, s.f.)

Santander, es el departamento de mayor producción a nivel nacional, Este cultivo se ha catalogado por ser fino, con una mezcla de sabores frutales e intensos dejando liberar lentamente y por un largo tiempo el sabor de un extraordinario chocolate criollo, que guarda las tradiciones santandereanas, que ha cautivando los paladares del mundo, siendo estas las características que le permitieron alcanzar el primer puesto en el programa Cocoa of Excellence realizado en el Salón del Chocolate en París en 2019.

Grandes extensiones de tierra se encuentran cubiertas con una vegetación colorida, repleta de tonos rojos, amarillos y morados, que hacen parte del vasto cultivo del cacao. San Vicente de Chucurí, es el municipio de Santander de mayor producción. Solo basta con contemplar la vegetación presente en las zonas rurales, donde miles de árboles lucen sus troncos y ramas cargados de decenas de frutos alargados similares a la forma de un balón de fútbol americano. El producto es muy apetecido por su sabor y aroma, lo que hace que sea Santander un buen potencial para el cultivo. (Semana Rural, 2019)

El municipio de El Socorro se encuentra ubicado en un punto estratégico, para la comercialización de sus productos, es capital de provincia y cuenta con vías de acceso primarias y secundarias hacia los otros municipios y veredas. El municipio y sus veredas cuentan con buenos recursos naturales, buen servicio de agua, a través de plantas de tratamiento y fuentes propias de quebradas y aljibes. Es un municipio que se caracteriza por un clima variado, con un terreno apto para la siembra y cultivo de diferentes frutas, verduras, granos, tubérculos, etc., con una variedad de afluentes hidrográficas que bañan el municipio.

A pesar del desplazamiento de las familias hacia las ciudades, el municipio de El Socorro, en la zona rural, aún conservan el amor por el campo, por la explotación agrícola, que a pesar de que sea una región cafetera, el cacao se encuentra en un

proceso de inserción dentro de los productos más cultivados, que permitirán el desarrollo económico de muchas más familias.

Cuenta con instituciones educativas de gran importancia, para la educación preescolar, primaria, básica, media, superior y profesional. Algunas de ellas han fomentado el cultivo del campo a través de programas agrícolas.

En la figura 2, se presentan los municipios que son vecinos del municipio de El Socorro, que además hacen parte de la provincia comunera.

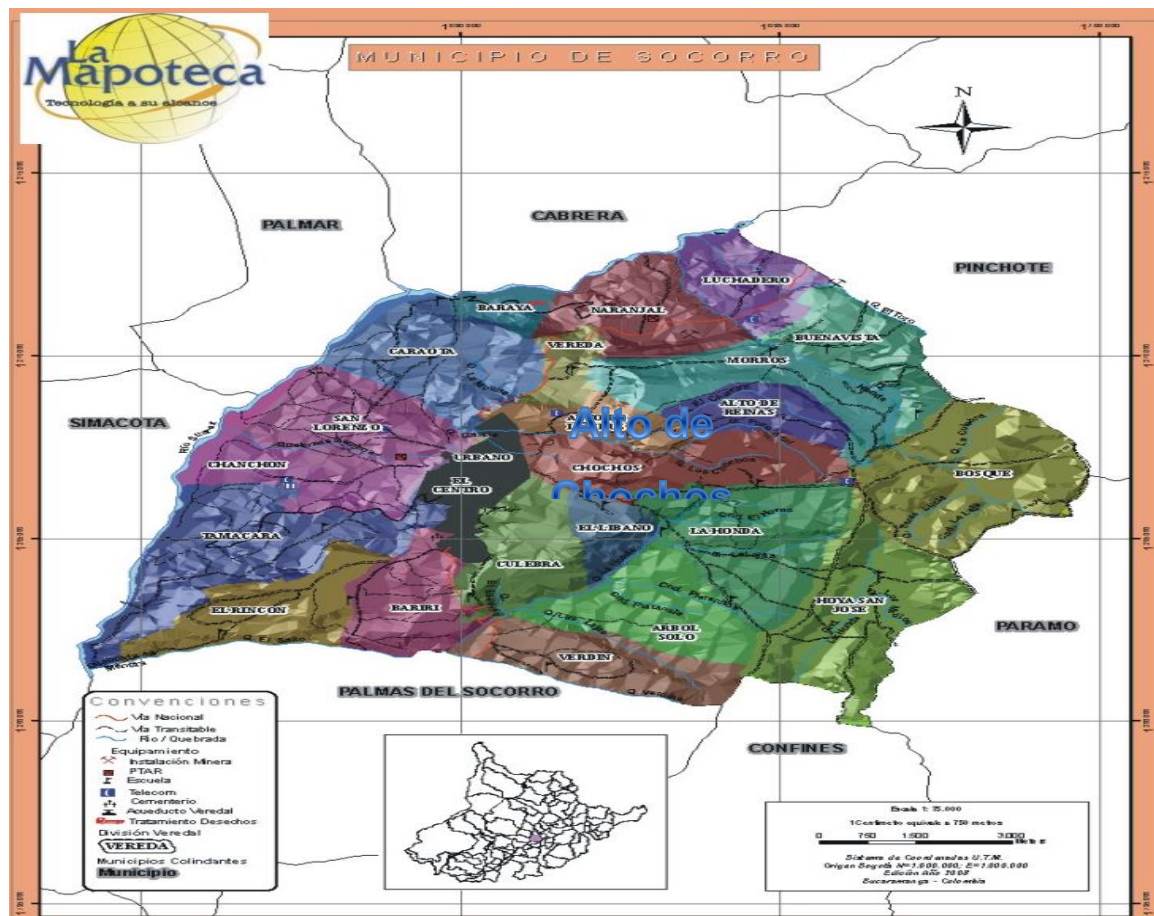
Figura 2. Municipios vecinos del municipio de El Socorro



Fuente. Municipio de El Socorro. Los municipios vecinos del Socorro, [imagen] Recuperado en: <https://bit.ly/3xLjwop>

Es un proyecto que se desarrollará en la zona rural del municipio en una finca familiar, ubicada en la vereda Alto de Chochos, cuenta con suficiente agua y su terreno es apto para el cultivo del cacao orgánico. Sus vías de acceso son primarias y se encuentran en buen estado. En la figura 3, el mapa de la división geográfica del municipio de El Socorro, donde se delimita la Vereda y su ubicación en el plano.

Figura 3. Ubicación de la vereda Alto de Chochos



Fuente. Alcaldía de El Socorro, según Esquema de Ordenamiento Territorial, [foto]

La vereda Alto de Chochos tiene una extensión de 631 ha, donde predominan los cultivos de café, caña, cítricos, frijol, plátano y yuca, siendo el cultivo del cacao un nuevo cultivo en la vereda⁺⁺⁺⁺⁺.

⁺⁺⁺⁺⁺ (Alcaldía de El Socorro - Esquema de Ordenamiento Territorial, s.f.)

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto.

NOMBRE COMÚN: Cacao

NOMBRE CIENTÍFICO: Theobroma cacao L

ORIGEN: América

FAMILIA: Sterculiaceae.

Es un árbol de porte bajo, de hasta 10 m de altura y una copa abierta de 6 m de diámetro. La ramificación es característica de la especie, y consta de 4-6 niveles de verticilio sucesivo de 3-5 ramas laterales. El fruto denominado "mazorca"; es ovoide o esférica; las semillas en número de 20-60 por fruto, son aplanadas, tienen 2-4 cm de largo y están rodeadas por una pulpa blanca mucilaginosa y azucarada comestible.#####

Tipos de cacao producidos en Colombia. En Colombia se producen los siguientes tipos de cacao#####

(Vásquez, M.R. Proyecto Flora del Perú, Apartado 280, Tel (094)222139, Iquitos. Curator del Missouri Botanical Garden. Sistemática de Fanerógamas Amazónicas., s.f.)

FONDO NACIONAL (FONDO NACIONAL DEL AHORRO; Inteligencia de Mercado: CACAO; [En línea], Citado el 8 de octubre/20. Disponible en https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/ficha_cacao_version_ii.pdf, s.f.)

✓ **Criollos Finos.** Son de agradable sabor y exquisito aroma. Fruto alargado de delicado manejo. Alta susceptibilidad a plagas y enfermedades. Lenta producción y baja productividad por árbol.

✓ **Forasteros o amazónicos.** De menor calidad en aroma y sabor, con alto contenido de grasa. El chocolate que se obtiene es de sabor amargo.

✓ **Híbridos.** Resultante del cruzamiento sexual entre clones, con el fin de mejorar calidad, productividad, precocidad y respuesta a plagas y enfermedades.

2.1.1.1 Usos: para qué, cómo, principales aplicaciones. Los usos del cacao son diversos, debido a sus valiosas propiedades, es un producto muy versátil que puede ser utilizado en diferentes presentaciones y tiene aplicaciones de tipo medicinal, en la industria farmacéutica y remedios naturales, en tratamientos de belleza y en la gastronomía, incluyéndolo en platos o comidas tanto dulces como saladas.

Además del cacao se pueden obtener, entre otros, otros productos que sirven como materia prima para otras industrias, estos son:

✓ Cáscara: Se da como alimento al ganado bovino.

✓ Cenizas de cáscara de cacao: Se utiliza como abono y para hacer jabones.

✓ Jugo de cacao: A partir de este se producen jaleas y mermeladas.

✓ Manteca de cacao. Se utiliza para elaborar confitería, en la industria farmacéutica y en la industria cosmética para fabricar productos como labiales, cremas humectantes, jabones, champús, etcétera.

✓ Pasta o licor de cacao: Se utiliza para hacer chocolate.

✓ Polvo de Cacao: Este es utilizado para la preparación de alimentos como pasteles, helados y galletas, también se usa en bebidas.

✓ Pulpa de cacao: Con esta se preparan bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

2.1.1.2 Usuarios: ubicación geográfica y tipología. El cacao es una materia prima que tiene gran variedad de usuarios, desde intermediarios hasta el consumidor final. Tiene una segmentación bastante amplia, en cuanto a ocupación geográfica, estilos de vida, estratos sociales, hábitos de consumo, genero, edad, entre otros.

La producción es comercializada a través de intermediarios llamados compraventas de cacao. Sin embargo, también es vendido directamente a las fábricas para ser industrializados, es el caso de fincas cacaoteras que son los principales proveedores de las más reconocidas fábricas de Colombia.

2.1.1.3 Forma de presentación. El cacao es vendido en pepa, después de la extracción de la pulpa, se somete al secado y así están listas para el transporte y procesamiento industrial de sus derivados. Puede ser vendido por kilos, arrobas, bultos y/o toneladas. Su empaque puede ser bolsas o sacos de fibra, no requiere un empaque especial, sin embargo, se recomienda en bolsas de papel para conservar el aroma.

2.1.1.4 Composición. El cacao tiene un gran valor nutritivo del cacao, es una gran fuente de proteínas y calorías. La composición química del cacao y su valor nutritivo está descrita en la siguiente tabla.

Tabla 1. Composición química del cacao

Componente	100 gr pulpa	100 gr semilla
Energía	71,0 cal	404,0 cal
Agua	79,2 g	8,7 g
Proteína	2,8 g	19,0 g
Lípidos	0,3 g	17,1 g
Carbohidratos	16,5 g	47,8 g
Fibra	1,1 g	6,9 g
Ceniza	1,2 g	7,4 g
Calcio	6,0 mg	200,0 mg

Fósforo	41,0 mg	801,0 mg
Hierro	0,7 mg	10,5 mg
Vitamina A	32,0 mg	
Tiamina	1,8 mg	0,02 mg
Riboflavina	0,15 mg	0,20 mg
Niacina	3,20 mg	2,50 mg
Vitamina C	21,00 mg	18,90 mg

Fuente. <http://agroaldia.minagri.gob.pe/>

2.1.1.5 Características físicas del cacao. Es una vaina de cacao (fruta) tiene una corteza rugosa de unos 3 centímetros (esto varía con el origen y la variedad de la vaina). Está llena de pulpa dulce y mucilaginoso, llamada 'baba de cacao'. Mientras que las semillas son generalmente blancas, se hacen violetas o un marrón rojizo durante el proceso de secado. La excepción son variedades raras de cacao blanco, en que las semillas se mantienen blancas*****.

2.1.2. Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.

El principal atributo diferenciador del producto está en su condición de orgánico, el cual se diferencia del convencional, en que el cacao que se producirá estará cultivado de manera orgánica, en donde se podrán utilizar fertilizantes, herbicidas, fungicidas y el manejo cultural del cultivo se hará 100% con productos naturales. Lo anterior, aumenta la calidad del producto y si se considera el uso de recursos, la diferencia entre los agroquímicos y los productos de naturaleza orgánica es significativa, toda vez que estos últimos pueden producirse a partir de materiales encontrados en la finca.

***** <https://prodominicana.gob.do/wp/wp-content/themes/ceird/documents/ficha-cacao.pdf>

El cacao es la materia prima, base para la industrialización de nuevos productos, que puede ser comercializado en pepa o transformado para la obtención de productos tales como, chocolates, recetas de cocina, pasteles, postres, licores, polvo, manteca y confites, al ser orgánico, es un producto preferido por los productores de alimentos, teniendo en cuenta que al ser comercializado al interior y fuera del país, serán preferidos por su condición de origen.

2.1.2.1 Beneficios del Cacao orgánico. El cacao orgánico resulta ser un superalimento por los efectos diuréticos de la teobromina que están acompañado por un efecto antiinflamatorio en el hígado, por lo que es recomendado en casos de nefritis y nefrosis.⁺⁺⁺⁺⁺

El cacao orgánico es vigorizante y suavemente estimulante, pero en grandes cantidades puede ocasionar insomnio y taquicardia. Sin embargo, previene enfermedades cardiovasculares, controla y en algunos casos llega a curar algunos males relacionados al colon y la próstata. El cacao orgánico de exportación es antioxidante y puede prevenir males relacionados con la diabetes y la osteoporosis.

El cacao orgánico es uno de los alimentos más ricos en polifenol. Estos son un grupo de antioxidantes que se encuentran en otros alimentos como el té y los vinos, su beneficio cardiovascular ha sido demostrado en estos alimentos.

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cacao orgánico en el municipio de El Socorro, Santander, que permita determinar la viabilidad de la propuesta y los alcances del proyecto.

⁺⁺⁺⁺⁺ (Ecological. "Cacao Orgánico". [En línea]. Recuperado el 20 de oct de 2020. Disponible en <https://www.ecologicalperu.com/product/cacao-organico-de-exportacion/>, s.f.)

2.2 SEGMENTO DE MERCADO

2.2.1 Mercado potencial. El mercado potencial de la empresa productora y comercializadora de cacao orgánico son todas las compraventas del municipio de El Socorro y las empresas productoras de chocolates, en diferentes presentaciones.

2.2.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo está determinado por las nueve compraventas de cacao orgánico y seis empresas dedicadas a la transformación del cacao en diferentes presentaciones, datos obtenidos por sondeo.

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1 Necesidades de información. Es importante la información que se recolecte, para identificar y obtener los datos, sistematizarlos y organizarlos. La información se tomará de fuentes primarias, las cuales se obtendrán de la encuesta aplicada a la demanda y de entrevistas aplicadas a la oferta. También se requiere de fuentes secundarias, las cuales se obtienen de libros, informes, revistas y trabajos relacionados con el tema.

La necesidad de información, está relacionada con las siguientes características y con el impacto del proyecto:

- Gustos y preferencias por cacao
- Frecuencia con que lo consume
- Hogares dispuestos a adquirir el producto
- Cuáles son las empresas que comercializan el cacao en pepa y cuáles son los mayores productores
- Canales de distribución
- Precios del mercado y competencia
- Medios publicitarios para dar a conocer el producto a la comunidad

2.3.2 Tipo de estudio. El tipo de estudio es descriptivo, porque se realiza la respectiva recolección de datos, en fuentes primarias y secundarias, para posteriormente, tabularlos, sistematizarlos y entregar un informe detallado de la información.

2.3.3 Enfoque. El enfoque es cuantitativo, porque a través de la tabulación de la encuesta se cuantifica la información recolectada y se presenta de manera estadística.

2.3.4 Fuentes de información. Para la recolección de la información, necesaria para realizar la investigación fue necesario recurrir a fuentes primarias y secundarias.

Fuentes primarias: La información recolectada por los encuestados, entrevistados, el sondeo respectivo y las experiencias.

Fuentes secundarias: Para ésta información se tendrá en cuenta las investigaciones realizadas sobre el tema, páginas de internet, libros, revistas y artículos. Además, los entes nacionales como la cámara de comercio, el DANE, el Ministerio de Agricultura, etc.

2.3.5 Técnicas de investigación. Las técnicas de investigación utilizadas es la encuesta y la entrevista.

La encuesta. Es una técnica, cuya finalidad es medir las características de la población mediante la recolección de datos, que se obtienen a través la información suministradas por los encuestados, para luego ser tabulados y analizadas de manera estadística. La información se recolecta a través de un cuestionario estructurado de preguntas cerradas.

Entrevista. La entrevista se hace de manera directa, a través de un diálogo entre las dos partes, las preguntas son abiertas y se da la oportunidad de afianzar en lo que se está preguntando.

2.3.6 Instrumentos para la recolección de información. Se diseñó un cuestionario estructurado de 8 preguntas cerradas, el cual se aplicará a todas las compraventas y fábricas del municipio de El Socorro.

2.3.7 Modo de aplicación. Para la aplicación de la encuesta y debido a la emergencia por la que está pasando el mundo, se hizo necesario hacerla por teléfono. Primero se hizo una llamada para concretar la cita, informando el motivo y el fin de la encuesta.

2.3.8 Cálculo de la muestra. Para el caso de la presente investigación, como la población es finita, la muestra será igual a la población y por sondeo y trabajo de campo se determinó la existencia de 9 empresas compradoras de cacao y 6 fábricas procesadoras del producto. Por tanto, la muestra es 15.

2.3.9 Alcance. Área urbana del municipio de El Socorro

2.3.10 Tiempo de aplicación. Del 23 de octubre del 2020 al 25 de octubre de 2020.

2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la prueba piloto. Para la presenta investigación, como es una población finita. Se tomó toda la población.

Tabla 2. Datos de la Encuesta

Encuestados	Tipo de Empresa	Adquiere cacao en pepa	Diferencia entre cacao orgánico y convencional	Diferencia entre el precio de los dos tipos de cacao	Tipos de proveedores	Frecuencia compra de cacao (kilos)	Cantidad de compra	Compraría cacao orgánico	De acuerdo con la nueva empresa
1	Compraventa	Siempre	SI	SI	Intermediario	Diario	501 a 1000	Probable	Totalmente de acuerdo
2	Compraventa	Siempre	SI	SI	Productor	Diario	0 a 500	Muy probable	Totalmente de acuerdo
3	Fábrica	Siempre	NO	SI	Productor	mensual	0 a 500	Probable	De acuerdo
4	Compraventa	Siempre	NO	SI	Productor	semanal	1000 en adelante	Probable	De acuerdo
5	Compraventa	Siempre	NO	SI	Productor	Diario	501 a 1000	Muy probable	Totalmente de acuerdo
6	Fábrica	Siempre	SI	SI	Productor	quincenal	501 a 1000	Muy probable	De acuerdo
7	Fábrica	Siempre	SI	NO	Intermediario	mensual	501 a 1000	Muy probable	Totalmente de acuerdo
8	Fábrica	Siempre	NO	SI	Productor	mensual	501 a 1000	Probable	Totalmente de acuerdo

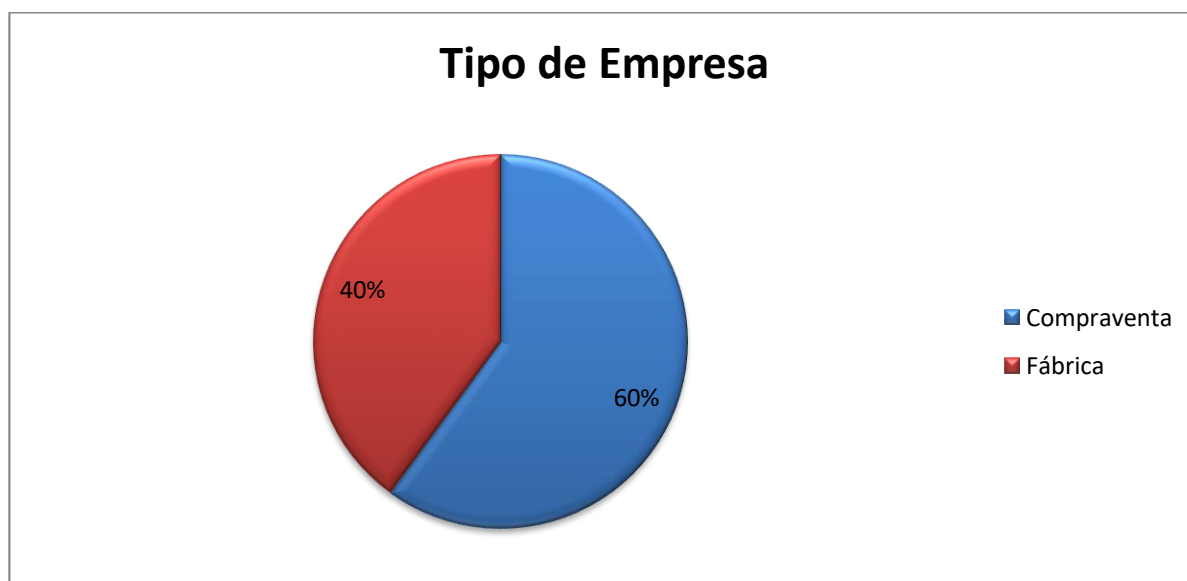
9	Compraventa	Siempre	NO	SI	Productor	Diario	0 a 500	Muy probable	De acuerdo
10	Compraventa	Siempre	SI	NO	Productor	Diario	1000 en adelante	Muy probable	De acuerdo
11	Compraventa	Siempre	SI	SI	Productor	Diario	0 a 500	Probable	Totalmente de acuerdo
12	Fábrica	Siempre	NO	NO	Intermediario	mensual	0 a 500	Probable	De acuerdo
13	Compraventa	Siempre	SI	NO	Productor	Diario	1000 en adelante	Muy probable	De acuerdo
14	Compraventa	Siempre	SI	SI	Intermediario	Diario	501 a 1000	Muy probable	De acuerdo
15	Fábrica	Siempre	NO	SI	Productor	quincenal	0 a 500	Muy probable	Totalmente de acuerdo

Tabla 3. Tipo de Empresa

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
Compraventa	60%	9
Fábrica	40%	6
Total, general	100%	15

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 1. Tipo de Empresa



Fuente. Elaboración propia

Análisis. Del total de encuestados el 60% pertenece a las compra-ventas de cacao, y el 40% a Fábricas que se dedican a la transformación del producto.

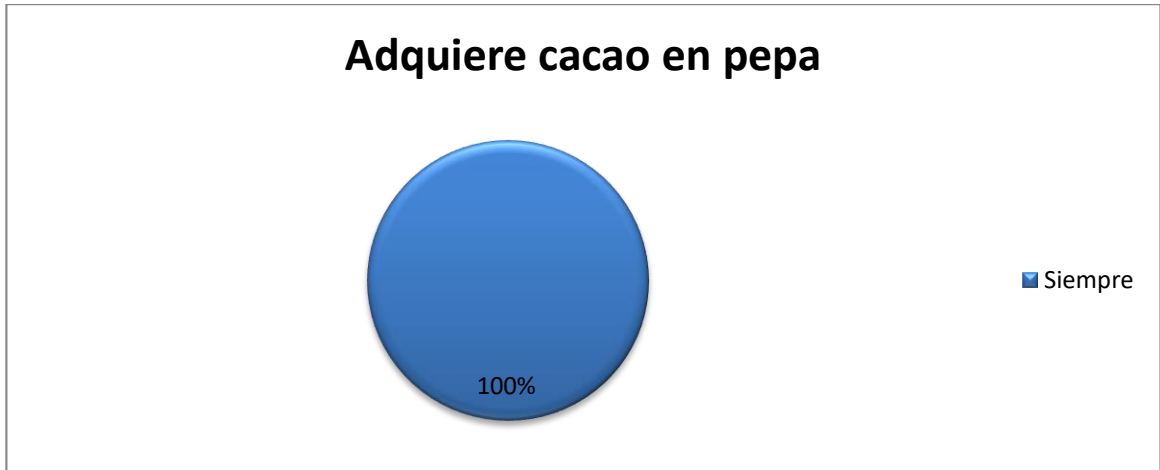
Pregunta 1. ¿Usted compra cacao en pepa?

