

**MANUAL DE EXPORTACIÓN DE CACAO PRODUCIDO EN EL
DEPARTAMENTO DEL CESAR EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE
COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE
COMERCIO (EFTA)**



MARIA ROSA ANAYA MERCADO

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
VALLEDUPAR – CESAR
2025**

**MANUAL DE EXPORTACIÓN DE CACAO PRODUCIDO EN EL
DEPARTAMENTO DEL CESAR EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE
COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE
COMERCIO (EFTA)**



MARIA ROSA ANAYA MERCADO

**Trabajo monográfico para optar por el título de Profesional en Comercio
Internacional**

Asesores:

ANDREA MARCELA MÉNDEZ SÁNCHEZ

Magíster en Educación

Tutora temática

YURI JOSÉ POSADA ROMERO

Magíster en Gerencia de proyectos de investigación y desarrollo

Tutor metodológico

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
VALLEDUPAR – CESAR
2025**



Universidad
Popular del Cesar

**CARTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO POR EL
TUTOR(A) TEMÁTICO**

**COMITÉ DE INVESTIGACIÓN
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

Respetuoso Saludo:

Yo, ANDREA MARCELA MÉNDEZ SÁNCHEZ, con cédula de ciudadanía N°. 1.065.627.077 de Valledupar, Cesar, docente adscrito al Programa Comercio Internacional de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas (FACE) de la Universidad Popular del Cesar (UPC), en calidad de **TUTOR (A) TEMÁTICO** del Trabajo de Grado, titulado: MANUAL DE EXPORTACIÓN DE CACAO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO (EFTA), presentado por la estudiante investigadora MARIA ROSA ANAYA MERCADO; con documento de identificación 1.193.232.792; **CERTIFICO** que he asesorado permanentemente la investigación presentada, la cual **APRUEBO** por cumplir con el *rigor científico requerido* para ser sustentado ante el Comité de Investigación de la Facultad.

Cordialmente,

Andrea Méndez S.

ANDREA MARCELA MÉNDEZ SÁNCHEZ

Tutora Temática

CC. 1.065.627.077 de Valledupar, Cesar

www.unicesar.edu.co

Teléfono conmutador PBX: (+57 605 588 5592)

Balneario Hurtado, Vía a Patillal

Valledupar – Cesar, Colombia



Universidad
Popular del Cesar

CARTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO POR EL
TUTOR(A) METODOLÓGICO

COMITÉ DE INVESTIGACIÓN
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

Respetuoso Saludo:

Yo, YURIS JOSÉ POSADA ROMERO, con cédula de ciudadanía No. 77.185.954 de Valledupar, Cesar, docente adscrito al Programa de Comercio Internacional de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Económicas (FACE) de la Universidad Popular del Cesar (UPC), en calidad de **TUTOR (A) METODOLÓGICO** del Trabajo de Grado, titulado: MANUAL DE EXPORTACIÓN DE CACAO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO (EFTA), presentado por la estudiante investigadora MARÍA ROSA ANAYA MERCADO; con documento de identificación 1193232792; **CERTIFICO** que he revisado las normas metodológicas, técnicas, ortográficas y de redacción científica en la investigación presentada, la cual **APRUEBO** por cumplir con lo requerido en los *manuales y protocolos institucionales* para ser sustentado ante el Comité de Investigación de la Facultad.

Cordialmente,

Tutor (a) Metodológico:
CC.

www.unicesar.edu.co
Teléfono conmutador PBX: (+57 605 588 5592)
Balneario Hurtado, Vía a Patilla
Valledupar – Cesar, Colombia

María Rosa Anaya Mercado. Manual de exportación de cacao producido en el departamento del Cesar en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA). Universidad Popular del Cesar. Programa: Comercio Internacional. Valledupar. 2025.

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito elaborar un manual de exportación para el cacao producido en el departamento del Cesar, en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA). Este manual busca orientar a productores, comercializadores y exportadores de la región sobre los requisitos técnicos, normativos y logísticos necesarios para acceder a los mercados de la EFTA. La investigación adoptó un enfoque cualitativo, con diseño descriptivo y documental, de carácter bibliográfico con unidades de análisis basadas en normativas, conceptos y procedimientos del comercio exterior. Como técnica de recolección se utilizó el fichaje. Entre los hallazgos más relevantes se identificaron las normas fitosanitarias, certificaciones internacionales y exigencias técnicas que deben cumplirse, así como los pasos logísticos, documentales y aduaneros necesarios para exportar desde el Cesar. También se realizó un análisis preliminar de la demanda del cacao en los países de la EFTA y se propusieron estrategias de promoción y distribución para posicionar el producto. Finalmente, se estructuró un manual de exportación que reúne todos estos elementos clave. Como conclusión, se proponen lineamientos para fortalecer la capacidad exportadora del departamento. Asimismo, se sugieren ajustes en los procesos productivos y comerciales locales para cumplir con estándares internacionales. De esta manera, el manual sirve como una hoja de ruta en el proceso de transformación productiva que permita el crecimiento económico del departamento del Cesar.