Tabla 4. Compra de cacao en pepa

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
Siempre	100%	15
Total, general	100%	15

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 2. Adquiere cacao en pepa



Fuente. Elaboración propia

Análisis. Como se puede observar el 100% de los encuestados compran el cacao en pepa, para ser transformado o para ser comercializado, lo cual favorece a la nueva empresa.

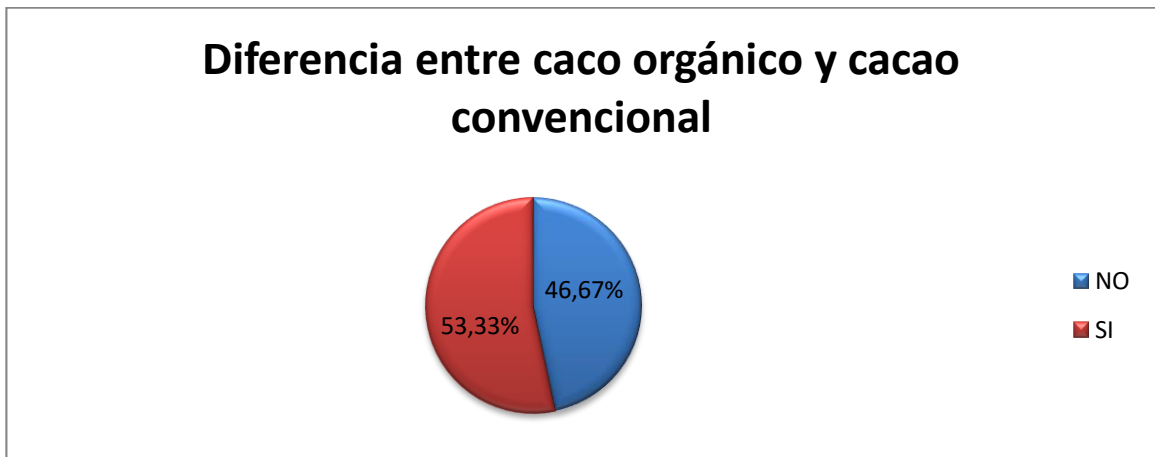
2. ¿Conoce la diferencia entre el cacao orgánico y el cacao cultivado con químicos?

Tabla 5. Diferencia entre cacao orgánico y el cacao convencional

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
NO	46,67%	7
SI	53,33%	8
Total, general	100,00%	15

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 3. Diferencia entre cacao orgánico y cacao convencional



Fuente. Elaboración propia

Análisis. Con el 53.33%, se puede observar que, si conocen el cacao orgánico, mientras que, en un alto porcentaje, es decir del 46,67% no lo conocen, por lo que es necesario la capacitación a través del mercadeo, ofreciendo los beneficios de la adquisición de un cacao orgánico y saludable con el medio ambiente.

3. ¿Hay diferencia entre el precio del cacao orgánico y el precio del cacao con químicos?

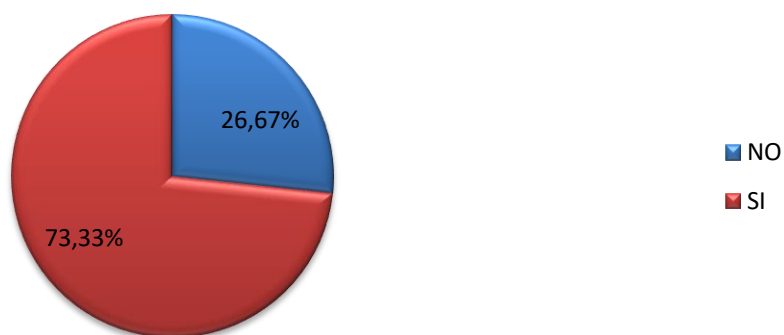
Tabla 6. Diferencia entre cacao orgánico y el cacao convencional

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
NO	26,67%	4
SI	73,33%	11
Total, general	100,00%	15

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 4. Diferencia entre el precio de los dos tipos de cacao

Diferencia entre el precio de los dos tipos de cacao



Fuente. Elaboración propia

Análisis. De acuerdo a los resultados el 73,33% sabe que, si existe una diferencia en el precio entre el cacao orgánico y el cacao con químicos, por lo que muchas veces prefieren comercializar el cacao con químicos. Aunque el 26.67% no ve la diferencia, se puede persuadir al comprador para que promocióne los beneficios de un cacao orgánico.

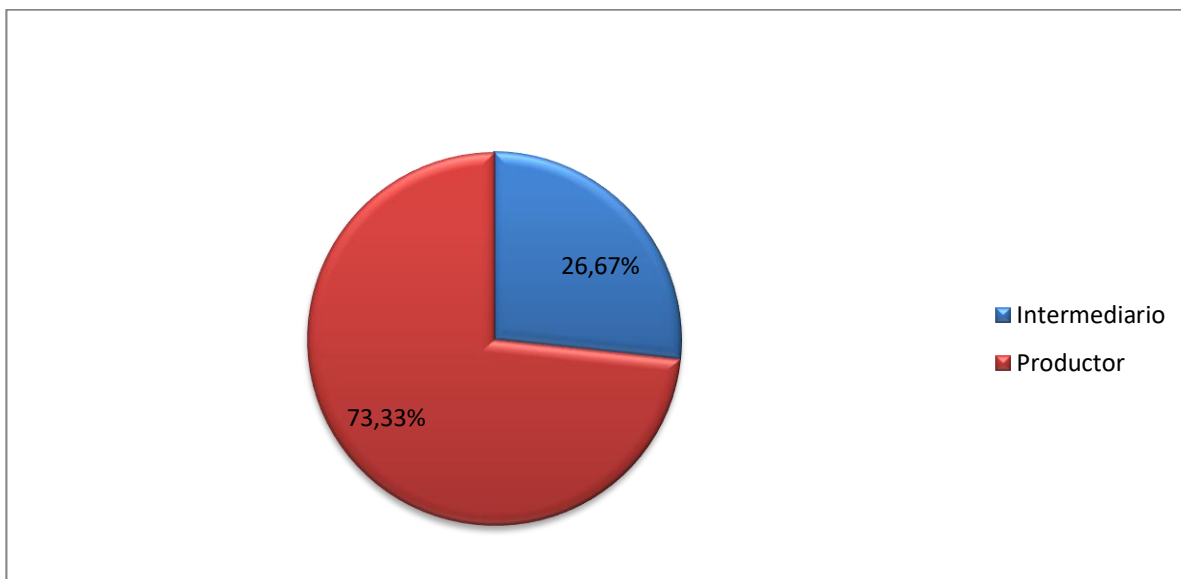
4. ¿Cuáles son sus proveedores?

Tabla 7. Proveedores del producto

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
Intermediario	26,67%	4
Productor	73,33%	11
Total, general	100,00%	15

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 5. Proveedores del producto



Fuente. Elaboración propia

Análisis. Los resultados demuestran que el 73,33% de los encuestados compran el cacao directamente al productor, siendo un porcentaje alto, para tener en cuenta a la hora de ofrecer el producto. Sin embargo, hay un 26.67% que lo compra al intermediario.

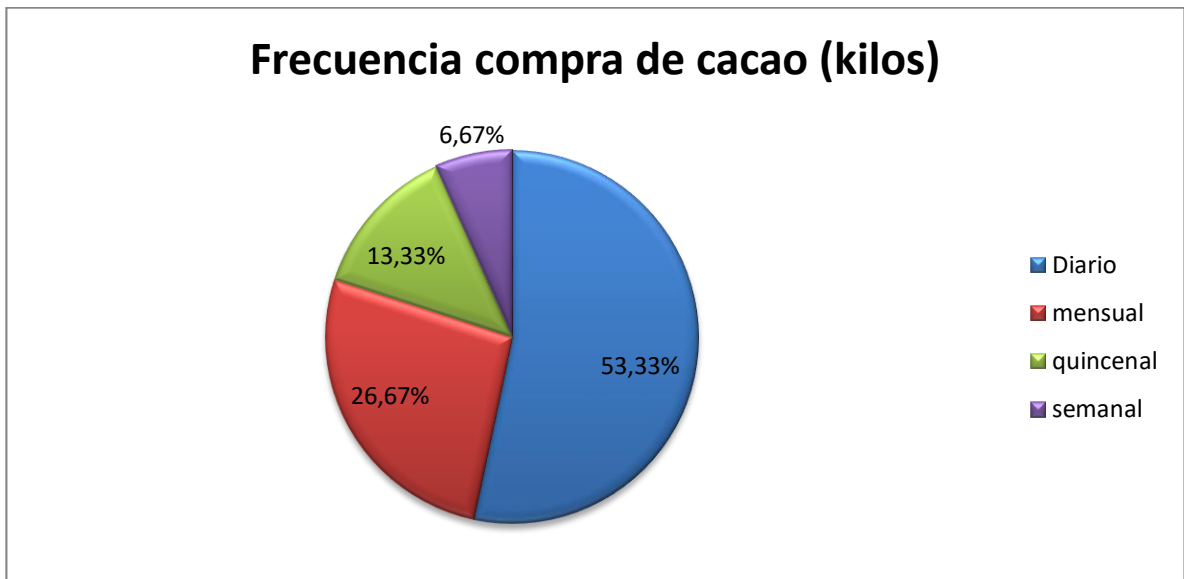
5. ¿Con qué frecuencia compra cacao?

Tabla 8. Frecuencia compra de cacao

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
Diario	53,33%	8
mensual	26,67%	4
quincenal	13,33%	2
semanal	6,67%	1
Total, general	100,00%	15

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 6. Frecuencia de compra de cacao (kilos)



Fuente. Elaboración propia

Análisis. Según datos arrojados, la comercialización del producto, en especial las compraventas, es decir que el 53.33%, lo hacen de manera diaria, siendo una gran oportunidad para ofrecer el producto, por otra parte, el 26.67%, lo hacen mensual, mientras que el 13.33% de manera quincenal y solo el 6.67% semanal.

6. ¿Cuántos kilos de cacao compra al mes?

Tabla 9. Cantidad de kilos que compra al mes

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
0 a 500	40%	6
1000 en adelante	20%	3
501 a 1000	40%	6
Total, general	100,00%	15

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 7. Cantidad de compra en el mes



Fuente. Elaboración propia

Análisis. De acuerdo a los resultados arrojados por los encuestados, el 40%, compran entre 0 y 500 kilos, y también con el 40%, de 501 a 1000kilos, mientras que solo el 20% de 1000 en adelante. Lo que demuestra que es bastante las compras que realizan en el mes, aunque manifiestan la posibilidad de aumentar dichas compras.

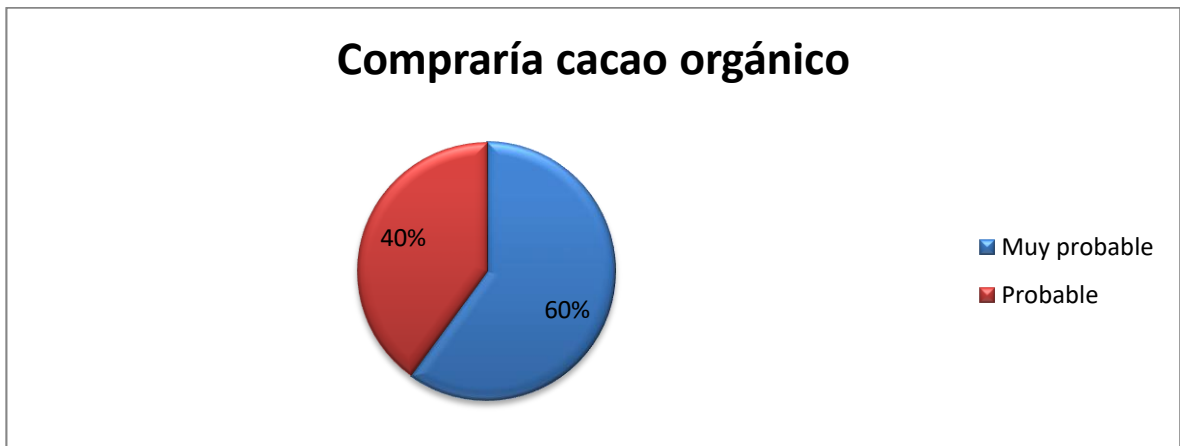
7. ¿Estaría dispuesto a comprar cacao orgánico, producido en el municipio?

Tabla 10. Posibilidad de comprar cacao orgánico en El Socorro

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
Muy probable	60%	9
Probable	40%	6
Total, general	100,00%	15

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 8. Compraría cacao orgánico



Fuente. Elaboración propia

Análisis. Con el 60%, se demuestra que las empresas encuestadas, es muy probable que compren el cacao orgánico y el 40%, probable, lo que significa que hay una alta aceptación de incluir en sus compras el cacao orgánico, siendo beneficioso para la nueva empresa productora y comercializadora de cacao.

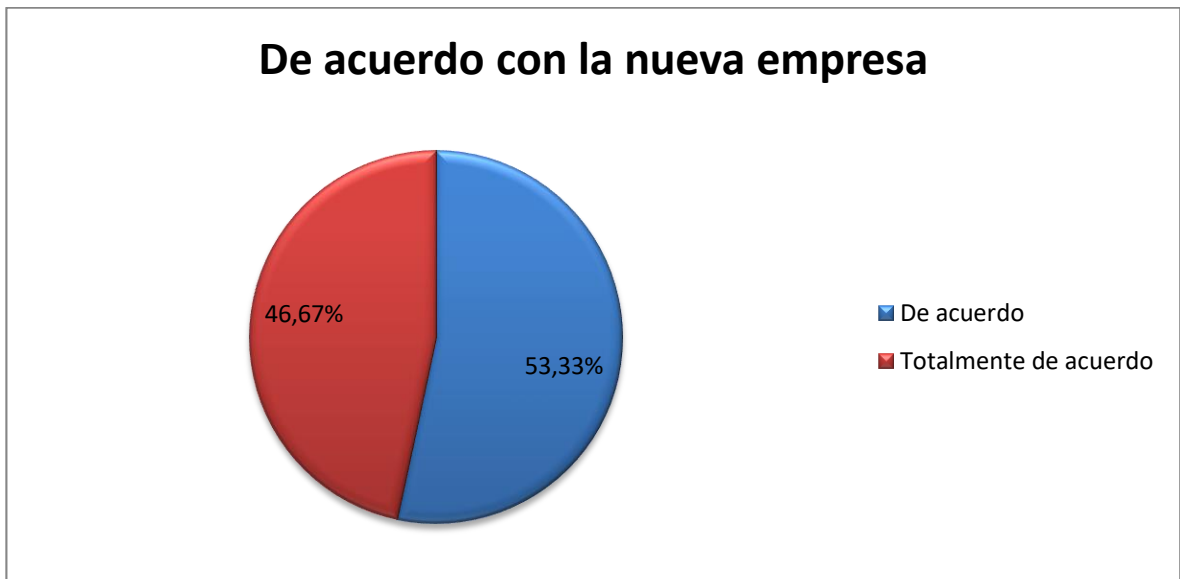
8. ¿Usted cree que la creación de una empresa productora de cacao orgánico en el municipio de El Socorro, traería beneficios a la región?

Tabla 11. Está de acuerdo con la nueva empresa

Detalle	Porcentaje	Frecuencia
De acuerdo	53,33%	8
Totalmente de acuerdo	46,67%	7
Total, general	100,00%	15

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 9. Está de acuerdo con la nueva empresa



Fuente. Elaboración propia

Análisis. Según los datos arrojados por la encuesta, el 53.33%, están totalmente de acuerdo con la creación de la nueva empresa productora y comercializadora de cacao orgánico en el municipio de El Socorro y el 46.67% está simplemente de acuerdo. Siendo de mayor relevancia los resultados, porque se puede evidenciar sobre la necesidad de una nueva empresa.

2.3.12 Estimación de la demanda actual. Para el cálculo de la demanda se tiene en cuenta la población objetivo, del municipio de El Socorro, que son 15 compradores, entre las compraventas y las fábricas.

El cálculo de la demanda actual se realiza teniendo en cuenta lo siguiente:

Como la población objetivo son 15 compradores y el 100% están dispuestos a comprar cacao en pepa y según cálculos la frecuencia de compra en el año es de 204.77 kilos de cacao, según tabla 12.

Tabla 12. Frecuencia de compra total de cacao al año

Detalle	Porcentaje	Frecuencia	Veces Año	Media Ponderada
Diario	53,33%	8	365	194,65
Mensual	26,67%	4	12	3,20
Quincenal	13,33%	2	26	3,46
Semanal	6,67%	1	52	3,46
Total, general	100,00%	15		204,77

Fuente: Elaboración propia.

En promedio al mes compran 1200 kilos de cacao en pepa, según la tabla 13.

Tabla 13. Cantidad de kilos que compra al mes

Detalle	Porcentaje	Frecuencia	Promedio
0 a 500	40%	6	200
1000 en adelante	20%	3	200
501 a 1000	40%	6	800
Total, general	100,00%	15	1.200

Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, la demanda actual se calcula de la siguiente forma:

Demanda actual anual = $15 * 100 \% * 204,77 * 1.200 = 3.685.860$ kilos de cacao.

2.3.13 Estimación de la demanda efectiva. La demanda efectiva se calcula teniendo en cuenta que:

Como la demanda actual anual: 3.685.860 kilos de cacao y existe una probabilidad de comprar cacao orgánico, producido en el municipio del 60%, por tanto, la demanda efectiva sería de la siguiente forma.

Demanda efectiva anual= $3.685.860 * 60\% = 2.211.516$ kilos de cacao

2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años. Para realizar la proyección de la demanda se tiene en cuenta un aumento del 0,81%, promedio en la proyección anual, para los próximos cinco años, según tabla 14.

Tabla 13. Proyección de la población

AÑO	SOCORRO	Total	%
2020	Total, población	33.628	
2021	Total	34.007	1,11%
2022	Total	34.267	0,76%
2023	Total	34.511	0,71%
2024	Total	34.771	0,75%
2025	Total	35.021	0,71%
Promedio			0,81%

Fuente. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Para proyectar la demanda se hace uso de la fórmula de valor futuro.

$$F = P (1+i)^n$$

Donde

F= Demanda proyectada

P= Demanda estimada: Actual (3.685.860 kilos) y Efectiva (2.211.516 Kilos)

i= Tasa de crecimiento de la población objetivo es de 0,81%

n= número del periodo (años).

Tabla 14: Demanda actual proyectada.

Año	Fórmula	Número de unidades
-----	---------	--------------------

0	$F= 3.685.860 (1 + 0.0081)^0$	3.685.860 kilos
1	$F= 3.685.860 (1 + 0.0081)^1$	3.715.715 kilos
2	$F= 3.685.860 (1 + 0.0081)^2$	3.745.813 kilos
3	$F= 3.685.860 (1 + 0.0081)^3$	3.776.154 kilos
4	$F= 3.685.860 (1 + 0.0081)^4$	3.806.741 kilos
5	$F= 3.685.860 (1 + 0.0081)^5$	3.837.575 kilos

Fuente Elaboración propia

Tabla 15: Demanda efectiva proyectada.

Año	Fórmula	Número de unidades
0	$F= 2.211.516 (1 + 0.0081)^0$	2.211.516 kilos
1	$F= 2.211.516 (1 + 0.0081)^1$	2.229.429 kilos
2	$F= 2.211.516 (1 + 0.0081)^2$	2.247.488 kilos
3	$F= 2.211.516 (1 + 0.0081)^3$	2.265.692 kilos
4	$F= 2.211.516 (1 + 0.0081)^4$	2.284.044 kilos
5	$F= 2.211.516 (1 + 0.0081)^5$	2.302.545 kilos

Fuente: Elaboración propia

2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El departamento con mayor producción en Colombia es Santander, que produce el 42% de la producción nacional, demostrando que su área geográfica es atractiva para el cultivo de cacao, ofreciendo un cacao de buen aroma, sabor y calidad en Colombia.

El municipio de El Socorro, no es ajeno a la producción de cacao, donde varios agricultores se dedican al cultivo. Es el cultivo que está en auge y en aumento en el municipio y en asocio con varias agremiaciones se debe buscar la renovación y siembra nueva de este producto, así como apoyar a los productores para que se

genere valor agregado al mismo con la transformación a chocolate de mesa o chocolatería fina, al igual que la inclusión de tecnología en el cultivo de cacao orgánico.

Es un municipio que tiene las condiciones físicas para un buen cultivo del producto. El relieve es variado entre el fuertemente inclinado (25% al 50%) al muy escarpado (pendientes mayores del 75%), con áreas de relieve suave que condicionan el uso de los suelos a la conservación natural, con predominaciones pendientes, al encontrarse ubicado en la cordillera oriental. Son terrenos que se pueden fácilmente alternar con la plantación de árboles maderables y otros cultivos alternativos, haciendo aún más productiva sus tierras.

Cuenta con una gran variedad de fuentes hidrográficas, desde nacimientos de agua, ríos y quebradas, que proveen al municipio y a sus veredas suficientes recursos para las épocas de sequía. Lo anterior proporciona un panorama con un clima apto para que la agricultura sea su principal fuente económica del municipio.

Los oferentes son todos los dueños y administradores de fincas en las que se cultiva el cacao, se caracterizan por ser pequeños productores, que venden el producto en las compra - ventas de cacao del municipio de El Socorro. En total, son 55 ha, las que se encuentran sembradas en cacao, que abastecen la demanda del municipio. Ver tabla 15.

Tabla 14. Listado de fincas productoras de cacao municipio de El Socorro

N°	Nombre del Productor	Producto	Has. Sembradas	Vereda	Finca
1	Alonso Silva Gómez	Cacao	1,0	La Honda	Floresta
2	Ángel Miguel Beltrán	Cacao	0,8	San Lorenzo	El Pedregal
3	Ángel Miguel Beltrán	Cacao	0,5	Caraota	
4	Ángel Miguel Blanco Osorio	Cacao	1,0	Quebrada	El Cincho
5	Arsenio Santos	Cacao	3,0	Buenavista	Maez
6	Arturo Benítez Fonseca	Cacao	1,0	Líbano	Los Tanques
7	Carmen Delia Parra	Cacao	0,5	Quebrada	El Triunfo
8	Carmen Delia Parra	Cacao	0,5	Quebrada	El Totumo
9	Cecilia Cala	Cacao	0,8	Chanchon	Santa Rosa
10	Clemencia Bautista	Cacao	0,5	Naranjal	La Belleza
11	Delia Rueda	Cacao	0,8	Caraota	Monterey
12	Dolores Bautista	Cacao	0,8	Bariri	Las Palmeras
13	Domingo Medina Villarreal	Cacao	1,0	Bariri	El Caucho
14	Enrique Moreno Cárdenas	Cacao	0,5	Árbol Solo	Porvenir
15	Ever Murillo	Cacao	0,8	Rincón	El Mandarino
16	Francisco Osorio	Cacao	1,0	Quebrada	El Pumarroso
17	Gabriel Vázquez Díaz	Cacao	0,5	Quebrada	La Escalera
18	Gerardo Murillo León	Cacao	0,8	Barriri	El Edén
19	Gerardo Parra	Cacao	0,8	Quebrada	San Luis
20	Gerardo Murillo	Cacao	0,8	Bariri	El Edén
21	Gilma Pereira Porras	Cacao	1,0	Bariri	Las Marías
22	Henry Gómez Suarez	Cacao	1,0	Bariri	El Diamante
23	Ismael Bayona Parra	Cacao	0,8	Bariri	Villa Claudia
24	Jaime Flores Marín	Cacao	1,5	Quebrada	Porvenir
25	Jaime Gómez	Cacao	0,8	Chanchon	El Cedral
26	Jaime Gómez	Cacao	0,8	Chanchon	La Lora
27	Jairo Rojas	Cacao	0,5	Bariri	La Esmeralda
28	Jorge Gómez Bustos	Cacao	0,0	Bariri	El Almendro
29	Jorge Gómez Bustos	Cacao	0,8	Bariri	El Caucho
30	José Antonio Angarita	Cacao	0,5	Verdín	Villa María
31	José Manuel López	Cacao	0,8	Árbol Solo	Santa Isabel

32	José Rafael Rueda	Cacao	2,0	Quebrada	Aljibe Nuevo
33	José Silva Gómez	Cacao	1,0	Rincón	El Llano
34	Juan Jesús López	Cacao	2,0	La Honda	La Plazoleta
35	Juan Quitian Delgado	Cacao	0,5		EL PAPAYO
36	Leonidas Delgado	Cacao	1,0	Rincon	La Unión
37	Leonor Gonzales	Cacao	0,8	Caraota	La Esperanza
38	Luis Eduardo Flores	Cacao	0,8	Tamacara	El Recuerdo
39	Luis Maria Ayala	Cacao	0,8	Tamacara	El Guane
40	Marcos Vesga	Cacao	5,0	Quebrada	La Punta
41	Mariela Gómez	Cacao	0,8	Bariri	El Diamante
42	Mariela Noriega	Cacao	0,8	Naranjal	La Pala
43	Marlen Duran	Cacao	0,8	Bariri	La Laguna
44	Mercedes La Rota	Cacao	0,8	Quebrada	Mata Guadua
45	Nydia Patricia Rondón	Cacao	0,8	Bariri	El Diamante
46	Pedro Elías Bautista Silva	Cacao	1,0	Naranjal	Mandarino
47	Pedro José Fuentes	Cacao	5,0	Buenavista	
48	Pedro Sarmiento Camacho	Cacao	0,5	Bariri	Ojo De Agua
49	Rafael Antonio López	Cacao	0,5	Alto De Reinas	Parqueadero
50	Raquel Vesga Ardila	Cacao	2,0	Árbol Solo	Bella Vista
51	Rodrigo Cuevas	Cacao	0,5	Tamacara	San Luis
52	Roque Gómez Bustos	Cacao	0,8	Bariri	El Colmenal
53	Roselia Pardo Ariza	Cacao	0,5	Santander	Palo Blanco
54	Salomón Villarreal Mendoza	Cacao	1,0	Barirí	Monte Bello
55	Tiberia Vázquez	Cacao	1,0	Quebrada	La Faja

Fuente. Sipsa

Para realizar la matriz comparativa, bajo el modelo de Benchmarking, se tomó la tabla 15, y se seleccionó dos grupos de oferentes; grupo 1, para los cultivadores que tienen entre 0-1 ha., sembrada en cacao y el grupo 2; para los de 1 ha, en adelante. En la siguiente tabla se presenta el análisis de la oferta.

Tabla 15. Matriz comparativa

Aspectos	Cacao Santa Isabel	Grupo 1	Grupo 2
No. de hectáreas cultivadas	15 ha	Entre 0-1Ha	Entre 1-5Ha
Número de empleados	Directos: 5 Indirectos: 10	2	3
Tipo de cacao	Orgánico	Normal	Normal
Compradores del producto	Compra ventas y fábricas	Compra ventas	Compra ventas
Presentación	Por kilos, arrobas, bultos	Por kilos, arrobas	Por arrobas y bultos
Tecnología en los procesos	Maquinaria de última tecnología y uso de las técnicas en los procesos del cultivo	Artesanal	Artesanal
Capacitación de personal	Periódicamente, con el personal capacitado	Ninguna	Ninguna
Tiene estrategias de venta	Si	No	No

Fuente. Elaboración propia

2.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE

2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio. El cacao que se utilizará para el presente proyecto es el híbrido y el criollo. El híbrido es una buena alternativa, incorpora aspectos de las variedades criollo y forastero. Es afrutado y perfumado. Tiene un amplio rango de sabores. Aromático y persistente en la boca. Pueden apreciarse sabores a heno, roble miel y notas verdes

(manzana, melón), además tiene baja susceptibilidad a la contaminación y a las plagas, haciéndolo más productivo y de mejor calidad.

Por otra parte, el cacao criollo, otra buena alternativa de cultivo, sin embargo, se hará en menor cantidad. Se utilizará este tipo de cacao, por su exquisito sabor y aroma, lo que lo hace de mayor aceptabilidad en la fabricación de chocolates finos.

Es un árbol de porte bajo, de hasta 10 m de altura y una copa abierta de 6 m de diámetro. La ramificación es característica de la especie, y consta de 4-6 niveles de verticilio sucesivo de 3-5 ramas laterales. El fruto denominado "mazorca"; es ovoide o esférica; las semillas en número de 20-60 por fruto, son aplanadas, tienen 2-4 cm de largo y están rodeadas por una pulpa blanca mucilaginosa y azucarada comestible.

Usos: para qué, cómo, principales aplicaciones. Los usos del cacao orgánico en pepa son diversos, debido a sus valiosas propiedades, es un producto muy versátil que puede ser utilizado en diferentes presentaciones y tiene aplicaciones de tipo medicinal, en la industria farmacéutica y remedios naturales, en tratamientos de belleza y en la gastronomía, incluyéndolo en platos o comidas tanto dulces como saladas. Por tanto, será la materia prima puesta a disposición de los clientes, a través de las compraventas y de las fábricas procesadoras de cacao.

Además del cacao se obtendrá otros usos, a través de la cáscara, para ser utilizado en alimento para ganado bovino y las cenizas de cáscara, como abono de las mismas plantas y para ser comercializado.

Usuarios: ubicación geográfica y tipología. El cacao es una materia prima que tiene gran variedad de usuarios, desde intermediarios hasta el consumidor final. Tiene una segmentación bastante amplia, en cuanto a ocupación geográfica, estilos de vida, estratos sociales, hábitos de consumo, género, edad, entre otros.

De acuerdo a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), en Colombia el cacao se cultiva en casi todo el territorio nacional, pero su siembra se concentra básicamente en cuatro zonas agroecológicas que comprenden la montaña santandereana; los valles interandinos secos; el bosque húmedo tropical y la zona cafetera marginal.

Dicha producción es comercializada a través de intermediarios llamados compraventas de cacao. Sin embargo, también es vendido directamente a las fábricas para ser industrializados, es el caso de fincas cacaoteras que son los principales proveedores de las más reconocidas fábricas de Colombia.

2.5.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia El cacao es vendido en pepa, después de la extracción de la pulpa, se somete al secado y así están listas para el transporte y procesamiento industrial de sus derivados. Puede ser vendido por kilos, arrobas, bultos y/o toneladas. Su empaque puede ser bolsas o sacos de fibra, no requiere un empaque especial, sin embargo, se recomienda en bolsas de papel para conservar el aroma.

Composición. El cacao tiene un gran valor nutritivo, es una gran fuente de proteínas y calorías. El cacao es la materia prima, base para la industrialización de nuevos productos. Será comercializado en pepa, a través de las compraventas y de las fábricas de procesamiento de cacao. De la planta se obtendrá la cáscara, que sirve como abono o alimento.

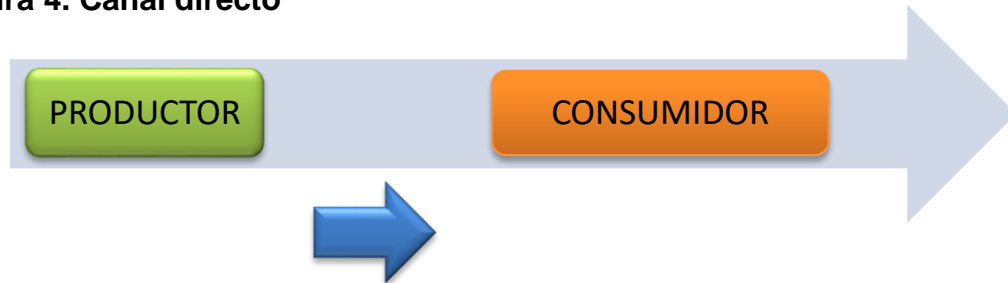
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN

La mayoría de empresas cultivadoras de cacao, la comercialización del cacao orgánico en pepa, el canal más utilizado es el Indirecto Largo, en el que interviene las compras de cacao, mayoristas, Fábricas, tiendas y consumidor final.

2.6.1 Estructura de los canales actuales. Se encuentran los siguientes tipos de canales de distribución para la venta de cacao en el Socorro:

➤ **CANAL DIRECTO:** El productor, quien cultiva el cacao y lo vende en pepa, directamente al consumidor, persona que compra el producto, sin intermediarios. Este caso se evidencia muy poco en el municipio de Socorro, debido a que los productores que existen en la zona, prefieren venderlos a las compraventas que existen en la zona.

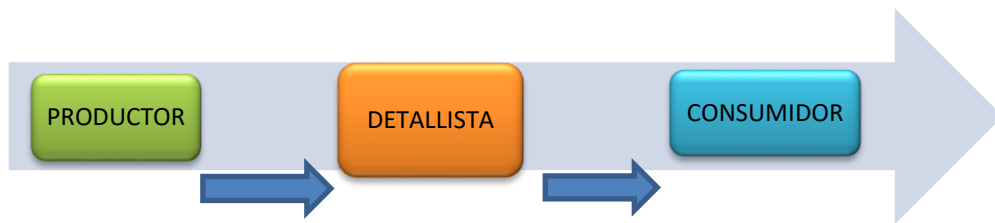
Figura 4. Canal directo



Fuente: Elaboración propia.

➤ **CANAL INDIRECTO CORTO:** Sólo tiene dos escalones, es decir, un único intermediario entre el productor y el consumidor. Este canal es poco habitual en la comercialización de cacao en pepa. En éste canal actúa el productor, el detallista o minorista, que son las mismas tiendas y el consumidor.

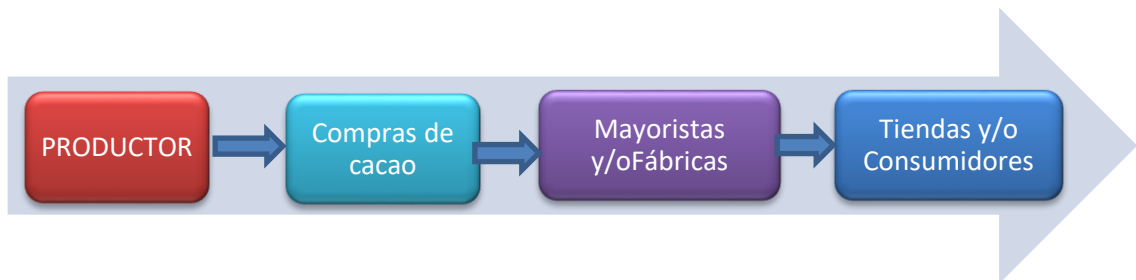
Figura 5. Canal Indirecto corto



Fuente: Elaboración propia.

➤ **CANAL INDIRECTO LARGO:** Intervienen varios intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas y agentes comerciales, etc.). Este canal es típico para productos agrícolas como el cacao. Este canal es el más utilizado.

Figura 6. Canal Indirecto largo



Fuente. Elaboración propia

2.6.2 Desventajas y ventajas de los canales actuales²⁷

➤ **Canal directo.:**

Ventajas:

²⁷ (Adcasa. Canales de distribución.[En líneas]. Consultado el 12 abril de 2021. Disponible en: <http://adcasa.com.gt/publicaciones/33-canales>, s.f.)

Tiene un costo relativamente bajo.

Posible alcance global.

No se reparten las ganancias con un distribuidor.

Disponibilidad de 24 horas (en caso de venta por internet).

Sensibilidad inmediata de la reacción de los consumidores.

Desventajas:

La competencia gana fuerza a nivel regional.

Bajo volumen en las ventas.

Desconfianza de los compradores por internet.

Mayor inversión de activos fijos.

Administración más costosa.

➤ **Canal indirecto corto y largo.**

Ventajas:

Financiamiento propio y organización en las ventas.

Dar a conocer el producto más rápido en el mercado.

Mantenimiento de stock.

Manejo de diferentes líneas de producto.

Especialización por área.

Desventajas:

Competencia en el punto de venta.

Mayor inversión en publicidad.

Volúmenes de compra establecidos por el distribuidor.

Repartición de los beneficios con los intermediarios.

Mayor costo de distribución.

2.6.3 Selección de los canales de comercialización. El canal seleccionado para la empresa, será inicialmente el canal indirecto largo, para que el producto llegue al consumidor final, se requiere de los intermediarios de compra y ventas y de aquellas fábricas dedicadas al proceso de industrialización del cacao.

2.7 ESTRATEGIAS PARA FIJACIÓN DE PRECIOS

2.7.1 Análisis de precios de la competencia. Los precios del cacao en pepa, no se determinan bajo parámetros de costo de venta, sino a través de las políticas del Gobierno Nacional, con estimaciones del PIB, las cuales son publicadas por Fedecacao, de manera mensual. Por tanto, de acuerdo a dichas publicaciones la competencia debe regirse bajo esos precios para vender su producto.

2.7.2 Estrategias de fijación de precios. Aunque el proceso de ponderación del valor de un bien o servicio se debe a sus propias realidades, se estima indispensable calibrar varios factores antes de tomar una decisión:

- ✓ Conocer el mercado objetivo y medir el posicionamiento del producto.

- ✓ Definir el bien/servicio ofrecido, así como las estrategias de promoción y distribución.

- ✓ Estimar la influencia de los distintos niveles de demanda posible sobre el precio de venta al público.

- ✓ Calcular el costo total del servicio o producto ofrecido.

- ✓ Considerar el entorno legal y características de la competencia.
- ✓ Determinar el objetivo de la fijación de precios (atacar a la competencia, maximizar ganancias, estabilizar mercado).

Para la fijación de precios de venta del cacao, se tiene en cuenta los precios del producto estipulados a nivel nacional por Industria Nacional - Fedecacao – Exportadores. Según la siguiente tabla el precio del producto ha tenido una tendencia fluctuante, en los últimos dos meses.

Tabla 16. Precios de venta del cacao en pepa 2021

Fecha	Precio/kilo
22 al 28 de marzo de 2021	\$7.722,20
15 al 21 de marzo de 2021	\$7.737,70
08 al 14 de marzo de 2021	\$7.808,00
01 al 07 de marzo de 2021	\$7.522,20
22 al 28 de febrero de 2021	\$7.336,00
15 al 21 de febrero de 2021	\$7.660,20
08 al 14 de febrero de 2021	\$7.902,00
01 al 07 de febrero de 2021	\$7.935,30

Fuente. Industria Nacional - Fedecacao - Exportadores

2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1 Estrategias de comunicación. Los siguientes objetivos que se quieren alcanzar con la publicidad y promoción son:

- Informar sobre el lanzamiento de un producto diferente y único en el mercado.

- Persuadir al consumidor, a través de mensajes cortos y llamativos sobre la importancia del consumo del cacao y la utilización como materia prima para la elaboración de los diversos productos.
- Recordar a la población objetivo y potencial, la importancia del consumo del cacao, como suministro de energía y el beneficio para la salud, a través de folletos, volantes, impulsadoras en los supermercados, degustaciones, propaganda radial y televisiva.

Para el cumplimiento de los anteriores objetivos se requiere de las siguientes estrategias de comunicación:

Relación de asistencia personal: Es la interacción entre el cliente y el jefe de ventas, como asistencia en el proceso de ventas o post-compra. A través del punto de venta o a través de centros de atención telefónica, chat en línea, por correo, etc., después de completar su compra.

Relación de asistencia personal dedicada: Involucra asignar un responsable a la atención específica de un cliente. Normalmente se desarrolla a largo plazo y es muy frecuente en servicios de lujo, o en la administración de cuentas negocio a negocio.

Relación de autoservicio: Aquí la compañía no mantiene relación directa con los clientes; sin embargo, debe proveer todos los medios necesarios para que los clientes se atiendan sin problemas.

Co-creación: Se trata de crear valor junto con los clientes, haciendo que éstos participen en algunos procesos del ciclo de negocios. Por ejemplo, algunas tiendas virtuales te invitan a diseñar productos en línea y ganar una comisión por sus ventas, o una tienda de libros puede invitar a que sus clientes escriban opiniones sobre los productos y crear valor para posibles lectores.

2.8.1.1 Logotipo

Figura 7. Logotipo



Fuente: Elaboración propia.

Este logo tiene como objetivo identificar la empresa en el mercado del comercio del cacao, con un valor agregado. CACAO SANTA ISABEL, cacao orgánico, su nombre se determinó teniendo en cuenta el mismo nombre de la finca donde se cultivará el producto. El logotipo se compone de dos colores importantes el verde y el café, símbolos de la tierra y de la naturaleza.

El significado del color Verde, expresa relajación, naturaleza, fresca y dinamismo, está muy relacionado con la naturaleza, la vida y la salud, su tonalidad de color hace que al verlo lo asociemos con las plantas, la naturaleza y el dinero ya que este color es muy simbólico en estos objetos.

El significado del color Café o Marrón, expresa confortabilidad, humildad y equilibrio, por su color es muy asociado a productos como el chocolate, el café, la tierra, la madera y al otoño.

2.8.1.2 Eslogan. El eslogan del producto se basará en los beneficios principales del mismo.

“El sabor de los colombianos”

Con este eslogan busca dar a entender a los clientes y consumidores que el producto ofrecido es un producto al alcance de toda la población colombiana.

2.8.1.3 Análisis de medios. Con el fin de seleccionar los medios adecuados para la publicidad, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Alcance. Es necesario escoger el medio de mayor sintonía en el municipio de Socorro, llegue al mayor número de habitantes y con mayor frecuencia.
- Frecuencia. Se pretende que el mayor número de habitantes conozcan el nuevo producto, por lo tanto, es necesario que al principio se haga con mayor frecuencia la emisión de las propagandas y demás publicidad.
- Impacto. Se pretende crear una buena imagen con la publicidad sin saturar al cliente potencial.
- Publicidad radial. Se utilizará la emisora de mayor sintonía en la región, que su radio de acción tenga la cobertura de la provincia comunera, teniendo en cuenta que es una forma de pactar publicidad a bajos costos y de llegar al cliente potencial con mayor frecuencia.
- Portafolio de productos. Es el medio escrito a través del cual se plasma los productos que se van a vender con todas las características favorables, lo anterior hace que a las personas a las que les llega el portafolio puedan tener más tiempo para decidir y de comparar, además tienen la posibilidad de hacer los pedidos vía telefónica, por chat o WhatsApp.

- **Publicidad directa.** Es la forma más efectiva de promocionar los productos, a través de folletos, tarjetas de presentación, plegables y detalles con el nombre de la empresa. Con esta publicidad que es un poco más pasiva se busca crear en la mente de las personas el impulso de comprar y comprobar un producto diferente en el municipio.

A continuación, se presenta las ventajas y desventajas de los medios escogidos.

Tabla 17. Ventajas y desventajas de los medios

Medio	Ventajas	Desventajas
Radial	<ul style="list-style-type: none"> • La radio puede ser escuchado en cualquier lugar • El oyente no tiene que estar pendiente para escuchar un mensaje. • Permite la selección por grupo • Se puede pautar una cuña en radio sin tener que planificarlo con mucha anticipación • El mensaje puede transmitirse con la frecuencia que usted seleccione. • La radio tiene un atractivo local • El mensaje tiene una voz, una cualidad que lo hace fácil de escuchar y entender. • La producción de cuñas de radio es sencilla 	<ul style="list-style-type: none"> • La radio no contiene visuales. • Algunas audiencias de radio están fragmentadas. • La aglomeración de anuncios pautados en la radio puede ser bastante grande. • No existe una publicación impresa, su anuncio se transmite y luego se pierde. • Las cuñas producidas por las estaciones utilizan talento de la estación.
Portafolio	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece una amplia información sobre el producto • Un portafolio puede ser impreso o digital y llegar a más personas. • Puede ser utilizado como directorio para realizar los pedidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede ser eliminado fácilmente.

	<ul style="list-style-type: none"> • Conocen la empresa no solo por los productos sino toda su organización. 	
Publicidad directa	<ul style="list-style-type: none"> • La publicidad llega a gran cantidad de público a la vez. • En términos de costo, la publicidad resulta ser uno de los medios más baratos. • La publicidad llega a todos los públicos en un mismo tiempo. • La publicidad llega a todos los lugares y a todos los públicos de manera homogénea. • La publicidad, sobre todo la publicidad por televisión, da prestigio al producto y a la empresa que la utiliza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sobre una gran cantidad de público que recibe el mensaje es muy probable que una gran cantidad de ellos no sean clientes potenciales de la empresa. • El nivel de credibilidad de la publicidad es relativamente bajo. • En muchos lugares existe una gran saturación publicitaria, lo cual disminuye demasiado su eficacia.

Fuente: Elaboración propia

2.8.1.4 Selección de medios. Es muy importante selección los medios más adecuados para la promoción y publicidad de la Empresa, debe cumplir ciertas características que permitan llegar a la comunidad en general.

Se debe seleccionar un medio que sea eficaz que tenga la adecuada cobertura del mercado objetivo, con un mensaje concreto y breve que diga lo que realmente se quiere promocionar y además que los costos sean muy bajos. Los medios a utilizar son la radio, la televisión y la publicidad directa, en la que se incluirá una página web, con videos de la empresa y de promoción para el uso del cacao.

2.8.1.5 Estrategias Publicitarias. Las estrategias que la empresa que va a implementar para la puesta en marcha del proyecto son de dos tipos:

- Estrategias de posicionamiento. Cuyo objetivo es dar a la marca un lugar en la mente del consumidor, frente a las posiciones de la competencia. Se hará días previos al lanzamiento e inauguración de la empresa con publicidad impresa,

propaganda y la invitación personal a los comerciantes más representativos del municipio de Socorro.

- Estrategias promocionales. El objetivo es mantener e incrementar el consumo del producto; contrarrestar alguna acción de la competencia, utilizando los medios escogidos. También se hará con publicidad impresa, propaganda y además con un portafolio de los productos ofrecidos.

2.8.2 Presupuesto de comunicación. Para la publicidad y promoción de la Empresa es necesario presupuestar dineros para el lanzamiento y también para el sostenimiento.

2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento. Tiene como fin dar a conocer la empresa a los clientes potenciales, el cual se hace a través de una inauguración con previas promociones del lanzamiento. Incluye volantes, tarjetas de presentación, plegables y refrigerios. Ver tabla.

Tabla 18. Presupuesto publicidad de lanzamiento

Concepto	Cantidad	V/Unitario	V/total
Volantes	500	\$100=	\$50.000=
Tarjetas de presentación	1.000	\$50=	\$50.000=
Plegables	200	\$200=	\$40.000=
Degustaciones	500	\$2.000=	\$1.000.000=
Recordatorios	500	\$1.000=	\$500.000=
Total			\$1.640.000=

Fuente: Elaboración propia.

2.8.2.2 Presupuesto de operación. Va dirigida a mantener el producto en el mercado y la mente del consumidor, incluye propaganda radial y en revistas locales.

Tabla 19. Presupuesto publicidad de operación

Concepto	Cantidad	V/mes	V/año
Propaganda radial	1	40.000	480.000
Propaganda en revista local	1	30.000	360.000
Propaganda en T.V.	1	60.000	720.000
Recordatorios -llaveros	100	17.000	204.000
Página web	1	25.000	300.000
Total		172.000	2.064.000

Fuente: Elaboración propia.