Palabras claves: Manual de exportación, cacao, tratado de libre comercio, EFTA, estrategias, normativa.

María Rosa Anaya Mercado. Manual de exportación de cacao producido en el departamento del Cesar en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA). Universidad Popular del Cesar. Programa: Comercio Internacional. Valledupar. 2025.

ABSTRACT

The main purpose of this research was to create an export manual for cacao cultivated in the department of Cesar, considering the provisions established in the Free Trade Agreement between Colombia and the European Free Trade Association (EFTA). This manual is aimed at providing technical and regulatory guidance to producers, marketers, and exporters of cacao in the region, to facilitate compliance with the requirements set by the EFTA member countries. The research was developed from a qualitative approach, with a descriptive and documentary design, of a bibliographic nature. The analysis units focused on concepts, regulations, and guidelines relevant to cocoa foreign trade, and the data collection and organization technique was used. Key findings included the detailed identification of phytosanitary standards, international certifications, and technical requirements that must be met to access the European market. The logistical, documentary, and customs procedures required to export from Cesar were also outlined. A preliminary analysis of cocoa demand in EFTA countries was also conducted, along with proposals for promotion and distribution strategies that contribute to the product's successful positioning in that market. Finally, a proposed export manual was developed that captures the key elements addressed during the research. In conclusion, guidelines were established for the department of Cesar to strengthen its export capacity, and adjustments to local production and commercial processes were suggested to meet international standards and capitalize on this opportunity as a path to regional economic development. In this way, the manual serves as a roadmap for the productive transformation process that will enable economic growth in the department of Cesar.

Keywords: Export manual, cocoa, free trade agreement, EFTA, strategies, regulations.

DEDICATORIA

A las maravillosas personas de quienes recibí el nombre y la vida, mis padres

Verónica Mercado y Luis Eduardo Anaya.

Gracias por su amor incondicional, por su ejemplo de fortaleza,

y por ser mi guía en cada paso del camino.

Este logro no habría sido posible sin su apoyo, sacrificio y fe en mí.

AGRADECIMIENTOS

Es un honor para la autora expresar su gratitud a:

Dios por brindarme la fuerza, la paciencia y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa.

Andrea Méndez, tutora temática, por su paciencia, compromiso y generosa disposición para acompañarme en este proceso. Su guía no solo enriqueció el contenido académico de este trabajo, sino que también me ayudó a crecer personalmente. Valoro profundamente cada una de sus observaciones, el tiempo que dedicó a orientarme, y su constante apoyo para superar los desafíos que surgieron en el camino.

Yuri Posada por su acompañamiento metodológico y por aportar observaciones que contribuyeron al desarrollo exitoso de este trabajo.

A mi familia paterna, por abrirme las puertas de su hogar y su corazón. Su generosidad y cuidado fueron fundamentales para que este trabajo fuera más llevadero y humano.

Mis amigas de “Fuerza Mayor”, por su compañerismo y apoyo constante durante todo este proceso. Compartir esta etapa con ustedes fue un verdadero privilegio.

Por último, y no menos importante, a mí, por no rendirme y seguir adelante a pesar de las dudas y el cansancio.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTOS.....	viii
TABLA DE CONTENIDO.....	ix
LISTA DE CUADROS.....	xiii
LISTA DE ILUSTRACIONES.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	17
CAPÍTULO I.....	21
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	21
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	24
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	24
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.4.1 Objetivo general.....	25
1.4.2 Objetivos específicos.....	25
1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.6 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
1.6.1 Delimitación temática.....	29
1.6.2 Delimitación espacial.....	29
1.6.3 Delimitación temporal.....	29
1.6.4 Delimitación poblacional.....	29
CAPÍTULO II.....	30

2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
2.2 BASES TEÓRICAS	35
2.2.1 Teoría de la ventaja comparativa.....	35
2.2.2 Teoría de la ventaja competitiva.	38
2.2.3 Teoría de la internacionalización de empresas.....	45
2.2.4 Tratados de Libre Comercio (TLC).	48
2.2.5 Manual de exportación.	51
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	53
2.3.1 Normativas de exportación.....	53
2.3.2 Logística de exportación.....	57
2.3.3 Procedimientos administrativos.....	64
2.3.4 Análisis de mercado.	69
2.3.5 Estrategias de promoción.....	72
2.4 MARCO LEGAL.....	76
2.5 SISTEMA DE VARIABLES.....	78
2.5.1 Variable nominal.....	78
2.5.2 Variable conceptual.	78
2.5.3 Variable operacionales.	79
2.6 MATRIZ DE CATEGORÍAS	80
CAPÍTULO III.....	82
3. MARCO METODOLÓGICO	82
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	82
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	82