3. ESTUDIO TÉCNICO

Dentro del análisis técnico, se determina la necesidad de máquinas, insumos y recursos humanos requeridos, los cuales se basan en el tamaño del proyecto, de acuerdo a la capacidad de producción de kilos de cacao orgánico en pepa, que incluye los procesos de siembra, cultivo y producción del producto. Además, dentro del análisis técnico se requiere determinar la micro localización y la macro localización de las instalaciones físicas, que cumplan los estándares de calidad y las condiciones para el funcionamiento del cultivo y venta del cacao orgánico.

3.1 TIPO DE PROYECTO


Es un proyecto de producción, hace parte del sector agrícola, consiste en el cultivo de cacao orgánico, a partir de la semilla, su crecimiento y desarrollo del mismo, para su posterior comercialización en pepa, busca generar rentabilidad económica e ingresos para las partes involucradas.

3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable. La especie de cacao que se utilizará para el presente proyecto es el híbrido y el criollo. El proceso va desde la siembra hasta la comercialización en pepa.

Cuadro 9. Ficha técnica del producto

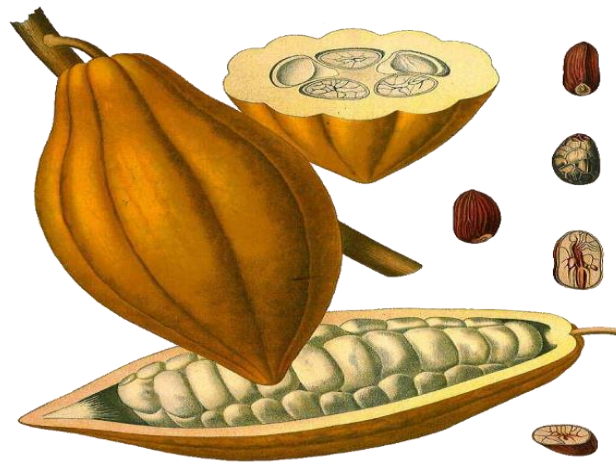
Producto principal	Cacao en pepa
---------------------------	---------------

Diseño	 <p style="text-align: center;"><i>Imagen 1. Presentación del cacao en pepa</i></p>
Especificaciones técnicas	<p>La presentación será por kilos</p> <p>Descripción producto. El cacao es vendido en pepa, después de la extracción de la pulpa, se somete al secado y así están listas para el transporte y procesamiento industrial de sus derivados. Puede ser vendido por kilos, arrobas, bultos y/o toneladas.</p> <p>El tipo de cacao es criollo, es fino y de agradable sabor y exquisito aroma. Fruto alargado de delicado manejo. Alta susceptibilidad a plagas y enfermedades. Lenta producción y baja productividad por árbol.</p> <p>También se utilizará el híbrido. Resultante del cruzamiento sexual entre clones, con el fin de mejorar calidad, productividad, precocidad y respuesta a plagas y enfermedades.</p> <p>Su cultivo está en una temperatura, entre 22°C y 30°C en promedio</p>
Empaque	<p>Su empaque puede ser bolsas o sacos de fibra, no requiere un empaque especial, sin embargo, se recomienda en bolsas de papel para conservar el aroma</p>
Vida Útil	

Fuente. Elaboración propia

Características físicas del cacao. Es una vaina de cacao (fruta) tiene una corteza rugosa de unos 3 centímetros. Está llena de pulpa dulce y mucilaginosa, llamada 'baba de cacao'. Mientras que las semillas son generalmente blancas, se hacen violetas o un marrón rojizo durante el proceso de secado. La excepción son variedades raras de cacao blanco, en que las semillas se mantienen blancas.

Figura 8. La mazorca del cacao



Proceso del cultivo del cacao. La producción del cacao comienza con la selección de la materia prima, selección del terreno, adecuación del vivero, establecimiento del cultivo, propagación, cosecha, recolección, secado y empaque para su comercialización.

- **Selección del terreno para el establecimiento del vivero.** Se debe seleccionar el terreno, adecuar la tierra y establecer el vivero, de acuerdo a los requerimientos técnicos. Durante esta etapa se debe mantener un buen control de plagas y enfermedades, debido a que la planta es muy delicada. Esta etapa dura alrededor de 5 meses para que pueda ser trasplantada al campo. Ver imágenes.

Foto 1. Selección y adecuación del terreno



Foto 2. Siembra de las plántulas de cacao



Foto 3. Establecimiento del vivero



- **Selección del terreno y trasplante de las plántulas.** Las plántulas de cacao son llevadas al terreno, previamente seleccionado y trasplantadas a una distancia de 3 metros en tres bolillos o a 3 x 3 metros en hileras como mínimo. Se debe establecer una plantación de sombra permanente, con buena cobertura. En esta etapa se debe podar, limpiar y fertilizar. Ver imágenes

Foto 4. Siembra y crecimiento del cacao



Foto 5. Reproducción y cosecha del cacao



- **Cosecha y recolección del cacao.** Cuando la mazorca tiene aproximadamente unos 150 días después de la floración y presentan un color amarillo o anaranjado en algunos. La recolección se hace de forma manual mediante una vara desgarradora, con tijeras o cuchillo. Ver imagen.

Foto 6. Recolección y almacenamiento del cacao



- **Post – cosecha del cacao.** Luego de cosechadas las mazorcas son dispuestas en montones para luego abrirlas y sacar los granos que son llevados al siguiente proceso que es la fermentación y posteriormente al secado. Ver imagen.

Foto 7. El cacao seco



Forma de presentación. El cacao es vendido en pepa, después de la extracción de la pulpa, se somete al secado y así están listas para el transporte y procesamiento industrial de sus derivados. Puede ser vendido por kilos, arrobas, bultos y/o toneladas. Su empaque puede ser bolsas o sacos de fibra, no requiere un empaque especial, sin embargo, se recomienda en bolsas de papel para conservar el aroma. Ver imágenes.

Figura 9. Etiqueta del cacao



Figura 10. Empaque



Fuente. <https://images.app.goo.gl/4skZewj268VZHiBQ6>

Composición. El cacao tiene un gran valor nutritivo del cacao, es una gran fuente de proteínas y calorías. La composición química del cacao y su valor nutritivo está descrita en la siguiente tabla.

Tabla 20. Composición química del cacao

Componente	100 gr pulpa	100 gr semilla
Energía	71,0 cal	404,0 cal
Agua	79,2 g	8,7 g
Proteína	2,8 g	19,0 g
Lípidos	0,3 g	17,1 g
Carbohidratos	16,5 g	47,8 g
Fibra	1,1 g	6,9 g
Ceniza	1,2 g	7,4 g
Calcio	6,0 mg	200,0 mg
Fósforo	41,0 mg	801,0 mg

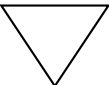
Hierro	0,7 mg	10,5 mg
Vitamina A	32,0 mg	
Tiamina	1,8 mg	0,02 mg
Riboflavina	0,15 mg	0,20 mg
Niacina	3,20 mg	2,50 mg
Vitamina C	21,00 mg	18,90 mg

Fuente. <http://agroaldia.minagri.gob>

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave. El proyecto incluye el proceso de siembra, cultivo, cosecha y recolección del cacao, tiene las siguientes etapas básicas para garantizar plantaciones de alto rendimiento, según la Guía Técnica para el cultivo del Cacao, FEDECACAO (2012):

- Primera Etapa: Instalación. Se trata de la ubicación en el terreno y el manejo de todas las especies del sistema, de manera escalonada.
- Segunda Etapa: Levante o desarrollo. Es el manejo desde la instalación hasta que inicia la producción del cacao y el Sostenimiento
- Tercera Etapa: plantación en su fase productiva.

Gráfica 10. Convenciones

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	Almacenamiento



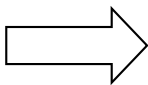
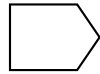
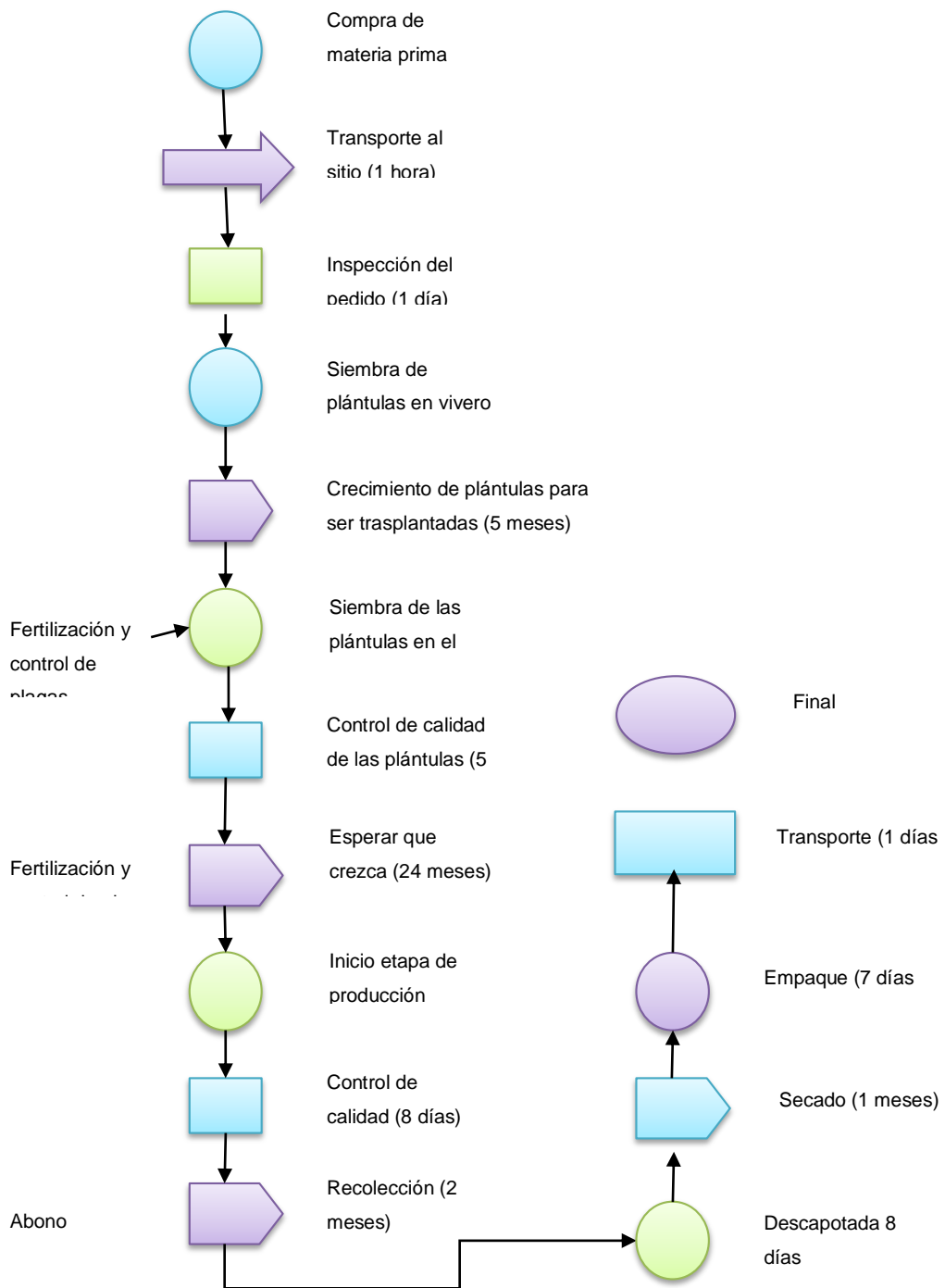
	Operación
	Inspección o revisión
	Transporte
	Demora

Figura 11. Diagrama de flujo producción de cacao



Fuente: Elaboración propia

3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Dentro del programa de SG-SST para la empresa productora de cacao orgánico, se contempla la formulación de objetivos, el diagnóstico de las condiciones de seguridad en el trabajo, los programas de vigilancia y seguimiento de los factores de riesgo presentes, las medidas de saneamiento básico, las herramientas de intervención sobre las condiciones de trabajo, los programas de inducción y educación, y los sistemas de evaluación y seguimiento.

Las características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo que se adoptarán serán las siguientes:

Género: Participación masculina del 70% y un 30% de población femenina.

Edad: La edad promedio para los trabajadores estará en edades entre los 18 años y los 60.

Años de escolaridad: Para el personal operativo, es decir para el proceso de siembra, cultivo, mantenimiento, recolección y labores post cosecha, no se requiere grado de escolaridad. Sin embargo, para las labores de asesorías en los diferentes procesos y para la parte administrativa si se requiere de personal técnico y profesional, con conocimientos en el tema.

Horas trabajadas: El promedio de horas trabajadas en la jornada semanal es de 48 horas, según horario establecido por la ley colombiana.

Descripción de oficios: la descripción de oficios se hará a través del manual de funciones, debidamente relacionado en los contratos de trabajo, para el caso del personal directo de la empresa y para el personal indirecto, que su contratación es por jornal o destajo, se les hará saber en reunión previa a sus labores.

Aspectos importantes que se deben tener en cuenta:

- ✓ Hacer una evaluación de riesgos que permita identificarlos y mitigarlos.

- ✓ Los operarios deben ser capacitados en las actividades que van a realizar. Se debe llevar registros de capacitación.

- ✓ Los trabajadores se deben capacitar en los siguientes:
 - Enfermedades transmisibles.
 - Aseo personal e higiene.
 - Comportamiento personal.
 - Manipulación de productos químicos, desinfectantes, productos fitosanitarios, biosidas u otras sustancias peligrosas
 - Operación de equipos complejos o peligrosos.
 - Manejo de extintores.

- ✓ El predio debe contar con instrucciones documentadas y visibles en cuanto a la higiene las cuales deben ser informadas a los trabajadores durante la inducción. Las instrucciones incluyen al menos los siguientes puntos
 - Limpieza de manos
 - Tratamiento de cortes de piel
 - Notificación de infecciones o problemas de salud
 - Uso de ropa de protección adecuada

- ✓ Se debe contar con un botiquín, un plan de primeros auxilios y al menos una persona capacitada.

- ✓ Se debe velar por la seguridad del trabajador, dotándolo de los elementos de protección personal necesarios para la labor a desempeñar, por ejemplo, gafas, guantes, botas, uniforme, entre otros.
- ✓ Se debe llevar el registro de entrega de EPP por cada operario.
- ✓ Se debe contar con servicios sanitarios y lavamanos en buen estado, limpios y que garanticen el acceso de los trabajadores a las instalaciones sanitarias.
- ✓ Se debe contar con un lugar apropiado para consumir alimentos.
- ✓ Se debe hacer chequeos de salud periódicos a los operarios.
- ✓ Todos los trabajadores deben llevar puesta vestimenta externa limpia y en condiciones aptas para el trabajo, de acuerdo a la evaluación de riesgos.
- ✓ Deben destinarse áreas específicas para fumar, comer y beber, restringiéndose en áreas de manipulación o almacenamiento del producto.
- ✓ Los procedimientos en caso de accidente deben estar claramente señalizados en ubicaciones accesibles y visibles.
- ✓ En los casos correspondientes se debe identificar, Dirección de la finca o ubicación en el mapa. Persona(s) a contactar y su número telefónico. Lugar dónde se encuentra el medio de comunicación más cercano (teléfono, radio). Lista actualizada de números telefónicos relevantes (policía, ambulancia, hospital, bomberos, acceso a asistencia médica en el sitio o por medio de transporte, proveedor de electricidad y de agua). Cómo y dónde contactar a los servicios médicos locales, hospitales y otros servicios de emergencia. Interruptores de emergencia de electricidad, gas y agua.

- ✓ Se debe contar con instrucciones documentadas y las hojas de seguridad de los productos en caso de un derrame de agroquímicos.
- ✓ Se debe tener en cuenta las fichas técnicas y de seguridad para la aplicación de un agroquímico o fertilizante.
- ✓ Estas deben ser exigidas previamente a la compra del producto con la finalidad de elegir el producto adecuado, precauciones, elementos de protección personal (EPP), dosis, entre otros aspectos.

Para la implementación del SG-SST, se requiere de un profesional en el tema, que se haya capacitado en el tema y que esté certificado por el Ministerio de Protección social. Según cotización el valor de la implementación del SG-SST, oscila entre \$500.000 y \$700.000.

3.2.4 Análisis Ambiental. El análisis ambiental para la empresa del cultivo del cacao, debe tener en cuenta todos los aspectos previos, durante y después de la ejecución del proyecto, concernientes al buen uso de los recursos naturales, minimizando el impacto ambiental que pueda generar el cultivo del cacao para la región. Un análisis ambiental para el presente proyecto está entre \$600.000 y \$800.000, dicho valor se difiere en la contabilidad de la empresa.

3.2.5 Recursos Clave.

3.2.5.1 Talento humano. Para el establecimiento, proceso de plantación, ventas, mercadeo y administración, se requiere de personal idóneo y capacitado. Para la puesta en marcha del proyecto se requiere de un administrador-Gerente, 2 operarios, secretaria-contadora, asesor-técnico y un conductor.

Tabla 21. Recursos humanos

Recursos humanos	
	CANTIDAD
Gerente Propietario (Administrador)	1
Secretaria contadora	1
Operarios	2
Asesor técnico	1
Conductor	1

Fuente: Elaboración propia

3.2.5.2 Infraestructura. Los recursos utilizados para el proceso productivo están establecidos en las siguientes tablas

Tabla 22. Equipo y herramientas para producción y comercialización

Detalle	Cantidad	Descripción
Equipo de bombeo de agua	1	Motobomba Riego 2 Pulgadas Gasolina 7hp Equipmaster
Básculas	2	Balanza Electrónica Brazo Hasta 200 Kg Plataforma Industrial.
Azadones de cabo	5	Azadón Cafetero Herragro Negro Con Cabo
Rastrillos	4	Rastrillo Agrícola 21 Dientes Con Mango Metálico De 120 Cm
Machetes	5	Machete 3 Canales Pulido Bellota Superconfort Bimaterial
Regaderas	4	Material plástico, disponibles en color verde, rojo y azul, con riego en rosa, capacidad de 5 y 8 Lts

Fumigadora	5	Fumigadora Manual Agrícola Fulmina 20 Litros
Equipo de protección	3	Incluye guantes, zapatos o botas de seguridad, gafas de protección, protección facial, protección facial, cascos de seguridad, prenda de vestir y arnés.
Extintores	2	Extintor Abc Multipropósito 30 Libras + Manguera
Metros de poli sombra	25	Malla De Poli sombra Negra Al 50% - Rollo 4x100m
Uniformes	5	En tela, según medidas

Fuente. Elaboración propia

Tabla 23. Equipo de Oficina

Detalle	Cantidad	Descripción
Computador	2	Dell Vostro Sff 3681 I3-10100 4gb 1tb Monitor 18,5 Pul Win10
Impresora	1	Impresora Hp M283fdw Láser Color Multifuncional
Aparato telefónico	1	Marca Intel
Calculadora- Sumadora	1	Calculadora Sumadora Casio Hr-100 Rc Original Impresora
Celulares	2	Moto G8 Power Lite 64 GB turquesa 4 GB RAM

Fuente. Elaboración propia

Tabla 24. Muebles y enseres

Detalle	Cant	Descripción
Archivador por 4 gavetas	1	Archivador Metálico 4 Puestos
Escritorio Tipo Gerente	1	Doble cajonera con 1 cajón para carpetas. Elaborada con melanina decorativa de 15 mm.
Escritorio secretaria	1	Escritorio Ejecutivo Computador Secretarial Vidrio Of 33731
Mesa computador	2	Centro De Cómputo 70 Rta Color Wengue
Estantes	3	Metálico de 4 bases
Sillas ergonómicas	3	Silla Escritorio Gerencial Cromada
Sillas Rimax	30	Sillas plásticas rimax
Silla tipo escritorio	2	Silla Escritorio Brazos Cuero Sintético Neumática Max 90kg

3.2.5.3 Insumos y/o materias primas. La materia prima utilizada en la producción del cacao, está descrito en la siguiente tabla.

Tabla 25. Materia prima para la producción

Materia prima para la producción
Materiales directos
- semilla
- abono
- Fertilizante
- desinfectante de tierra

Para el empaque y la comercialización se requiere de algunos materiales indirectos, que hacen parte del valor agregado.

Tabla 26. Materiales de empaque

Materiales de empaque
Materiales indirectos
<ul style="list-style-type: none">• Bolsa• Etiqueta

3.2.6 Distribución de planta. La planta se compone de dos partes, por un lado, el terreno que consta de 15 ha, el cual es destinado para el cultivo del cacao, se distribuye por cercos o hileras, en medio de ellas los árboles de sombra y el acceso para el paso del personal.

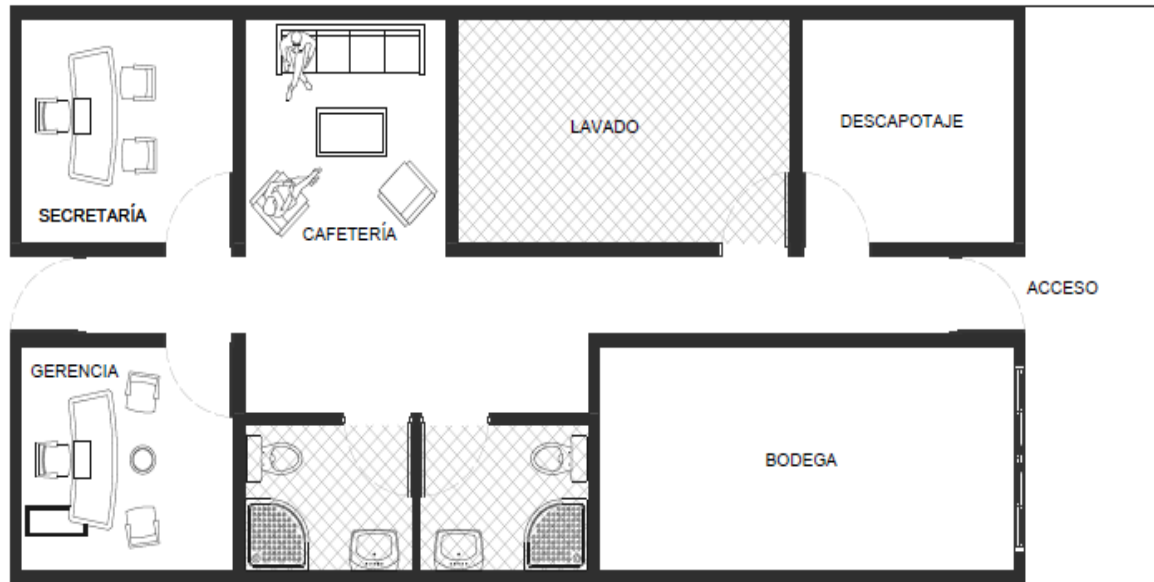
Por otra parte, se destina un área de 60 metros cuadrados para la parte administrativa y del proceso de post cosecha del cacao. Ver figura

Figura 12. Plano del terreno para el cultivo



Fuente. Elaboración propia

Figura 13. Plano de la empresa



Fuente. Elaboración propia

3.2.7 Localización.

3.2.7.1 Macro localización. Está definida por los siguientes criterios:

Proximidad y disponibilidad del mercado. La finca Santa Isabel, se encuentra a 5km., de distancia del municipio de El Socorro, donde será comercializado a través de las compraventas y, además, también donde será remitido para las fábricas. Tiene vías de acceso secundarias y en buen estado, por donde circulan vehículos de carga pesada. También existe la posibilidad de comercializar el producto en el municipio de San Gil.

Proximidad y disponibilidad de materias primas. Las materias primas se encuentran cercanas a la finca, en el mismo municipio de El Socorro, a través de

las veterinarias, donde se puede comprar todos los insumos, materias primas y empaques. Son de fácil consecución y con precios razonables.

Medios de transporte. Para el transporte de los insumos, materia prima y el producto terminado, se cuenta con una camioneta de tipo platón de propiedad de la empresa.

Disponibilidad de servicios públicos. Se requiere servicios de luz y agua. La finca cuenta con la disponibilidad de agua en fuentes propias y veredales, suficientes para el cultivo del cacao orgánico. La luz que es otro servicio de primera necesidad, también cuenta con la infraestructura para su empleo. En cuanto a la conexión telefónica y redes de internet, también cuentan con buena señal.

Condiciones climáticas. Para el buen cultivo del cacao, es necesario contar con un clima húmedo, una temperatura en promedio de 23 a 25 grados centígrados, una zona húmeda de 70% a 80%. La finca se encuentra dentro de dichos parámetros para el cultivo de cacao.

Mano de obra. Se requiere mano de obra calificada y no calificada, la cual es de fácil consecución en la región.

Otros factores. La producción de cacao es un producto que es beneficiado por los entes gubernamentales y entidades de crédito y ahorro de Colombia.

3.2.7.2 Micro localización. Para la instalación del proyecto se determinó la posibilidad de tres fincas; finca Santa Bárbara de la vereda Árbol Solo, Finca el Guamo, de la vereda verdín. La micro localización está determinada por factores de costos, ubicación y transporte. La empresa estará ubicada en un sitio de fácil acceso, con suficiente agua y con el terreno apto para tal fin.

Para la decisión de la micro localización, se debe tener en cuenta ciertos criterios que se establecen en la siguiente tabla.

Tabla 27. Matriz de puntos

Factor	Peso	Santa Isabel		Santa Bárbara		El Guamo	
		CALIF.	POND	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Disponibilidad de materias primas	0,37	9	3,33	5	1,85	5	1,85
Mano de obra disponible	0,08	6	0,48	3	0,24	2	0,16
Costo de insumos	0,23	4	0,92	2	0,46	1	0,23
Cercanía del mercado	0,09	7	0,63	4	0,36	3	0,27
Accesibilidad y medios de transporte	0,13	5	0,65	5	0,65	4	0,52
Terreno y Clima	0,1	7	0,7	2	0,2	3	0,3
TOTAL	1		6,71		3,76		3,33

Fuente. Elaboración propia

Por la mayor ponderación, el proyecto se desarrollará en la zona rural del municipio de El Socorro, Santander, en una finca, denominada Santa Isabel, ubicada en la vereda Alto de Chochos, cuenta con suficiente agua y su terreno es apto para el cultivo del cacao orgánico. Sus vías de acceso son primarias y se encuentran en buen estado. Se escogió la Finca Santa Isabel, por ser familiar y por cumplir con todos los requisitos técnicos para cultivar un producto de alta calidad.

3.2.8 Control de calidad. Para el control de calidad se debe tener en cuenta las Buenas Prácticas Agrícolas – BPA, cuyos objetivos básicos son los siguientes:

- ✓ Mejorar la calidad e inocuidad de los productos.
- ✓ Bienestar para los productores y la comunidad.
- ✓ Proteger el medio ambiente (minimizando el impacto ambiental negativo).

- ✓ Mejorar la eficiencia en la producción (organización y mayor producción a menor costo).
- ✓ Lograr la diferenciación en precios al comercializar el producto. Reducción de plagas y enfermedades en el cultivo.
- ✓ Identificar peligros o prácticas inadecuadas para su prevención y control (prácticas o procesos más adecuados) buscando el cumplimiento de los tres principios (medio ambiente, calidad, bienestar y seguridad).

Para reducir el impacto sobre el medio ambiente se recomienda:

- ✓ Definir un plan de manejo integrado de residuos sólidos, con lineamientos para evitar, reducir, reutilizar y reciclar ciertos productos. En el caso de los residuos líquidos como el mucilago del cacao, se puede esparcir sobre las cáscaras del cacao o buscar usos alternativos como por ejemplo en el manejo de arvenses (herbicida).
- ✓ Disponer de puntos ecológicos, para realizar una correcta disposición de los residuos.
- ✓ Realizar disposición adecuada de empaques de agroquímicos (triple lavado y perforado, no reutilizar y entregar al programa de manejo de residuos de la zona).
- ✓ Usar agroquímicos que estén registrados ante el ICA.
- ✓ No utilizar productos vencidos o en mal estado.
- ✓ Contar con pozos sépticos en las viviendas.

- ✓ Conservación de las reservas naturales dentro de los predios.
- ✓ Utilizar sistemas agroforestales, lo cual favorece la biodiversidad en el cultivo y disminuye el impacto del cambio climático.
- ✓ Realizar un manejo integrado de plagas y enfermedades (MIPE) que reduzca y garantice un uso adecuado de agroquímicos.
- ✓ No contaminar fuentes de agua.
- ✓ Evitar la erosión y pérdida de nutrientes del suelo. Definir un plan de manejo del cultivo, para realizar un adecuado uso de fertilizantes y agroquímicos.
- ✓ Usar la cantidad de agua necesaria para el ahorro y cuidado del cultivo.

Higiene e inocuidad del producto

- ✓ El predio debe contar con procedimientos de higiene y señalización, en especial en las áreas críticas. Estos deben socializados con todo el personal para garantizar el correcto funcionamiento y cumplimiento.
- ✓ Los recipientes en los que se colocan los granos (masa fresca) y se transportan al fermentador, deben tener condiciones adecuadas de limpieza y su uso debe ser exclusivo para este. No se recomiendan utensilios metálicos.
- ✓ Al desgranar la mazorca, separar la placenta y no mezclar granos de cacao sanos con enfermos.
- ✓ Durante la fermentación no se deben mezclar granos provenientes de diferentes días de desgrane.

- ✓ Se debe contar con disponibilidad de lavamanos en campo para asegurar la limpieza de las manos antes de manipular el producto y después de ir al baño.
- ✓ El área de beneficio y los vehículos para el transporte interno del cacao, deben contar con un programa de limpieza, con frecuencias, métodos y registros definidos.
- ✓ El área de fermentación, secado y herramientas deben ser exclusivas para el beneficio del cacao.
- ✓ El área de beneficio debe estar delimitada por una barrera física, esto con el objetivo de evitar el acceso de animales domésticos o de la finca que puedan generar una contaminación cruzada.
- ✓ El sitio de almacenamiento del cacao en grano debe ser seguro y garantizar que no ingresen animales que puedan contaminar el grano.
- ✓ No debe haber infestación de roedores ni plagas y para ello se debe contar con un programa para el control de roedores.
- ✓ Los granos de cacao se deben empacar en sacos de fique que se encuentren limpios, secos, en buen estado y que sean destinados exclusivamente para almacenar cacao.
- ✓ Se debe evitar la contaminación con desechos orgánicos, cáscaras, productos químicos, combustibles, materiales extraños (vidrio, madera, clavos, piedras, otros) y la presencia de animales y plagas durante la cosecha, fermentación, secado, almacenamiento y transporte.

- ✓ El vehículo empleado para el transporte de cacao debe estar limpio, libre de materiales extraños y contaminantes.
- ✓ El producto se debe proteger del sol, la lluvia, el polvo, entre otros.
- ✓ La labor de cargue y descargue de los bultos de cacao se realiza de tal manera que minimice los riesgos sanitarios sobre el grano.
- ✓ Además de garantizar la salud y el bienestar del trabajador.
- ✓ Deben garantizarse las características de calidad basadas en Norma Técnica Colombiana del Icontec (NTC 1252).

3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO

3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio. Para la realización del proyecto se cuenta con una finca, con terreno cultivable de 15 hectáreas, con buenas vías de acceso, suficiente agua, veredal y propia. Además, cuenta con una casa de 60 metros cuadrados, que se adecuará para la planta de procesamiento, con cinco espacios y una unidad sanitaria, está ubicada a 50 metros del cultivo. Para el cultivo del cacao, técnicamente se considera la siembra en triángulo a 3,5 X 3,5 X 3,5 metros, teniendo una densidad de 942 árboles de cacao por hectárea, es decir que el predio tiene una capacidad de 14.130 árboles de cacao, de variedad trinitario, los cuales producen aproximadamente 1.600 kilogramos por hectárea/por año, según Fedecacao.

3.3.2 Capacidad instalada. De los 1600 kg de cacao, se estima que se pierda en el proceso productivo el 10%, por tanto, la producción efectiva será de 1440 kg/ha., por año. Es un proyecto que se plantea para una vida útil de 6 años, debido al tiempo de siembra, crecimiento de las plántulas y requerimientos técnicos del mismo.

La siembra y cultivo de cacao, en Colombia, es beneficiado por la asistencia técnica, por parte de la Federación Nacional de Cacaoteros, también es beneficiado por recursos económicos por parte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, quienes tienen programas que financian parte de plantaciones. Entidades crediticias, como Bancolombia y Banagrario, tienen líneas de crédito, apoyados por Finagro, con periodos de gracia, auxilios y créditos a largo plazo, con pagos semestrales.

3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Corresponde a la capacidad real de utilización de la planta, es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado. Como se pretende cultivar 1440 kg por ha, y son 15 ha, para el segundo año la capacidad es de 21600 kilos. El primer año es el establecimiento del cultivo.

Tabla 28. Capacidad utilizada y proyectada

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Cantidad a vender kilos	21.600	22.680	23.814	25.005	26.255	27.568
Ventas totales	21.600	22.680	23.814	25.005	26.255	27.568

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Para poner en marcha la empresa productora y comercializadora de cacao orgánico en pepa, se conformará una Empresa por Acciones Simplificadas, una buena opción para organizar la empresa, la cual tiene mejores ventajas para constituirse. Se iniciará con dos socios, con un capital de partes iguales. Se determinó éste tipo de Sociedad por las ventajas en su constitución y en su funcionamiento, entre ellas, la responsabilidad que es sólo por el monto de sus acciones, se requiere de un contador público independiente, no están obligadas a nombrar revisor fiscal, por ende, es un tipo de sociedad que ha evolucionado en las formas de hacer empresa.

4.1.1 Constitución y formalización. Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario. En el documento se define el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas, el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. La razón social será “Café orgánico Santa Isabel S.A.S.

Los siguientes documentos se requieren para el registro de la empresa, para ser una persona jurídica:

- ✓ Formularios RUES (Registro Único Empresarial y Social).
- ✓ PRE-RUT.
- ✓ Guía para determinar responsabilidades RUT- Persona Jurídica.
- ✓ Copia del documento de constitución.

- ✓ Medio digital del documento de constitución en formato WORD (CD o USB).
- ✓ Copia del documento de identificación del Representante Legal y el formato Anexo para Nombramientos cuando se nombran más cargos.
- ✓ Boleta del pago de impuesto de registro.

Además, se debe conformar de la siguiente forma:

- ✓ Gestiones comerciales y tributarias. Las cuales se harán ante la cámara de comercio, notaría e industria y comercio. Para lo cual es necesario:
 - Reunir los socios para la constitución de la Empresa por Acciones Simplificados.
 - Realizar el estudio de nombre en la página www.sintramites.com para realizar la consulta del nombre comercial con el que se desea identificar la sociedad cuyo fin es el de verificar que no se encuentre inscrito un nombre igual al elegido.
- ✓ Elaborar el acta de constitución
- ✓ Matricular e inscribir la empresa en la Cámara de Comercio
- ✓ Registrar los libros de contabilidad: libros auxiliares, caja diario, libro mayor, libro de inventario y balance y de actas. La primera hoja de cada libro debe presentarse rotulados a lápiz en la parte superior con el nombre de la sociedad y la destinación que se dará a cada libro, así como numerarse consecutivamente y no tener ningún registro contable.
- ✓ Dirigirse a la Dian. Es obligatorio, dirigirse a la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para obtener el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para ello es necesario presentar el Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio, con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación. Fotocopia de la cédula del representante legal. El

registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT.

Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, usted puede solicitar el formulario para que la DIAN autorice la numeración para las facturas que se usarán en la empresa.

✓ Gestiones de funcionamiento, licencias especiales. Para el funcionamiento se debe gestionar ante planeación municipal el permiso de suelo, licencia sanitaria, Sayco y Acimpro. Teniendo todos los permisos se procede a tramitar y a cancelar industria y comercio.

Trámite ante el INVIMA. Se debe diligenciar el formulario para la Registro sanitario de Alimentos Nacionales y seguir los siguientes pasos:

* Formulario diligenciado correctamente (original y copia) y firmado por el representante legal o apoderado (el formulario lo puede descargar desde la página web www.invima.gov.co).

* Notificarse de la respuesta (puede solicitar mediante oficio que se realice la notificación por edicto y le sea enviado por correo o acercándose directamente a las oficinas del Invima).

* Realizar el pago correspondiente del registro en la entidad autorizada y enviar el original de la consignación.

* Copia original de la ficha técnica del producto (esta información se diligencia en el mismo formulario).

* Original o copia del certificado de Cámara de Comercio no mayor a 90 días de expedición del titular y el fabricante.

* Radicar la solicitud de Registro Sanitario con los documentos (lo puede hacer acercándose directamente a las oficinas del Invima o por la página web www.invima.gov.co y realizar la radiación en trámites con expediente.

Gestiones de seguridad laboral: EPS, ARS, Pensiones y cesantías y programas de seguridad industrial:

Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales. Una vez elegida la ARP, (ISS, COLMENA, SURATEP, LIBERTY, OTRAS) se llena una solicitud de vinculación de la empresa al Sistema General de Riesgos Profesionales, la cual es suministrada sin ningún costo por la ARP, dependiendo el grado y la clase de riesgo de las actividades de la empresa, ellos establecerán la tarifa de riesgo la cual es un porcentaje total de la nómina y debe ser asumida por el empleador, dicho valor es cancelado mensualmente, a través de la planilla asistida

Régimen de seguridad social en salud. Se realiza la respectiva afiliación a la Entidad Promotora de Salud (EPS) a todos los trabajadores, quienes podrán elegir libremente a la entidad desean vincularse. Una vez elegida el empleador deberá adelantar el proceso de afiliación tanto de la empresa como para el trabajador, mediante el diligenciamiento de los formularios, los cuales son suministrados en la EPS elegida.

El porcentaje total de aportes a salud es de un 12.5% del salario devengado por el trabajador. Empresa 8.5%, pero a partir del año 2014, no forma parte de la nómina y el empleado asume el 4% restante.

Fondo de pensiones y cesantías. La empresa afiliará a sus empleados al Fondo de Pensiones, en el cual el trabajador podrá elegir. Una vez elegido se llenará la solicitud de vinculación, la cual es suministrada por la AFP correspondiente. Una vez vinculado se debe pagar mensualmente el 16% del salario devengado por el trabajador, del cual al patrono le corresponde cancelar el 12% y el restante, es decir, el 4% será asumido por el trabajador, deducible de su nómina mensual.

Aportes parafiscales. Todo empleador está obligado a afiliarse a sus empleados a una Caja de Compensación Familiar, con el fin de garantizarle el subsidio familiar. La provisión para las Cajas de Compensación Familiar es del 4%, sobre el salario mensual. En cuanto al SENA, es el 2% y el ICBF, es del 3%, pero a partir del año 2013, con la creación del impuesto CREE²⁸, no forman parte de la nómina.

El impuesto CREE, fue creado a partir del 1 de enero de 2013 como aporte de las sociedades y personas jurídicas y asimiladas en beneficio de los trabajadores, la generación de empleo y la inversión social en los términos de la ley 1607 DE 2012.

La tarifa del CREE será del 9 % para los años 2013, 2014 y 2015, sin embargo, a partir del año 2015 la tarifa será del 8 %. Este porcentaje se distribuirá de la siguiente manera: 2.2 puntos se destinarán al ICBF, 1.4 puntos al SENA y 4.4 puntos al sistema de seguridad social en salud. El punto adicional que será cobrado en los tres primeros años, será destinado en 40 % para financiar las instituciones de educación superior públicas, 30 % para la nivelación de la UPC del régimen subsidiado en salud, y 30 % para la inversión social en el sector agropecuario²⁹.

Los pasos para la afiliación de la empresa son:

²⁸ Impuesto sobre la renta para la equidad

²⁹ [www.comunidadcontable.com/...01\(impuesto...cree.../noti-090113-01\)](http://www.comunidadcontable.com/...01(impuesto...cree.../noti-090113-01))

Presentar solicitud escrita, suministrada por la Caja de Compensación Familiar, donde conste: domicilio, NIT, información sobre si estaba afiliado o no a alguna caja de compensación familiar. A la solicitud se le debe anexar lo siguiente:

Certificado de existencia y representación legal vigente si es persona jurídica.

Relación de trabajadores indicando para cada uno: número de cédula, nombre completo y salario actual.

Formulario diligenciado de afiliación a la empresa.

Formulario de afiliación del trabajador y de las personas a cargo.

Para afiliar al trabajador:

Para poder contratar personal, primero se debe afiliar a seguridad social, antes de empezar las labores de la empresa.

Cargas Prestacionales. Son a cargo del empleador y se debe hacer la provisión mensual de acuerdo a los siguientes porcentajes:

- Cesantías 8.33%
- Prima de servicios 8.33%
- Vacaciones 4.17%
- Intereses sobre las Cesantías 1% mensual

4.2 ENTORNO ORGANIZACIONAL

4.2.1 Visión. En el año 2025, Cacao orgánico Santa Isabel S.A.S, será la empresa líder en el cultivo del mejor cacao en pepa de la región comunera, con amplia cobertura en el mercado, local y regional, con un producto de calidad y con un equipo de trabajo fundamentado en valores y ofreciendo un producto de alta calidad con el personal idóneo y capacitado.

4.2.2 Misión. Cacao orgánico Santa Isabel S.A.S., es una empresa que se dedica al cultivo de cacao orgánico y a la comercialización del producto en pepa, para satisfacer los requisitos de los clientes a través de personal capacitado y altos estándares de calidad. La empresa se encuentra comprometida con el medio ambiente, el apoyo a la comunidad y la constante mejora en los procesos, en la cadena de valor.

4.2.3 Valores Corporativos

Objetivos empresariales

- ✓ Formar un equipo de trabajo comprometido, idóneo y responsable en sus labores
- ✓ Dar capacitación al personal involucrado
- ✓ Mantener un ambiente sano y propicio para el desarrollo de las actividades
- ✓ Identificar el mercado objetivo y potencial
- ✓ Utilizar la materia prima de alta calidad
- ✓ Elaborar un producto de alta calidad utilizando las herramientas necesarias
- ✓ Crear una cultura de servicio al cliente
- ✓ Crear políticas estratégicas que le permitan mantenerse en el mercado

Principios corporativos

- **Orientación al cliente:** Para la empresa, el servicio al cliente será la condición del progreso y desarrollo, centrando sus procesos y procedimientos en él.
- **Trabajo en equipo:** El trabajo en equipo fortalece las relaciones en torno a propósitos encaminados hacia un mismo fin, aumenta la capacidad creativa, productiva y la calidad de su trabajo. Crea un clima de armonía en las relaciones interpersonales, haciendo posible la autoevaluación y optimizando los resultados.

- **Servicio con calidad:** En la organización, la calidad es un compromiso personal que se consolida en equipo, en busca de la excelencia en la prestación de sus servicios, brindados en forma integral y oportuna, con accesibilidad y continuidad en sus procesos. Orientar el quehacer a satisfacer las expectativas del cliente, sobre bases técnico-científicas y humanas, fundamentados en valores como la lealtad, la competencia sana, la honestidad, el respeto mutuo y el progreso.

- **Mejoramiento continuo:** La empresa aplica todos los procedimientos técnicos e instrumentos gerenciales y productivos que le permitan responder oportunamente a los cambios del entorno, contando con un personal comprometido en la búsqueda de resultados excelentes en su gestión, mediante el cumplimiento de sus deberes con competencia, diligencia y calidad.

- **Eficacia:** La empresa realiza sus actividades mediante una adecuada planificación, orientada a alcanzar el logro de los resultados esperados.

- **Eficiencia:** La empresa da la mejor utilización a los recursos administrativos, técnicos y financieros disponibles, para que los procesos sean logrados adecuada, oportuna y suficientemente.

Políticas organizacionales

- **Políticas de calidad:**

- ✓ Cumplir y superar las expectativas de los consumidores más exigentes, así como las normativas y especificaciones legales.

- ✓ Alcanzar los estándares más altos de calidad mediante la instauración de un sólido sistema de Gestión de Calidad.

- ✓ Dominar los procesos asegurando la calidad de los productos desde las materias primas hasta las manos del consumidor.
- ✓ Identificar los puntos críticos de los procesos para asegurar la inocuidad de los productos.
- ✓ Aspirar a la mejora continua, apoyados por el seguimiento de indicadores de calidad y la permanente cualificación del proceso y personal.

- **Política de seguridad laboral:**

- ✓ El recurso más valioso de cualquier empresa, son los recursos humanos, por ello, mantener la seguridad e higiene durante las operaciones es una condición indiscutible para su realización. Se debe mantener una gestión sólida en Seguridad e Higiene trabajando permanentemente en capacitaciones y en detección, medición y eliminación de riesgos.

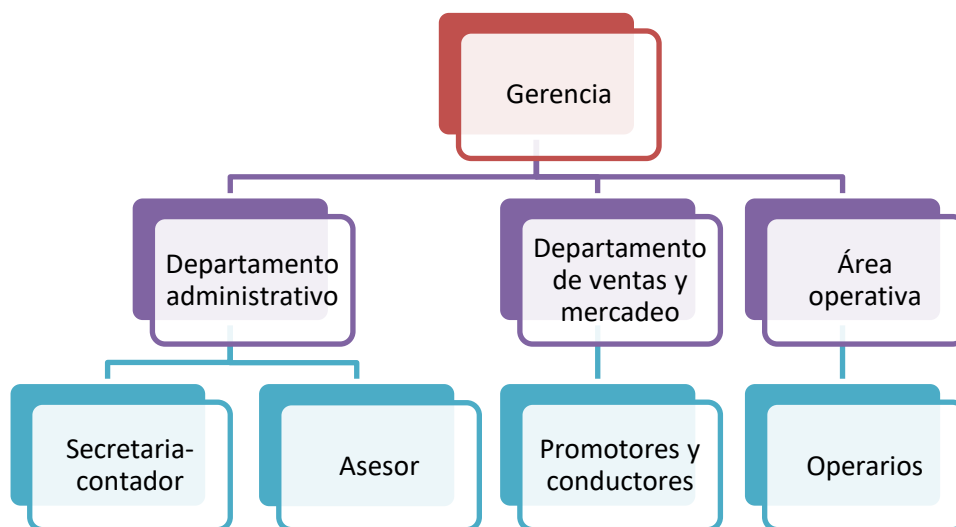
- **Política de recursos humanos:**

- ✓ Buscar y fomentar el desarrollo individual de los colaboradores transformando sus iniciativas en un proyecto de crecimiento institucional.
- ✓ Identificar las necesidades de capacitación a fin de elaborar planes estructurados para su realización.

- ✓ Establecer normas de convivencia que aseguren un trato amable entre los colaboradores en sus diferentes niveles jerárquicos.
- ✓ Elaborar actividades extra curriculares y eventos que fortalezcan los lazos entre los colaboradores.
- ✓ Transformar cada ámbito de trabajo en ambiente familiar, agradable, cálido y lleno de oportunidades de desarrollo personal y profesional.
- ✓ Agradecer continuamente el esfuerzo brindado por los colaboradores destacando su desempeño y compromiso con los objetivos la organización.
- ✓ Realizar mediciones periódicas de desempeño del personal desarrollando indicadores de crecimiento a fin de detectando necesidades de capacitación y perfiles sobresalientes.
- ✓ Generar procesos de reclutamiento y selección de personal, transparente y efectiva, que permitan contratar al personal idóneo para cada puesto.
- ✓ Elaborar un listado de políticas de venta con el fin de incentivar al cliente en la compra de los productos y aumentar la productividad.

4.2.4 Organigrama. El organigrama representa las líneas de autoridad que tendrá inicialmente la empresa Cacao Orgánico Santa Isabel S.A.S., que tiene una autoridad vertical, diseñado de acuerdo a las necesidades básicas.

Figura 14. Organigrama



Fuente. Elaboración propia

4.2.5 Asignación salarial. Para iniciar operaciones se tendrá en cuenta la asignación salarial. Respecto a los operarios, la secretaria y oficios generales se le asignará a cada uno un salario de \$1.200.000=, más las prestaciones de ley. El administrador que es el mismo gerente se le asignará un salario de \$1.700.000, Más prestaciones de ley.

Cuadro 1. Asignación Salarial

Cargo	Asignación salarial	Sub. de transporte	Área	Tipo de contrato	No. puestos
Gerente-Administrador	\$1.700.000	106.454	Administrativa	Término fijo	1
Operarios	\$1.200.000	106.454	Operativa	Término fijo	2
Secretaria	\$1.200.000	106.454	Administrativa	Término fijo	1
Conductor	\$1.200.000	106.454	Administrativa	Término fijo	1
Asesor técnico	\$800.000	0	Operativa	Contrato Prestación de servicios	1

Fuente: Elaboración propia

Las contrataciones del recurso humano son con contratos a término fijo, el gerente tiene un salario más alto por tratarse de tener una mayor responsabilidad con la empresa, la secretaria, el conductor y los operarios tendrán un salario de \$1.200.000=, mientras que el asesor técnico será contratado por prestación de servicios, con un valor asignado de \$800.000.

La empresa provisionará para dotación de uniformes, botas y gorros, el 5% sobre el salario mensual.

La carga prestacional está determinada por las prestaciones a que el empleado tiene derecho, sin embargo, como se mencionó anteriormente, éste tipo de empresas están exentas del pago de ICBF, SENA y Salud, debido a que el Gobierno creó el Impuesto para la Equidad –CREE, que es el mismo porcentaje que se les descuenta por nómina, pero es una impuesto que grava las utilidades de la empresa³⁰

Cuadro 2. Carga prestacional.

Carga Prestacional	
Cesantías	8,33%
Intereses cesantías	1%
Prima de servicios	8,33%
Vacaciones	4,17%
Caja de Compensación	4%
Aporte pensión	12%
Riesgos profesionales	0,522%
Dotación	5%
Factor prestacional	43,35%

Fuente. Elaboración propia

³⁰ http://www.dian.gov.co/descargas/micrositio/cree/Cartilla_CREE.pdf

5. ESTUDIO FINANCIERO

Con relación a los resultados obtenidos en el estudio de mercados y el estudio técnico, se determina el estudio financiero, en el cual se efectúan los cálculos necesarios para determinar cuál es el monto de los recursos económicos para la realización del proyecto, el costo total de operación de la planta, así como los indicadores que suministren la información básica para la parte la evaluación financiera y económica.

El periodo de operación está presupuestado para 8 años, teniendo en cuenta que los dos primeros años son para la siembra y plantación del cacao, por lo tanto, los cálculos y el análisis de la rentabilidad, la viabilidad financiera y los presupuestos de cada rubro, será por ese mismo periodo.

5.1 INVERSIONES

Incluye todos los activos que se requieren para adecuar el terreno y la parte operativa y administrativa para el inicio de las actividades. Esta inversión comprende los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

5.1.1 Inversión fija. Las inversiones fijas son aquellos que se realizan en bienes tangibles, sirven para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa, se adquieren para utilizarse durante la vida útil del proyecto. Para el caso del cultivo de cacao, se requiere de la adecuación del terreno para la producción y administración, maquinaria y equipo, herramientas, muebles y enseres.

Para la instalación de la Empresa no se comprará terrenos, por tanto, los demás activos fijos, están sujetos a depreciación, por lo que pierden valor en el tiempo, estimado en 10 años, según vida útil del proyecto. Los activos fijos requeridos son los siguientes:

5.1.1.1 Construcción y adecuación. Para la puesta en marcha del proyecto, se establecerá en un terreno propio, por tanto, no hay cobro de arriendo, sin embargo, se requiere de la adecuación y preparación del mismo para sitio del vivero, la siembra y cultivo del cacao orgánico. Además, se debe adecuar el sitio para el proceso de recolección, secado y almacenamiento, donde también se instalará la parte administrativa, con su respectiva batería de baños, cafetería y zona social. Se debe adecuar el abastecimiento de agua, luz y comunicaciones. Se debe delimitar la empresa, separar sus áreas y hacer las respectivas señalizaciones.

Para la adecuación del área de producción y ventas se requiere de mano de obra y materiales. El total de la cotización (Anexo C) asciende a \$23.090.000=.

Tabla 29. Mano de obra y materiales

Detalle de obra	Cantidad	V/r unit. a todo costo	Valor total
Adecuación de terreno	Global	1.800.000	1.800.000
Adecuación instalaciones hidráulicas	Global	\$350.000	350.000
Construcción del cuarto para el proceso de empaque en ladrillo H10 a todo costo	56M2	60.000	3.360.000
Cubierta metálica y tejas termo acústicas	Global	\$4.500.000	\$4.500.000
Friso de paredes y columnas con dilatación a todo costo	125M2	18.000	2.250.000
Construcción de batería de baños con enchape, incrustaciones, instalaciones hidráulicas, combo sanitario y ducha	2Unid	1.950.000	3.900.000

Instalación de pisos en porcelana tipo pesado, con su mortero y con su respectiva guarda-escoba	50M2	65.000	3.250.000
Adecuación de sitio para guardar herramientas, útiles de aseo y Vestier.	Global	\$350.000	\$350.000
Elaboración e instalación de dos puertas metálicas con chapa.	2 Unid	320.000	640.000
Estucada y pintura	Global	850.000	850.000
Elaboración de portón metálico con chapa	1	\$900.000	\$900.000
Revisión y arreglo instalaciones hidráulicas y sanitarias	Global	320.000	320.000
Instalaciones eléctricas, a todo costo (6 puntos de luz)	Unid	45.000	270.000
Señalización con normas de bioseguridad	Global	350.000	350.000
VALOR TOTAL			\$23.090.000

Fuente: Elaboración propia

5.1.1.2 Vehículo. Para el transporte del producto desde el sitio de producción es necesario adquirir una camioneta usada, acondicionada para el transporte de alimentos, mecánica, a gasolina de color blanco, con un costo de \$14.000.000, cotizada por la revista Motor.

5.1.1.3 Maquinaria y equipo. Para el proceso de producción no es necesaria tanta maquinaria, sin embargo, es importante utilizar maquinaria con tecnología de punta, que le permita obtener un producto con calidad, además que garantice el buen funcionamiento durante la vida útil del proyecto. El total de maquinaria y equipo es de \$2.215.000 y está sujeto a depreciación.

Tabla 30. Maquinaria y equipo

ACTIVO	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de bombeo de agua	1	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 120.000
Básculas	2	\$ 250.000	\$ 500.000	\$ 100.000
Azadones de cabo	5	\$ 25.000	\$ 125.000	\$ 25.000
Rastrillos	4	\$ 20.000	\$ 80.000	\$ 16.000
Machetes	5	\$ 20.000	\$ 100.000	\$ 20.000
Regaderas	4	\$ 10.000	\$ 40.000	\$ 8.000
Fumigadora	5	\$ 10.000	\$ 50.000	\$ 10.000
Equipo de protección	3	\$ 35.000	\$ 105.000	\$ 21.000
Extintores	2	\$ 120.000	\$ 240.000	\$ 48.000
Metros de poli sombra	25	\$ 7.000	\$ 175.000	\$ 35.000
Uniformes	5	\$ 40.000	\$ 200.000	\$ 40.000
TOTALES			\$ 2.215.000	\$ 443.000

Fuente: Mercado Libre

5.1.1.4 Muebles y enseres. Los muebles y enseres están relacionados con la dotación que se debe hacer a la oficina y a toda la empresa, para el manejo operativo y administrativo. Los muebles y enseres están sujetos a depreciación. Los valores cotizados por cada uno de los muebles se encuentran en la siguiente, por un valor total de \$2.005.000.

Tabla 31. Muebles y enseres

ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Escritorios	2	\$ 400.000	\$ 800.000	\$ 160.000
Sillas tipo gerencia	2	\$ 150.000	\$ 300.000	\$ 60.000
Archivador	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 50.000
Botiquín	1	\$ 130.000	\$ 130.000	\$ 26.000
Extintor	1	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 7.000

Papeleras	2	\$ 15.000	\$ 30.000	\$ 6.000
Estibas	4	\$ 15.000	\$ 60.000	\$ 12.000
Sillas	6	\$ 30.000	\$ 180.000	\$ 36.000
Equipo de bioseguridad	1	\$ 220.000	\$ 220.000	\$ 44.000
TOTALES			\$ 2.005.000	\$ 401.000

Fuente: Mercado Libre y HomeCenter

5.1.1.5 Equipo de cómputo y comunicaciones. Es la inversión que debe hacer la empresa para poder sistematizar y almacenar la información, realizar contactos de clientes, realizar las funciones de control y administración. La inversión de éste rubro asciende a la suma de \$3.110.000.

Tabla 32. Equipo de cómputo y comunicación

ACTIVO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Computador de mesa LG	1	\$ 1.550.000	\$ 1.550.000	\$ 310.000
Impresora multifuncional	1	\$ 650.000	\$ 650.000	\$ 130.000
Aparato telefónico Intel	1	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 12.000
Calculadora	2	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 10.000
Celular Motorola	2	\$ 400.000	\$ 800.000	\$ 160.000
TOTALES			\$ 3.110.000	\$ 622.000

Fuente: Mercado Libre

5.1.1.6 Establecimiento del cultivo de cacao. Se hará en el primer año y se requiere de mano de obra, la cual se tomará por jornales, también se requiere de insumos como semillas, bolsas, abonos, fertilizantes y algunas herramientas y equipos, sin embargo, las herramientas y equipos están descritos en maquinaria y equipo.

Tabla 33. Establecimiento del cultivo de cacao

Costo de establecimiento del cultivo (15ha)				
Año 1				
Detalle	Unidad	Cantidad	V/ unitario	Valor total
Mano de obra establecimiento	Jornal	750	\$35.000	\$26.250.000
Mano de obra mantenimiento	Jornal	1.050	\$35.000	\$36.750.000
Insumos	Global	1		\$62.000.000
Total costos directos				\$125.000.000
Otros costos				\$5.000.000
Total				\$130.000.000

Fuente. Elaboración propia

5.1.1.7 Total Inversión fija. El total de la inversión fija se resume a continuación:

Tabla 34. Total, inversión fija

Concepto	Valor Total
Equipo de Cómputo y comunicación	\$3.110.000
Maquinaria y equipo	\$2.215.000
Construcción y adecuación	\$23.090.000
Muebles y enseres	\$2.005.000
Vehículo	\$14.000.000
Establecimiento y mantenimiento del cultivo año 1	\$130.000.000
Total	\$174.420.000

Fuente: Elaboración propia.

5.1.2 Inversión diferida. Las inversiones en activos diferidos están constituidas por los bienes tangibles o inmateriales, son servicios o derechos adquiridos previos a la ejecución del proyecto y no están sujetos a desgaste físico; tales como estudios técnicos, económicos y jurídicos. Los gastos de organización, patentes, gastos de montaje, lanzamientos de los productos y puesta en marcha.

Además, los gastos por capacitación y entrenamiento de personal. Para efectos tributarios, este tipo de inversión se amortiza en 6 años teniendo como nombre amortización de activo intangible.

5.1.2.1 Estudios económicos y ambientales. Los estudios económicos y ambientales se refieren a las asesorías para ejecutar y poner en funcionamiento el proyecto, incluye las licencias y la asesoría profesional para el montaje e implementación del cultivo de cacao orgánico.

5.1.2.2 Gastos de organización. La empresa de cultivo de cacao orgánico y su comercialización en pepa, requiere para iniciar operaciones los trámites, licencias y patentes, ante la cámara de comercio, permisos fitosanitarios, planeación municipal, diseño e implementación del SG-SST y trámites ante la DIAN, además de los gastos de vinculación laboral de los trabajadores.

5.1.2.3 Gastos de Montaje. Los gastos de montaje incluyen la instalación de equipos y capacitación en manejo.

5.1.2.4 Capacitación. Se requiere de la capacitación en el manejo y manipulación de alimentos, así mismo que en el manejo de las máquinas que se van a utilizar para el proceso productivo.

5.1.2.5 Instalación y puesta en marcha. Para el lanzamiento de la empresa e iniciación de operaciones se requiere de un rubro para publicidad y promoción de

los productos ofrecidos a través de medios radiales, televisivos, volantes, tarjetas de presentación y la logística de la inauguración con el fin de dar a conocer al mercado una alternativa diferente y novedosa.

5.1.2.6 Total inversión activos diferidos. Activos diferidos, descritos anteriormente, que incluye el concepto y los valores totales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. En la tabla 35, se registra el resumen de todos los activos diferidos.

Tabla 35. Total, inversión activos diferidos

Inversión diferida	
Estudio de factibilidad y estudios ambientales,	\$ 1.800.000
Gastos de organización, registros y certificados	\$ 1.200.000
Gastos de montaje	\$ 1.640.000
Capacitación	\$ 650.000
Instalación y puesta en marcha	\$ 1.150.000
Total	\$ 6.440.000
Amortización anual	\$ 1.073.333
Amortización mensual	\$ 89.444

Fuente: Elaboración propia

5.2 COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos pueden ser fijos y variables, son los que determinan el precio unitario del producto elaborado.

5.2.1 Costos de producción. Hace referencia a todos los gastos necesarios para producción del cacao orgánico. Se componen de costos fijos y costos variables.

5.2.1.1 Costos fijos. Son aquellos que no varían, así cambie el volumen de producción, como los arriendos, depreciación maquinaria y equipos, gastos de ventas e intereses financieros.

5.2.1.2 Costos variables. Son aquellos que cambian, cuando cambia el volumen de producción como la materia prima, mano de obra directa y los CIF.

5.2.1.3 Costos totales de producción. Es el costo total por cada unidad producida. Se proyecta a partir del segundo año, cuando ya se empieza a recoger la cosecha.

✓ **Insumos.** La materia prima para el caso del cacao, se considera los insumos, abonos y fertilizantes, teniendo en cuenta que las semillas se encuentran en activos fijos. Se proyectará a cinco años, después del segundo año, cuando empiece la plantación a producir.

Tabla 36. Costo de los insumos

Material	Unidad	Cant	V/unitario	Vr/total
Abono Urea	Bulto	3	72.000	216.000
Nutrientes	Bulto	3	40.000	120.000
Fungicida - insecticida	Litro	3	35.000	105.000
Abono abingra	Bulto	3	25.000	75.000
Total			172.000	516.000

Fuente. Elaboración propia

Tabla 37. Costo insumos proyectado

Material	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Abono Urea	216.000	226.800	238.140	250.047	262.549
Nutrientes	120.000	126.000	132.300	138.915	145.861
Fungicida - insecticida	105.000	110.250	115.763	121.551	127.628
Abono abingra	75.000	78.750	82.688	86.822	91.163

Total	516.000	541.800	568.890	597.335	627.201
--------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Fuente. Elaboración propia

- **Mano de obra directa.** Es aquella que se va a encargar del mantenimiento de los cultivos, transporte, el proceso de secado, empaque y entrega final. Para el caso del proyecto, estarían en este rubro 2 operarios de producción para el proceso de cultivo y el conductor que estaría en el proceso de secado, empaque y entrega final. Se proyecta a cinco años teniendo, después del segundo año, con un promedio del IPC, de los últimos cinco años del 5%. No se incluye el aporte a salud, porque se tiene en cuenta el manejo del impuesto CREE.

Tabla 38. Mano de obra directa

CARGO	PORCENTAJE	Operarios	Asesor técnico
SUELDO		\$ 1.200.000	\$ 800.000
SUB.TRANSP		\$ 106.454	\$ 0
Cesantías	8,333%	\$ 108.867	\$ 66.664
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 13.065	\$ 8.000
Prima de servicios	8,333%	\$ 108.867	\$ 66.664
Vacaciones	4,167%	\$ 54.433	\$ 33.332
Salud	8,500%	\$ 102.000	\$ 68.000
Pensión	12,000%	\$ 144.000	\$ 96.000
ARL	0,500%	\$ 6.000	\$ 4.000
SENA	2,000%	\$ 24.000	\$ 16.000
ICBF	3,000%	\$ 36.000	\$ 24.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 48.000	\$ 32.000
Dotación	5,000%	\$ 60.000	\$ 40.000
SALARIO REAL		\$ 2.011.686	\$ 1.254.660
Nº DE PUESTOS		2	1
COSTO TOTAL MOD	\$ 63.336.374	\$ 48.280.454	\$ 15.055.920

Fuente. Elaboración propia

Tabla 39. Proyección mano de obra directa

Detalle	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	
SUELDO	38.400.000	40.320.000	42.336.000	44.452.800	46.675.440	49.009.212
SUB.TRANSP	\$ 2.554.896	\$ 2.682.641	\$ 2.816.773	\$ 2.957.611	\$ 3.105.492	\$ 3.260.767
Cesantías	\$ 2.612.808	\$ 2.743.448	\$ 2.880.621	\$ 3.024.652	\$ 3.175.884	\$ 3.334.679
Intereses a las Cesantías	\$ 313.560	\$ 329.238	\$ 345.700	\$ 362.985	\$ 381.134	\$ 400.191
Prima de servicios	\$ 2.612.808	\$ 2.743.448	\$ 2.880.621	\$ 3.024.652	\$ 3.175.884	\$ 3.334.679
Vacaciones	\$ 1.306.392	\$ 1.371.712	\$ 1.440.297	\$ 1.512.312	\$ 1.587.928	\$ 1.667.324
Salud	\$ 2.448.000	\$ 2.570.400	\$ 2.698.920	\$ 2.833.866	\$ 2.975.559	\$ 3.124.337
Pensión	\$ 3.456.000	\$ 3.628.800	\$ 3.810.240	\$ 4.000.752	\$ 4.200.790	\$ 4.410.829
ARL	\$ 144.000	\$ 151.200	\$ 158.760	\$ 166.698	\$ 175.033	\$ 183.785
SENA	\$ 576.000	\$ 604.800	\$ 635.040	\$ 666.792	\$ 700.132	\$ 735.138
ICBF	\$ 864.000	\$ 907.200	\$ 952.560	\$ 1.000.188	\$ 1.050.197	\$ 1.102.707
Caja de compensación	\$ 1.152.000	\$ 1.209.600	\$ 1.270.080	\$ 1.333.584	\$ 1.400.263	\$ 1.470.276
Dotación	\$ 1.440.000	\$ 1.512.000	\$ 1.587.600	\$ 1.666.980	\$ 1.750.329	\$ 1.837.845

Fuente. Elaboración propia

- **Costos indirectos de fabricación.** Están compuestos por la mano de obra indirecta con prestaciones sociales, depreciación de los activos del área de producción, materiales indirectos (repuestos, combustibles, lubricantes, aseo, etc.), servicios, arriendo, seguros, asistencia técnica, etc.

✓ **Empaques y etiqueta.** Teniendo en cuenta que la presentación del producto será de 50 kilos, en empaques de yute y/o fique, con su respectiva etiqueta. Se tiene en cuenta el número de kilos producidos en el año, con proyecciones del porcentaje de la demanda, se divide en 50, para determinar cuántos sacos y cuántas etiquetas se requieren para ello, también se incluye la cabuya, con la que se cosen los sacos.

Tabla 40. Empaques y etiquetas

Año	Producción Anual (0,81%)	Presentación empaque / 50 k	Vr unitario empaque y etiqueta	Vr total
	(kilos)			
Año 2	21.600	432	\$ 1.500	\$ 648.000
Año 3	21.775	435	\$ 1.575	\$ 685.911
Año 4	21.951	439	\$ 1.654	\$ 726.040
Año 5	22.129	443	\$ 1.736	\$ 768.517
Año 6	22.308	446	\$ 1.823	\$ 813.480

Fuente: Elaboración propia

✓ **Seguro.** El costo del seguro para el presente proyecto equivale al 1% del valor de los activos fijos.

Tabla 41. Seguro

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Inversión fija	\$ 1.744.200	\$ 1.831.410	\$ 1.922.981	\$ 2.019.130	\$ 2.120.086	\$ 2.226.090
\$ 174.420.000						

Fuente: Elaboración propia

✓ **Servicios públicos.** Para el cultivo de cacao, no se requiere de la prestación de los servicios públicos, debido a que la finca cuenta con agua propia de fácil acceso.

✓ **Depreciación.** Para la depreciación se utilizó el sistema en línea recta y todos los activos fueron depreciados a seis años, teniendo en cuenta la vida útil del proyecto.

Tabla 42. Proyección de la depreciación

Concepto	Valor Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Equipo de Cómputo y comunicación	3.110.000	518.333	518.333	518.333	518.333	518.333	518.333
Maquinaria y equipo	2.215.000	369.167	369.167	369.167	369.167	369.167	369.167

Construcción y adecuación	23.090.000	3.848.333	3.848.333	3.848.333	3.848.333	3.848.333	3.848.333
Muebles y enseres	2.005.000	334.167	334.167	334.167	334.167	334.167	334.167
Vehículo	14.000.000	2.333.333	2.333.333	2.333.333	2.333.333	2.333.333	2.333.333
Establecimiento y mantenimiento del cultivo año 1	130.000.000	21.666.667	21.666.667	21.666.667	21.666.667	21.666.667	21.666.667
Total	174.420.000	29.070.000	29.070.000	29.070.000	29.070.000	29.070.000	29.070.000

Fuente. Elaboración propia

En la siguiente tabla se resume todos los costos indirectos de fabricación, se le agrega un 5%, para otros, teniendo en cuenta posibles imprevistos.

Tabla 43. Total, costos indirectos de fabricación

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Empaques		648.000	685.911	726.040	768.517	813.480
Seguro	1.744.200	\$ 1.831.410	\$ 1.922.981	\$ 2.019.130	\$ 2.120.086	\$ 2.226.090
Depreciación	29.070.000	29.070.000	29.070.000	29.070.000	29.070.000	29.070.000
Mantenimiento equipos	230.000	241.500	253.575	266.254	279.566	293.545
Sub total	31.044.200	31.790.910	31.932.467	32.081.424	32.238.169	32.403.115
Imprevistos 5%	1.552.210	1.589.546	1.596.623	1.604.071	1.611.908	1.620.156
TOTAL CIF	32.596.410	33.380.456	33.529.090	33.685.495	33.850.077	34.023.271

Fuente. Elaboración propia

- **Total, costos de producción**

Tabla 44. Total, costos de producción

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Materias primas e insumos		516.000	541.800	568.890	597.335	627.201

Mano de obra directa		51.548.688	54.126.122	56.832.429	59.674.050	62.657.752
Costos indirectos de fabricación	32.596.410	33.380.456	33.529.090	33.685.495	33.850.077	34.023.271
TOTAL	32.514.790	85.445.144	88.197.012	91.086.814	94.121.462	97.308.224
Precio por kilo		3.956	4.050	4.150	4.253	4.362
		21.600	21.775	21.951	22.129	22.308

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2 Gastos de administración y ventas. Se causan para facilitar las condiciones organizacionales y administrativas que requiere la actividad de producción del producto. Consta del sueldo del administrador, la secretaria y el contrato con el asesor técnico, que es de \$800.000. Para el administrador, se estima un salario de \$1.700.000. Para la secretaria – auxiliar contable tiene una asignación de salario por \$1.200.000 más prestaciones de ley.

Tabla 45. Nómina administrativa

CARGO	PORCENTAJE	Gerente- Administrador	Secretaria	Conductor
SUELDO		\$ 1.700.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
SUB.TRANSP		\$ 106.454	\$ 106.454	\$ 106.454
Cesantías	8,333%	\$ 150.532	\$ 108.867	\$ 108.867
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 18.065	\$ 13.065	\$ 13.065
Prima de servicios	8,333%	\$ 150.532	\$ 108.867	\$ 108.867
Vacaciones	4,167%	\$ 75.266	\$ 54.433	\$ 54.433
Salud	8,500%	\$ 144.500	\$ 102.000	\$ 102.000
Pensión	12,000%	\$ 204.000	\$ 144.000	\$ 144.000
ARL	0,500%	\$ 8.500	\$ 6.000	\$ 6.000
SENA	2,000%	\$ 34.000	\$ 24.000	\$ 24.000
ICBF	3,000%	\$ 51.000	\$ 36.000	\$ 36.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 68.000	\$ 48.000	\$ 48.000

Dotación	5,000%	\$ 85.000	\$ 60.000	\$ 60.000
SALARIO REAL		\$ 2.795.848	\$ 2.011.686	\$ 2.011.686
Nº DE PUESTOS		1	1	1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 81.830.631	\$ 33.550.177	\$ 24.140.227	\$ 24.140.227

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 46. Proyección nómina administrativa

Detalle	Año 0	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
SUELDO	49.200.000	51.660.000	54.243.000	56.955.150	59.802.908	62.793.053
SUB.TRANSP	\$ 3.832.344	4.023.961	4.225.159	4.436.417	4.658.238	\$ 4.891.150
Cesantías	\$ 4.419.192	4.640.152	4.872.159	5.115.767	5.371.555	\$ 5.640.133
Intereses Cesan	\$ 530.340	556.857	584.700	613.935	644.632	\$ 676.863
Prima servicios	\$ 4.419.192	4.640.152	4.872.159	5.115.767	5.371.555	\$ 5.640.133
Vacaciones	\$ 2.209.584	2.320.063	2.436.066	2.557.870	2.685.763	\$ 2.820.051
Salud	\$ 4.182.000	4.391.100	4.610.655	4.841.188	5.083.247	\$ 5.337.409
Pensión	\$ 5.904.000	6.199.200	6.509.160	6.834.618	7.176.349	\$ 7.535.166
ARL	\$ 246.000	258.300	271.215	284.776	299.015	\$ 313.965
Sena	\$ 984.000	1.033.200	1.084.860	1.139.103	1.196.058	\$ 1.255.861
ICBF	\$ 1.476.000	1.549.800	1.627.290	1.708.655	1.794.087	\$ 1.883.792
Caja de compensación	\$ 1.968.000	2.066.400	2.169.720	2.278.206	2.392.116	\$ 2.511.722
Dotación	\$ 2.460.000	2.583.000	2.712.150	2.847.758	2.990.145	\$ 3.139.653
COSTO TOTAL NÓMINA	81.830.652	85.922.185	90.218.294	94.729.209	99.465.669	104.438.952

Fuente: Elaboración propia.

5.2.2.1 Gastos de administración y ventas. En este campo se incluye los gastos de administración como: útiles de oficina (papelería, ganchos, lapiceros, clips, otros) costos de servicios como el teléfono, arrendamiento, servicios (energía, agua), también hacen parte de los gastos administrativos.

Tabla 47. Otros gastos de administración

Concepto	Vr. Mensual	Vr. Anual
Utilería de oficina	25.000	300.000
Servicios (teléfono e internet, energía y celular)	235.000	2.820.000
Útiles de aseo y cafetería	15.000	180.000
Total, otros gastos de admón.	275.000	3.300.000

Fuente. Elaboración propia.

5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas.

Tabla 48. Publicidad

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Propaganda radial	\$ 40.000	\$ 480.000
Propaganda en revista local	\$ 30.000	\$ 360.000
Propaganda en T.V	\$ 60.000	\$ 720.000
Recordatorios -llaveros	\$ 17.000	\$ 204.000
Página web	\$ 25.000	\$ 300.000
TOTAL	\$ 172.000	\$ 2.064.000

Fuente. Elaboración propia

Tabla 49. Total, gastos de administración y ventas

Total, gastos de administración		
Concepto	Vr. Mensual	Vr. Anual
Nómina administrativa	6.819.221	81.830.652
Mercadeo y publicidad	172.000	2.064.000
Otros gastos de administración	275.000	3.300.000
Total, gastos de admón.	7.3266.221	87.194.652

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 50. Proyección gastos de administración y ventas

Concepto	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
----------	-------	-------	-------	-------	-------

Nómina administrativa	\$	\$	\$	\$	\$
	85.922.185	90.218.294	94.729.209	99.465.669	104.438.952
Mercadeo y publicidad	2.064.000	\$ 2.167.200	\$ 2.275.560	\$ 2.389.338	\$ 2.508.805
Otros gastos de administración	3.300.000	\$ 3.465.000	\$ 3.638.250	\$ 3.820.163	\$ 4.011.171
Total, gastos de admón.	91.286.185	58.866.280	61.809.594	64.900.074	110.958.928

Fuente. Elaboración propia

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1 Periodo de capital de trabajo. Es aquel efectivo que se requiere para cubrir el primer ciclo de producción, para el caso de la empresa se determinará el capital de trabajo para el primer año.

5.3.2 Estructura del crédito. La empresa tramitará un crédito ante el Banco Agrario, por \$90.000.000, con un interés del 14.03% efectivo anual, con periodos mensuales de pago en capital e intereses en forma vencida. El crédito es por la línea agroindustrial, por ser crédito subsidiado por el gobierno y se pagará unos intereses más bajos frente a las demás entidades crediticias del municipio de Socorro. Este crédito tiene también la ventaja que se puede ir abonando a capital y cancelar en menos plazo si es posible.

5.3.2.1 Amortización del crédito. A continuación, la amortización del crédito

Tabla 51. Amortización del crédito

TABLA DE AMORTIZACIÓN BANCO AGRARIO				
No. Periodos (meses)				72
Tasa Final (E.A.):				14.03%
Tasa periódica:				1,1%
Monto Créd. Inversión:				90.000.000
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 826.184	\$ 990.000	\$ 1.816.184	\$ 89.173.816

2	\$ 835.272	\$ 980.912	\$ 1.816.184	\$ 88.338.544
3	\$ 844.460	\$ 971.724	\$ 1.816.184	\$ 87.494.084
4	\$ 853.749	\$ 962.435	\$ 1.816.184	\$ 86.640.335
5	\$ 863.140	\$ 953.044	\$ 1.816.184	\$ 85.777.195
6	\$ 872.635	\$ 943.549	\$ 1.816.184	\$ 84.904.560
7	\$ 882.234	\$ 933.950	\$ 1.816.184	\$ 84.022.326
8	\$ 891.938	\$ 924.246	\$ 1.816.184	\$ 83.130.388
9	\$ 901.750	\$ 914.434	\$ 1.816.184	\$ 82.228.638
10	\$ 911.669	\$ 904.515	\$ 1.816.184	\$ 81.316.969
11	\$ 921.697	\$ 894.487	\$ 1.816.184	\$ 80.395.272
12	\$ 931.836	\$ 884.348	\$ 1.816.184	\$ 79.463.436
	\$ 10.536.564	\$ 11.257.644	\$ 21.794.208	
13	\$ 942.086	\$ 874.098	\$ 1.816.184	\$ 78.521.350
14	\$ 952.449	\$ 863.735	\$ 1.816.184	\$ 77.568.901
15	\$ 962.926	\$ 853.258	\$ 1.816.184	\$ 76.605.975
16	\$ 973.518	\$ 842.666	\$ 1.816.184	\$ 75.632.457
17	\$ 984.227	\$ 831.957	\$ 1.816.184	\$ 74.648.230
18	\$ 995.053	\$ 821.131	\$ 1.816.184	\$ 73.653.177
19	\$ 1.005.999	\$ 810.185	\$ 1.816.184	\$ 72.647.178
20	\$ 1.017.065	\$ 799.119	\$ 1.816.184	\$ 71.630.113
21	\$ 1.028.253	\$ 787.931	\$ 1.816.184	\$ 70.601.860
22	\$ 1.039.564	\$ 776.620	\$ 1.816.184	\$ 69.562.296
23	\$ 1.050.999	\$ 765.185	\$ 1.816.184	\$ 68.511.297
24	\$ 1.062.560	\$ 753.624	\$ 1.816.184	\$ 67.448.737
	\$ 12.014.699	\$ 9.779.509	\$ 21.794.208	
25	\$ 1.074.248	\$ 741.936	\$ 1.816.184	\$ 66.374.489
26	\$ 1.086.065	\$ 730.119	\$ 1.816.184	\$ 65.288.424
27	\$ 1.098.011	\$ 718.173	\$ 1.816.184	\$ 64.190.413
28	\$ 1.110.089	\$ 706.095	\$ 1.816.184	\$ 63.080.324
29	\$ 1.122.300	\$ 693.884	\$ 1.816.184	\$ 61.958.024
30	\$ 1.134.646	\$ 681.538	\$ 1.816.184	\$ 60.823.378
31	\$ 1.147.127	\$ 669.057	\$ 1.816.184	\$ 59.676.251
32	\$ 1.159.745	\$ 656.439	\$ 1.816.184	\$ 58.516.506
33	\$ 1.172.502	\$ 643.682	\$ 1.816.184	\$ 57.344.004
34	\$ 1.185.400	\$ 630.784	\$ 1.816.184	\$ 56.158.604

35	\$ 1.198.439	\$ 617.745	\$ 1.816.184	\$ 54.960.165
36	\$ 1.211.622	\$ 604.562	\$ 1.816.184	\$ 53.748.543
	\$ 13.700.194	\$ 8.094.014	\$ 21.794.208	
37	\$ 1.224.950	\$ 591.234	\$ 1.816.184	\$ 52.523.593
38	\$ 1.238.424	\$ 577.760	\$ 1.816.184	\$ 51.285.169
39	\$ 1.252.047	\$ 564.137	\$ 1.816.184	\$ 50.033.122
40	\$ 1.265.820	\$ 550.364	\$ 1.816.184	\$ 48.767.302
41	\$ 1.279.744	\$ 536.440	\$ 1.816.184	\$ 47.487.558
42	\$ 1.293.821	\$ 522.363	\$ 1.816.184	\$ 46.193.737
43	\$ 1.308.053	\$ 508.131	\$ 1.816.184	\$ 44.885.684
44	\$ 1.322.441	\$ 493.743	\$ 1.816.184	\$ 43.563.243
45	\$ 1.336.988	\$ 479.196	\$ 1.816.184	\$ 42.226.255
46	\$ 1.351.695	\$ 464.489	\$ 1.816.184	\$ 40.874.560
47	\$ 1.366.564	\$ 449.620	\$ 1.816.184	\$ 39.507.996
48	\$ 1.381.596	\$ 434.588	\$ 1.816.184	\$ 38.126.400
	\$ 15.622.143	\$ 6.172.065	\$ 21.794.208	
49	\$ 1.396.794	\$ 419.390	\$ 1.816.184	\$ 36.729.606
50	\$ 1.412.158	\$ 404.026	\$ 1.816.184	\$ 35.317.448
51	\$ 1.427.692	\$ 388.492	\$ 1.816.184	\$ 33.889.756
52	\$ 1.443.397	\$ 372.787	\$ 1.816.184	\$ 32.446.359
53	\$ 1.459.274	\$ 356.910	\$ 1.816.184	\$ 30.987.085
54	\$ 1.475.326	\$ 340.858	\$ 1.816.184	\$ 29.511.759
55	\$ 1.491.555	\$ 324.629	\$ 1.816.184	\$ 28.020.204
56	\$ 1.507.962	\$ 308.222	\$ 1.816.184	\$ 26.512.242
57	\$ 1.524.549	\$ 291.635	\$ 1.816.184	\$ 24.987.693
58	\$ 1.541.319	\$ 274.865	\$ 1.816.184	\$ 23.446.374
59	\$ 1.558.274	\$ 257.910	\$ 1.816.184	\$ 21.888.100
60	\$ 1.575.415	\$ 240.769	\$ 1.816.184	\$ 20.312.685
	\$ 17.813.715	\$ 3.980.493	\$ 1.816.184	
61	\$ 1.592.744	\$ 223.440	\$ 1.816.184	\$ 18.719.941
62	\$ 1.610.265	\$ 205.919	\$ 1.816.184	\$ 17.109.676
63	\$ 1.627.978	\$ 188.206	\$ 1.816.184	\$ 15.481.698
64	\$ 1.645.885	\$ 170.299	\$ 1.816.184	\$ 13.835.813
65	\$ 1.663.990	\$ 152.194	\$ 1.816.184	\$ 12.171.823
66	\$ 1.682.294	\$ 133.890	\$ 1.816.184	\$ 10.489.529

67	\$ 1.700.799	\$ 115.385	\$ 1.816.184	\$ 8.788.730
68	\$ 1.719.508	\$ 96.676	\$ 1.816.184	\$ 7.069.222
69	\$ 1.738.423	\$ 77.761	\$ 1.816.184	\$ 5.330.799
70	\$ 1.757.545	\$ 58.639	\$ 1.816.184	\$ 3.573.254
71	\$ 1.776.878	\$ 39.306	\$ 1.816.184	\$ 1.796.376
72	\$ 1.796.424	\$ 19.760	\$ 1.816.184	-\$ 48
	20.312.733	1.481.475	21.794.208	
Totales	90.000.048	40.765.200	130.765.248	

Fuente. Elaboración propia

5.3.2.2 Gastos financieros. A continuación, se presenta la tabla del crédito en el primer año. Se cancela un total de \$11.257.644 de intereses.

Tabla 52. Gastos financieros

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 826.184	\$ 990.000	\$ 1.816.184	\$ 89.173.816
2	\$ 835.272	\$ 980.912	\$ 1.816.184	\$ 88.338.544
3	\$ 844.460	\$ 971.724	\$ 1.816.184	\$ 87.494.084
4	\$ 853.749	\$ 962.435	\$ 1.816.184	\$ 86.640.335
5	\$ 863.140	\$ 953.044	\$ 1.816.184	\$ 85.777.195
6	\$ 872.635	\$ 943.549	\$ 1.816.184	\$ 84.904.560
7	\$ 882.234	\$ 933.950	\$ 1.816.184	\$ 84.022.326
8	\$ 891.938	\$ 924.246	\$ 1.816.184	\$ 83.130.388
9	\$ 901.750	\$ 914.434	\$ 1.816.184	\$ 82.228.638
10	\$ 911.669	\$ 904.515	\$ 1.816.184	\$ 81.316.969
11	\$ 921.697	\$ 894.487	\$ 1.816.184	\$ 80.395.272
12	\$ 931.836	\$ 884.348	\$ 1.816.184	\$ 79.463.436
	\$ 10.536.564	\$ 11.257.644	\$ 21.794.208	

Fuente. Elaboración propia

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.

Tabla 53. Capital de trabajo

Total, Capital De Trabajo	Valor Mes
Establecimiento del cultivo Año 1	10.833.333
Intereses	990.000
CIF	2.709.566
Capital de trabajo (primer mes)	14.532.899
Total, capital de trabajo (12 meses)	\$ 174.394.788

Fuente. Elaboración propia

5.4 INVERSIÓN TOTAL

En esta inversión se consideran todas las erogaciones correspondientes a la inversión fija, diferida y capital de trabajo necesarias para iniciar las operaciones de la empresa.

Tabla 54. Inversión total

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$174.394.788
Inversión diferida	\$6.440.000
Capital de trabajo	\$43.980.000
Total	\$224.814.788

Fuente. Elaboración propia

5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

Para la ejecución del presente proyecto es necesario recurrir a dos fuentes de financiación: una por parte de los inversionistas y la otra parte a través de una entidad crediticia.

5.5.1 Recursos propios. Los recursos propios hacen parte del capital que los inversionistas tienen para ejecutar el proyecto, corresponden al 60% del total de la

inversión requerida, es decir la suma de \$134.814.788, que será aportado por partes iguales, entre los dos socios que van a conformar la empresa.

5.5.2 Recursos de financiación. Se financiará el 40%, es decir \$90.000.000, ante el Banco Agrario.

Tabla 55. Fuentes de financiación

CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Nuevos socios	\$ 0	0,00%
Socios fundadores	\$ 134.814.788	59,97%
Crédito bancario	\$ 90.000.000	40,03%
TOTAL	\$ 224.814.788	100,00%

Fuente. Elaboración propia

Tabla 56. Resumen crédito por años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Intereses	\$ 11.257.644	\$ 9.779.509	\$ 8.094.014	\$ 6.172.065	\$ 3.980.493	1.481.475
Capital	10.536.564	12.014.699	13.700.194	15.622.143	17.813.715	20.312.733
Total	\$ 21.794.208	21.794.208	21.794.208	21.794.208	21.794.208	21.794.208

Fuente. Elaboración propia

5.6 PRECIO DE VENTA

Para asignarle el precio al kilo de caco, se tiene en cuenta los precios publicados por Fedecacao, que para la semana 17 al 23 de mayo de 2021 está en \$7.567 y tendrá una proyección del 2%, como determinación personal, teniendo en cuenta que será un precio que se tendrá en cuenta, con la asignación de precios a nivel nacional.

Tabla 57. Precio de venta proyectado

Costos totales de producción	\$ 96.258.454
Gastos de administración y ventas totales	\$ 116.908.631

Costos y gastos totales	\$ 213.167.084
Capacidad utilizada año 1	21.600
Costos y gastos totales unitarios	\$ 9.869
Margen de utilidad	20%
Precio de venta	\$ 12.337
Margen para el intermediario	
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 12.337
Tasa de IVA	
Precio al consumidor	\$ 12.337

Fuente. Elaboración propia

Tabla 58. Ingresos proyectados

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Cantidad a vender kilos	21.600	22.680	23.814	25.005	26.255	27.568
Precio de venta	12.511	12.511	12.511	12.511	12.511	12.511
Ventas totales	270.237.600	283.749.480	297.936.954	312.833.802	328.475.492	344.899.266

Fuente. Elaboración propia

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1 Estado de resultados proyectados a 6 años. La finalidad de este análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la empresa, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la empresa y los impuestos que debe pagar.

Tabla 59. Estado de resultados proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Ingresos operacionales	\$ 266.479.200	\$ 279.803.160	\$ 293.793.318	\$ 308.482.984	\$ 323.907.133	\$ 340.102.490
Ingresos no operacionales						
TOTAL INGRESOS	\$ 266.479.200	\$ 279.803.160	\$ 293.793.318	\$ 308.482.984	\$ 323.907.133	\$ 340.102.490
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Materia prima	\$ 516.000	\$ 541.800	\$ 568.890	\$ 597.335	\$ 627.201	\$ 658.561
MOD	\$ 57.880.454	\$ 57.880.454	\$ 57.880.454	\$ 57.880.454	\$ 57.880.454	\$ 57.880.454
CIF	\$ 37.862.000	\$ 39.482.000	\$ 41.183.000	\$ 42.969.050	\$ 44.844.403	\$ 46.813.523
UTILIDAD BRUTA	\$ 170.220.746	\$ 181.898.906	\$ 194.160.974	\$ 207.036.146	\$ 220.555.076	\$ 234.749.952
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
Nómina administrativa	\$ 81.830.631	\$ 85.922.162	\$ 90.218.270	\$ 94.729.184	\$ 99.465.643	\$ 104.438.925
Gastos generales	\$ 35.078.000	\$ 36.831.900	\$ 38.673.495	\$ 40.607.170	\$ 42.637.528	\$ 44.769.405
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 53.312.116	\$ 59.144.844	\$ 65.269.209	\$ 71.699.792	\$ 78.451.905	\$ 85.541.623
Menos gastos financieros (Interes	-\$ 11.257.644	-\$ 9.779.509	-\$ 8.094.014	-\$ 6.172.065	-\$ 3.980.493	-\$ 1.481.475
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 42.054.472	\$ 49.365.335	\$ 57.175.195	\$ 65.527.727	\$ 74.471.412	\$ 84.060.148
Menos Impuesto de Renta	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Menos Impuesto de Ind y Cio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD NETA	\$ 42.054.472	\$ 49.365.335	\$ 57.175.195	\$ 65.527.727	\$ 74.471.412	\$ 84.060.148
Menos Reserva Legal	-\$ 4.205.447	-\$ 4.936.534	-\$ 5.717.520	-\$ 6.552.773	-\$ 7.447.141	-\$ 8.406.015
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 37.849.025	\$ 44.428.802	\$ 51.457.676	\$ 58.974.955	\$ 67.024.270	\$ 75.654.133

Fuente. Elaboración propia

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado

Tabla 60. Flujo de fondos proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 44.488.370	\$ 83.378.278	\$ 128.100.914	\$ 178.947.915	\$ 236.225.500	\$ 300.255
Flujos de efectivo de actividad de operación							
+INGRESOS		\$ 266.479.200	\$ 279.803.160	\$ 293.793.318	\$ 308.482.984	\$ 323.907.133	\$ 340.102.490
Operacionales		\$ 266.479.200	\$ 279.803.160	\$ 293.793.318	\$ 308.482.984	\$ 323.907.133	\$ 340.102.490
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		\$ -205.795.084	\$ -213.286.316	\$ -221.152.109	\$ -229.411.192	\$ -238.083.228	\$ -247.188.867
Materia prima		\$ 516.000	\$ 541.800	\$ 568.890	\$ 597.335	\$ 627.201	\$ 658.561
MOD		\$ 57.880.454	\$ 57.880.454	\$ 57.880.454	\$ 57.880.454	\$ 57.880.454	\$ 57.880.454
CIF		\$ 37.862.000	\$ 39.482.000	\$ 41.183.000	\$ 42.969.050	\$ 44.844.403	\$ 46.813.523
Nómina administrativa		\$ 81.830.631	\$ 85.922.162	\$ 90.218.270	\$ 94.729.184	\$ 99.465.643	\$ 104.438.925
Gastos generales		\$ 35.078.000	\$ 36.831.900	\$ 38.673.495	\$ 40.607.170	\$ 42.637.528	\$ 44.769.405
Menos depreciaciones		\$ -6.084.000	\$ -6.084.000	\$ -6.084.000	\$ -6.084.000	\$ -6.084.000	\$ -6.084.000
Menos amortizaciones		\$ -1.288.000	\$ -1.288.000	\$ -1.288.000	\$ -1.288.000	\$ -1.288.000	\$ -1.288.000
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 60.684.116	\$ 66.516.844	\$ 72.641.209	\$ 79.071.792	\$ 85.823.905	\$ 92.913.623
Flujos efectivo actividades inversión							
+INGRESOS	\$ 135.348.370	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital social	\$ 135.348.370						
Valor de salvamento						\$ 0	\$ 0
-EGRESOS	\$ -180.860.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 0						
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 3.110.000						
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 2.215.000						
Compra de Vehículo	\$ 14.000.000						
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 23.090.000						
Compra de Muebles y enseres	\$ 2.005.000						
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 130.000.000						
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0						
Inversión activos diferidos	\$ 6.440.000						
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	-\$ 45.511.630	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujos de efectivo de actividad de financiación							
+INGRESOS	\$ 90.000.000						
Préstamo bancario	\$ 90.000.000						
-EGRESOS		\$ -21.794.208	\$ -21.794.208	\$ -21.794.208	\$ -21.794.208	\$ -21.794.208	\$ -21.794.208
Abono a capital		\$ 10.536.564	\$ 12.014.699	\$ 13.700.194	\$ 15.622.143	\$ 17.813.715	\$ 20.312.733
Gastos financieros		\$ 11.257.644	\$ 9.779.509	\$ 8.094.014	\$ 6.172.065	\$ 3.980.493	\$ 1.481.475
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 90.000.000	-\$ 21.794.208	-\$ 21.794.208	-\$ 21.794.208	-\$ 21.794.208	-\$ 21.794.208	-\$ 21.794.208
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 44.488.370	\$ 38.889.908	\$ 44.722.636	\$ 50.847.001	\$ 57.277.584	\$ 64.029.697	\$ 71.119.415

Fuente. Elaboración propia

5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

Tabla 61. Estado de situación financiera inicial y proyectado

CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja						
Bancos	\$ 44.488.370	\$ 83.378.278	\$ 128.100.914	\$ 178.947.915	\$ 236.225.500	\$ 300.255.196
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 44.488.370	\$ 83.378.278	\$ 128.100.914	\$ 178.947.915	\$ 236.225.500	\$ 300.255.196
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Equipo de computación y comunicación	\$ 3.110.000	\$ 3.110.000	\$ 3.110.000	\$ 3.110.000	\$ 3.110.000	\$ 3.110.000
Maquinaria y equipo	\$ 2.215.000	\$ 2.215.000	\$ 2.215.000	\$ 2.215.000	\$ 2.215.000	\$ 2.215.000
Muebles y enseres	\$ 2.005.000	\$ 2.005.000	\$ 2.005.000	\$ 2.005.000	\$ 2.005.000	\$ 2.005.000
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000
Inventario de materia prima	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 6.084.000	-\$ 12.168.000	-\$ 18.252.000	-\$ 24.336.000	-\$ 30.420.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 137.330.000	\$ 131.246.000	\$ 125.162.000	\$ 119.078.000	\$ 112.994.000	\$ 106.910.000
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 6.440.000	\$ 6.440.000	\$ 6.440.000	\$ 6.440.000	\$ 6.440.000	\$ 6.440.000
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 1.288.000	-\$ 2.576.000	-\$ 3.864.000	-\$ 5.152.000	-\$ 6.440.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 6.440.000	\$ 5.152.000	\$ 3.864.000	\$ 2.576.000	\$ 1.288.000	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 188.258.370	\$ 219.776.278	\$ 257.126.914	\$ 300.601.915	\$ 350.507.500	\$ 407.165.196
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 10.536.564	\$ 12.014.699	\$ 13.700.194	\$ 15.622.143	\$ 17.813.715	\$ 20.312.733
Impuesto de renta	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de Ind y Cio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 10.536.564	\$ 12.014.699	\$ 13.700.194	\$ 15.622.143	\$ 17.813.715	\$ 20.312.733
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	-\$ 8.943.820	-\$ 20.958.519	-\$ 34.658.713	-\$ 50.280.856	-\$ 35.079.792	-\$ 85.360.648
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	-\$ 8.943.820	-\$ 20.958.519	-\$ 34.658.713	-\$ 50.280.856	-\$ 35.079.792	-\$ 85.360.648
PASIVOS TOTALES	\$ 1.592.744	-\$ 8.943.820	-\$ 20.958.519	-\$ 34.658.713	-\$ 17.266.077	-\$ 65.047.915
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 135.348.370	\$ 135.348.370	\$ 135.348.370	\$ 135.348.370	\$ 135.348.370	\$ 135.348.370
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 4.205.447	\$ 9.141.981	\$ 14.859.500	\$ 21.412.273	\$ 28.859.414
Utilidades ejercicios anteriores acumuladas	\$ 0	\$ 0	\$ 37.849.025	\$ 82.277.826	\$ 133.735.502	\$ 192.710.457
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 37.849.025	\$ 44.428.802	\$ 51.457.676	\$ 58.974.955	\$ 67.024.270
PATRIMONIO TOTAL	\$ 135.348.370	\$ 177.402.842	\$ 226.768.177	\$ 283.943.372	\$ 349.471.100	\$ 423.942.511
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 136.941.114	\$ 203.633.746	\$ 281.884.436	\$ 369.113.500	\$ 332.205.023	\$ 358.894.596

Fuente. Elaboración propia

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.8.1 Razones financieras

5.8.1.1 Razones de liquidez. Las razones de liquidez tienen como objetivo, identificar la capacidad que tiene la empresa para pagar sus pasivos en el corto plazo.

Tabla 62. Razones de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razon corriente	activo corriente / pasivo	No veces	6,79	5,42	4,54	13,26	14,78
Prueba acida**	activo corriente -	No veces	6,79	5,42	4,54	13,26	14,78
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo	unidades \$\$	\$ 69.532.234	\$ 60.507.295	\$ 55.238.424	\$ 218.411.785	\$ 279.942.463

Fuente. Elaboración propia

De acuerdo a los resultados arrojados en la tabla anterior, se puede concluir que según la razón corriente, en todos los años cuenta con suficientes activos para responder a corto plazo con sus pasivos.

5.8.1.2 Razones de operación. Miden la efectividad con la que la compañía convierte los activos en ventas y las ventas en dinero

Tabla 63. Razones de operación

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotacion activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	3,20	2,18	1,64	1,31	1,08
Rotacion activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	2,03	2,24	2,47	2,73	3,03
Rotacion activo total	ventas / activo total	No veces	1,21	1,09	0,98	0,88	0,80

Fuente. Elaboración propia

5.8.1.3 Razones de rentabilidad. Son aquellas que permiten evaluar las utilidades de la empresa respecto a las ventas, los activos o la inversión de los propietarios

Tabla 64. Razones de rentabilidad

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ ventas	%	63,88%	65,01%	66,09%	67,11%	68,09%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	15,78%	17,64%	19,46%	21,24%	22,99%
Rendimiento activos	utilidad neta/ activos	%	19,14%	19,20%	19,02%	18,70%	18,29%

Fuente. Elaboración propia

5.8.1.4 Razones de endeudamiento. Analizan la estructura de capital de la empresa, midiendo su financiamiento con capital de deuda y determinan su capacidad para hacer frente a sus obligaciones.

Tabla 65. Razones de endeudamiento

RAZONES DE	RELACIÓN	UNIDAD DE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo	%	0,00%	0,00%	0,00%	-4,93%	-15,98%
Cobertura intereses	utilidad operacional /	No veces	4,74	6,05	8,06	11,62	19,71
Índice participación patrimonio	patrimonio / activo total	%	80,72%	88,19%	94,46%	99,70%	104,12%

Fuente. Elaboración propia

5.8.2 Indicadores de viabilidad

$$TMAR = i + f + i*f$$

Donde:

i = prima de riesgo al riesgo

f = inflación

Riesgo bajo	1% a 10%
Riesgo medio	11% a 20%
Riesgo alto	21% a 30%

Prima de riesgo al riesgo

Inflación

TMAR recursos propios



Recursos crédito	14,03%
TMAR Banco	14,03%
Porcentaje aportación recursos propios	60,06%
Porcentaje aportación Banco	39,94%
TMAR MIXTA	5,60%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	5,60%

5.8.2.1 Tasa Interna de retorno (TIR). La TIR, nos indica a que tasa de interés se va a recuperar la inversión. La TIR corresponde al 28.82% es la rentabilidad del proyecto, refleja que este porcentaje es mayor a la tasa de oportunidad, por tanto, se recomienda la realización del proyecto. Para calcular la TIR primero se iguala el VPN a cero, se despeja i, que es la tasa de rentabilidad del proyecto.

$$VPN = F / (1+i)^{-n} + \dots + P$$

$$VPN = 36.826.597/(1+i) + 40.102.990/(1+i)^2 + 43.175.699/(1+i)^3 + \$ 46.055.702/(1+i)^4 + \$ 48.753.391 / (1+i)^5 + \$ 54.151.633/(1+i)^6 + 135.348.370$$

$$\mathbf{TIR = 28,82\%}$$

5.8.2.2 Valor presente Neto (VPN). Se debe calcular la tasa de oportunidad o la tasa mínima de retorno TMAR, tomando en cuenta los TES, la tasa del crédito y la tasa de riesgo. Para calcular la TMAR se tiene en cuenta la siguiente fórmula:

$$TMAR = ((1 + FI) (1 + TR) - 1) * 100$$

Dónde:

FI = es la inflación

TR = es la tasa de riesgo,

Donde:

TO: Tasa oportunidad calculada

RP: Porcentaje de recursos propios

RC: Porcentaje de recursos del crédito

TI: Tasa de Interés del crédito

%IMP: Porcentaje de impuesto de renta.

TES: Títulos de tesorería a 5 años del Banco de la República

Fórmula:

$$VPN = F / (1+i)^{-n} + \dots + P$$

Dónde:

VPN: Valor presente neto

F: Flujo neto de efectivo

i: Tasa de oportunidad

n: Períodos

P: Inversión

VPN (i) > 0 Se acepta el proyecto

VPN (i) < 0 No se debe aceptar el proyecto

VPN (i) = 0 No decide, es indiferente

Es un proyecto que está proyectado a seis años de vida útil y con un flujo de efectivo inicial de \$135.348.370, y aplicando la fórmula da un resultado positivo de \$130.844.618, al cabo de dicho tiempo, demostrando que es un proyecto viable al que se le puede apuntar para invertir y generar desarrollo social y económico.

5.8.2.3 Periodo de recuperación

Tabla 66. Periodo de recuperación

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 5
FLUJO	-\$ 135.348.370	\$ 38.889.908	\$ 44.722.636	\$ 50.847.001	\$ 57.277.584	\$ 64.029.697	\$ 71.119.415
VNA	-\$ 135.348.370	\$ 36.826.597	\$ 40.102.990	\$ 43.175.699	\$ 46.055.702	\$ 48.753.391	\$ 54.151.633
VALOR RECUPERADO		\$ 36.826.597	\$ 76.929.587	120.105.286	166.160.988	214.914.379	\$ 232.239.415

Fuente. Elaboración propia

5.8.2.4 Punto de equilibrio

Tabla 67. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF / (IT - CV)$	63,13%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF / (Pu - CVu)$	13.635
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 168.217.385
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	227

CF: costos fijos	\$ 91.266.631
CV: costo variable	\$ 121.900.454
CT: costos totales	\$ 213.167.084
IT: ingreso total	\$ 266.479.200
Pu: precio unitario	\$ 12.337
CVu: costo variable unitario	\$ 5.644
VT: ventas totales	\$ 266.479.200
N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1	21.600

Fuente. Elaboración propia

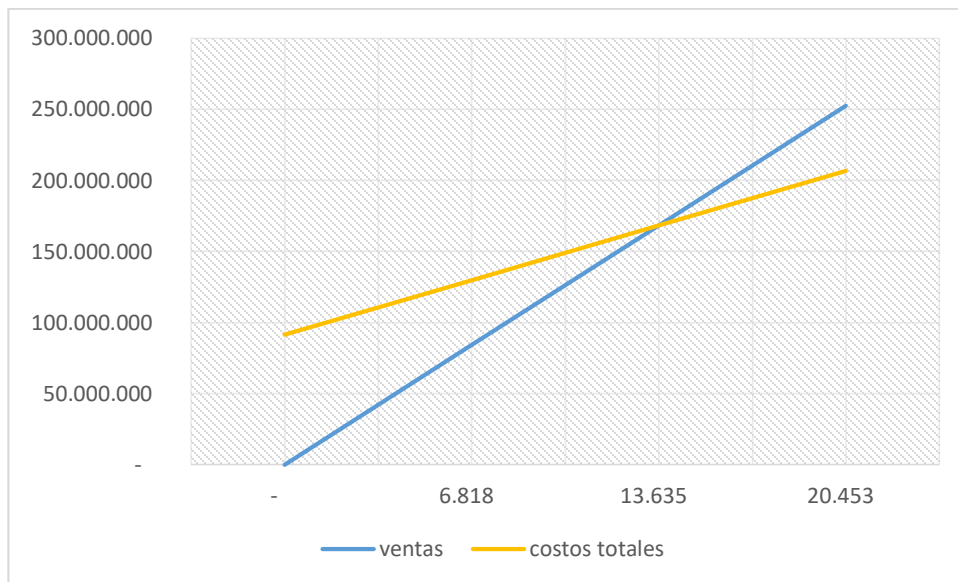
Tabla 68. Punto de equilibrio por costos

Punto de equilibrio	-	6.818	13.635	20.453
ventas	-	84.108.693	168.217.385	252.326.078

costos fijos	91.266.631	91.266.631	91.266.631	91.266.631
costos variables	-	38.475.377	76.950.755	115.426.132
costos totales	91.266.631	129.742.008	168.217.385	206.692.763
utilidad	- 91.266.631	- 45.633.315	-	45.633.315

Fuente. Elaboración propia

Figura 15. Punto de equilibrio



Fuente. Elaboración propia

De acuerdo a lo anterior en el segundo año, el punto de equilibrio es de 13.635 kilos, superando los kilos que se van a cultivar. Es el punto donde los gastos son iguales a los ingresos.

5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO

El proyecto FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CACAO ORGÁNICO EN EL MUNICIPIO DE EL SOCORRO, SANTANDER, estará ubicado en la finca Santa Isabel, Vereda Alto de Chochos, será un proyecto que cubrirá una demanda

insatisfecha de los centros de acopios y fábricas del municipio, con un producto 100% orgánico, con el uso de técnicas y tecnología de última generación, para la siembra, cultivo y post cosecha del cacao.

Es una empresa que se organizará bajo el modelo de Sociedad por acciones simplificada, con dos socios capitalistas, con un entorno organizacional con las últimas tendencias administrativas. Con un equipo de trabajo idóneo y capacitado y afiliado según la ley laboral colombiana.

La finca Santa Isabel, tiene un área cultivable de 15 ha., para producir aproximadamente 21600 kilos de cacao de grano. Además, requiere de un sitio para la parte administrativa y para el proceso de post cosecha, con el material, herramientas y equipos adecuados para poner en funcionamiento la empresa.

Se requiere de fuentes de financiación a través de una entidad crediticia para completar el capital requerido.

6. MODELO CANVAS

MODELO DE NEGOCIO PARA EL CULTIVO Y LA COMERCIALIZACIÓN DE CACAO ORGÁNICO EN PEPA EN EL MUNICIPIO DE EL SOCORRO

Aliados Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relacionamiento	Segmento de Clientes
 <p>Las alianzas estratégicas estarán relacionadas con los proveedores de la materia prima e insumos.</p> <p>También con los clientes, a través de estrategias de precios, publicidad y mercadeo.</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • Recolección de la información. • Sistematizar y organizar la información. • Realizar un estudio técnico, con el fin de determinar las necesidades y recursos necesarios. • Determinar el marco legal, administrativo y tributario. • Realizar un estudio financiero para conocer el impacto y la viabilidad del proyecto. 	 <p>CULTIVAR Y COMERCIALIZAR CACAO</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • Promociones en el lanzamiento del producto. • Incentivos a los productores del cacao • Degustaciones gratis • Descuentos • Asesorías en ventas y post ventas • Consejos y asistencia en la página web 	 <p>Es una idea de negocio, creada para todo público, sin embargo, su segmentación será de acuerdo a las siguientes características.</p> <p>Segmentación geográfica. Por su creación y ubicación estratégica, la empresa tiene su radio de acción en el</p>

<p>Empresa o tiendas que estén dispuestos a comercializar el producto.</p>	<p>Recursos Claves</p>  <ul style="list-style-type: none"> * Recursos humanos. Los integrantes del proyecto, los asesores, evaluadores y la comunidad impactada por la idea de negocio. * Recursos financieros. Son las necesidades financieras necesarias para la elaboración del proyecto. * Recursos físicos. * Recursos de insumos y materia prima * Recursos tecnológicos y profesionales. 	<p>ORGÁNICO EN PEPA EN EL MUNICIPIO DE EL SOCORRO</p>	<p>Canales Los canales de distribución de estos productos, participan varios individuos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A través de una tienda online, con expansión en las redes sociales • Tienda física • Intermediarios <p>Se utilizarán dos tipos de canales: Directo Indirecto corto</p> 	<p>municipio de El Socorro, con proyección a la provincia comunera.</p> <p>Segmentación Demográfica. Es un producto para los propietarios de las compraventas y de las fábricas de chocolates</p> <p>Segmentación Psicográfica. Para la empresa, su segmentación Psicográfica está basada en variables, como la calidad del producto, actitudes e intereses, por el gusto hacia lo orgánico.</p> <p>Segmentación conductual. Su segmento se centra en la búsqueda del beneficio de la comunidad y de los creadores del proyecto.</p>
<p>Costos:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Preliminares, que incluye estudios, pre y post del proyecto * Puesta en marcha y lanzamiento * Capital de trabajo, para mantenerse en el mercado. * Costo de publicidad y mercadeo 	<p>Flujo de Ingresos:</p> <p>Venta de cacao en pepa</p> <p>Se aceptan pagos en efectivo, con cheque, consignaciones y transferencias.</p> <p>Los pagos pueden ser a crédito y/o contado.</p> 			

7. CONCLUSIONES

- La producción de cacao en Colombia tiene tendencia positiva, por su sabor y aroma, es apetecido en diferentes partes del mundo. La calidad del grano le permite competir en los grandes mercados mundiales.
- La mayoría de empresas cultivadoras de cacao, la comercialización del cacao orgánico en pepa, el canal más utilizado es el Indirecto Largo, en el que interviene las compras de cacao, mayoristas, Fábricas, tiendas y consumidor final.
- A través del estudio técnico se identificó los diferentes requerimientos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, combinando una serie de materiales físicos, tecnológicos y humanos y de acuerdo a la capacidad de producción se puede satisfacer la demanda.
- Definir la estructura orgánica y administrativa requerida, se le está dando una posición dentro sector agrícola y creando en la mente del consumidor el nombre que permite posicionarse y ser líder en la región, con un producto novedoso, saludable y materia prima para la elaboración de nuevos productos.

- El impacto ambiental que pueda ocasionar este proyecto es mínimo, teniendo en cuenta que el recurso hídrico no se malgastará y los residuos, pueden ser utilizados en compostaje

- El estudio económico-financiero demuestra que el proyecto es viable, tomando en consideración los principales índices financieros que se estructuraron en el estudio, ya que la tasa interna de retorno (TIR) es de un 63.34% y un valor neto actual de \$ 240.782.786, superando la tasa de oportunidad de 14%.

- El análisis del punto de equilibrio realizado se considera aceptable, ya que para alcanzarlo la empresa deberá vender 67.995 kilos de cacao orgánico en pepa, para el año 2, teniendo en cuenta que el año 1, será para la siembra.

- El estudio de factibilidad del proyecto cuenta con herramientas eficientes para la toma de decisiones y puesta en marcha. Ya que desde el punto de vista de mercadeo, técnico, económico y financiero es viable.

- El proyecto aporta al desarrollo social, económico y agroindustrial a través del aprovechamiento de los recursos naturales, clima y otros factores, adecuados para el cultivo de cacao orgánico, garantizando el sostenimiento de la inversión y el crecimiento de la actividad en el municipio de Socorro; ya que es escaso el manejo técnico y especializado.

BIBLIOGRAFÍA

ADCASA. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.[En líneas]. Consultado el 12 abril de 2021. Disponible en: <http://adcasa.com.gt/publicaciones/33-canales>. (s.f.).

AGRONET. “2019, un buen año para la producción de cacao en Colombia”, MinAgricultura. [En línea]. [Citado el 18 de septiembre de 2020]. Disponible en: <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/2019,-un-buen-a%C3%B1o-para-la-producci%C3%B3n-de-cacao-en->. (s.f.).

ALCALDÍA DE EL SOCORRO - Esquema de Ordenamiento Territorial. (s.f.).

ARANGO, Lucía; ECHEVERRI, María Cristina; VÉLEZ Lucía. “Caracterización del mercado del cacao”. [En línea]. [Citado el 9 de oct de 2020]. Disponible en: https://www.academia.edu/21610383/Caracterizaci%C3%B3n_del_Mercado_d_el_Cacao. (s.f.).

BAQUERO L, E. (2020). Aliados por el subsector cacaotero colombiano. Federación Nacional cacaotero, 1-2. [En línea]. [citado el 18 de sep/20]. Disponible en: <http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/?start=308>. (s.f.).

CACAO MÓVIL. “El cacao en sistemas agroforestales”. [En línea]. Recuperado el 12 de octubre de 2020. Fuente. <https://cacaomovil.com/site/pdf/10/guide1>. (s.f.).

CLAVIJO L, Maira Alejandra; ARDILA S, Pahola Andrea. “Eficiencia Económica en la Producción de Cacao en Rionegro-Santander”. [En línea]. [citado 19 de

sep/20]. Disponible en <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1066/2015-Clavijo>. (s.f.).

DANI C. "¿Qué es el cacao y dónde se produce?" Verema. [En Línea]. [citado el 20 sept de 2020]. Disponible en: <https://www.verema.com/blog/productos-gastronomicos/1129360-que-cacao-donde-produce>. (s.f.).

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES – GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO DEL INIAP. "La Cadena de Valor del Cacao en América Latina y El Caribe" [En línea]. [Citado 19 de sep/20]. Disponible en: https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CACAO_linea_. (s.f.).

ECOLOGICAL. "Cacao Orgánico". [En línea]. Recuperado el 20 de oct de 2020. Disponible en <https://www.ecologicalperu.com/product/cacao-organico-de-exportacion/>. (s.f.).

FEDERACIÓN NACIONAL DE CACAOTEROS. Así quedó el ranking de producción de cacao en Colombia. [En línea]. Consultado el 13 nov/21. Disponible en: <http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/2015-04-23-20-00-33/1193-boletin-de-prensa-asi-queda-el-ranking>. (s.f.).

FEDERACIÓN NACIONAL DE CACAOTEROS. Marco Jurídico. [En línea]. [citado el 20 de sep de 2020]. Disponible en: <http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/fondo-nacional-del-cacao-4/marco-juridico>. (s.f.).

FINAGRO. "Inteligencia de Mercado: EL CACAO". [En línea]. Recuperado el 26 de oct/20. fuente. https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/ficha_cacao_version_ii.pdf. (s.f.).

FONDO NACIONAL DEL AHORRO; *Inteligencia de Mercado: CACAO*; [En línea], Citado el 8 de octubre/20. Disponible en https://www.finagro.com.co/sites/default/files/node/basic-page/files/ficha_cacao_version_ii.pdf. (s.f.).
<https://bit.ly/33dHxrF>. (s.f.).

MARIÑO, Lucho. *Cacao: “la joya de Colombia”*, *Revista Diners*. [En línea]. [citado, 20 sept/20]. Disponible en: https://revistadiners.com.co/gastronomia/14824_cacao-la-joya-de-colombia/#:~:text=Su%20larga%20historia%20se%20origina,la%20comida%20de%20los%20d. (s.f.).

MUNICIPIO DE EL SOCORRO, Alcaldía. [En línea], Recuperado el 20 de noviembre de 2020. Disponible en <https://www.municipio.com.co/municipio-socorro.html>. (s.f.).

PINZÓN U, José O. ROJAS A, Jacobo, *Federación Nacional de Cacaoteros*. [En línea]. [citado el 16 mar/21]. Disponible en <http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/3666/1/031.1.pdf>. (s.f.).

REVISTA DINERO. “Gobierno busca impulsar el cacao para convertirlo en el nuevo “café””. [En línea]. Recuperado el 24 de octubre de 2020. Fuente. <https://www.dinero.com/pais/articulo/gobierno-busca-que-el-cacao-se-convierta-en-equivalente-del-cafe-colombian>. (s.f.).

RODRÍGUEZ, Daniela. “Sector Primario en Colombia: Características e Importancia” [en línea]. [Citado el 19 de septiembre de 2020]. Disponible en: <https://www.lifeder.com/sector-primario-colombia/#:~:text=El%20sector%20primario%20en%20Colombia,la%20ganad>. (s.f.).

SÁNCHEZ, Víctor Hugo; ZAMBRANO, José Luis, IGLESIAS, Cristina. *La cadena de valor del cacao en América Latina y el Caribe. [En línea]. [Citado el 1 de abril de 2021]. Disponible en: https://www.fontagro.org/new/uploads/adjuntos/Informe_CACAO_linea_base.p* . (s.f.).

UNIVERSIDAD PURDUE Y CENTRO INTERNACIONAL DE AGRICULTURA TROPICAL. (s.f.). *Análisis de la cadena Productiva del Cacao en Colombia.*

VANGUARDIA LIBERAL. *Cacao de Santander, sigue destacándose en producción y sabor. [En línea]. [Recuperado el 16 de mar de 2021]. Disponible en <https://www.vanguardia.com/economia/local/cacao-de-santander-sigue-destacandose-en-produccion-y-sabor-YM1619504>.* (s.f.).

VÁSQUEZ, M.R. *Proyecto Flora del Perú, Apartado 280, Tel (094)222139, Iquitos. Curator del Missouri Botanical Garden. Sistemática de Fanerógramas Amazónicas.* (s.f.).

VÍA CAMPESINA. *Una breve historia de los orígenes de la agricultura, la domesticación y la diversidad de los cultivos. [En línea]. [Recuperado el 17 de marzo de 2021]. Disponible en <https://grain.org/es/entries/6080-una-breve-historia-de-los-origenes-de-l>.* (s.f.).