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	83
3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS	84
3.5 TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	85
3.6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	86
3.7 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	89
3.8 CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	90
CAPÍTULO IV.....	91
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	91
4.1 NORMATIVAS FITOSANITARIAS, CERTIFICACIONES Y REQUISITOS TÉCNICOS EXIGIDOS POR LA EFTA PARA LA EXPORTACIÓN DE CACAO..	91
4.1.1 Requisitos sanitarios y fitosanitarios exigidos por la EFTA.....	91
4.1.2 Certificaciones obligatorias para la exportación (UTZ, Fair Trade, Rainforest Alliance).	98
4.1.3 Regulaciones sobre residuos químicos y trazabilidad en el cacao.....	104
4.2 PROCEDIMIENTOS LOGÍSTICOS, DOCUMENTALES Y ADMINISTRATIVOS NECESARIOS PARA EXPORTAR CACAO DESDE EL DEPARTAMENTO DEL CESAR HACIA LOS PAÍSES DE LA EFTA.....	110
4.2.1 Logística de exportación.....	110
4.2.2 Procedimientos administrativos.....	145
4.2.3 Desglose del proceso de exportación de cacao y su cumplimiento normativo.....	177
4.3 OPORTUNIDADES DE MERCADO, MECANISMOS DE PROMOCIÓN Y ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE PERMITAN POSICIONAR EL CACAO DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR EN EL MERCADO EFTA.	193
4.3.1 Análisis de mercado.	193
4.3.2 Estrategias de promoción.....	210

4.4 MANUAL DE EXPORTACIÓN ADAPTADO AL CONTEXTO DEL CACAO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR.	222
4.4.1 Referentes para el desarrollo del manual de exportación	222
4.4.2 Estructura del manual de exportación	223
CONCLUSIONES	225
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	229

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Normativa legal para el proceso de exportación.	76
Cuadro 2. Matriz de categorías.	80
Cuadro 3. Logos comparativos de UTZ.	99
Cuadro 4. Comparación de recomendaciones de fermentación.	117
Cuadro 5. Cajones utilizados para la fermentación.	118
Cuadro 6. Recomendaciones para el secado.	119
Cuadro 7. Tipos de secado.	120
Cuadro 8. Comparación de los modos de transporte.	128
Cuadro 9. Rutas marítima Colombia – Suiza.	133
Cuadro 10. Ruta aérea Colombia – Suiza.	134
Cuadro 11. Ruta marítima Colombia – Noruega.	137
Cuadro 12. Ruta aérea Colombia - Noruega.	139
Cuadro 13. Ruta marítima Islandia – Colombia.	142
Cuadro 14. Ruta aérea Colombia – Islandia.	143
Cuadro 15. Documentación aduanera antes de exportar desde Colombia.	147
Cuadro 16. Datos para el pago de certificado de inspección sanitario.	150
Cuadro 17. Oficinas del INVIMA ubicadas en sitios de control en primera barrera.	151
Cuadro 18. Documentación aduanera en Colombia al momento de exportar y después de exportar.	170
Cuadro 19. Documentos exigidos en los países de la EFTA.	176
Cuadro 20. Requisitos fisicoquímicos establecidos en la NTC 1252 (actualización 2021).	179
Cuadro 21. Especificaciones sensoriales establecidas en la NTC 1252 (actualización 2021).	180
Cuadro 22. Tolerancia máxima de metales pesados.	181
Cuadro 23. Tolerancia máxima de plaguicidas.	181
Cuadro 24. Tamaño de los granos de cacao.	182

Cuadro 25. Partida y desgrane de mazorca de cacao.	186
Cuadro 26. Clasificación para el cacao en grano de comercialización internacional.	188
Cuadro 27. Comercio bilateral entre Colombia y Suiza.....	195
Cuadro 28. Porcentaje de exportación de cacao Colombia – Suiza.	195
Cuadro 29. Comercio bilateral Colombia – Noruega.....	196
Cuadro 30. Porcentaje de exportación de cacao Colombia – Noruega.....	196
Cuadro 31. Comercio bilateral entre Colombia y Islandia.	197
Cuadro 32. Porcentaje de exportación de cacao Colombia – Islandia.	197
Cuadro 33. Demanda de cacao de Suiza.	199
Cuadro 34. Porcentaje de importación de cacao Suiza en el mundo.....	200
Cuadro 35. Demanda de cacao de Noruega.....	201
Cuadro 36. Porcentaje de importación de cacao Noruega en el mundo.....	201
Cuadro 37. Demanda de cacao de Islandia.	202
Cuadro 38. Porcentaje de importación de cacao Islandia en el mundo.	202
Cuadro 39. Segmentación de nichos de mercado para el cacao.....	207
Cuadro 40. Pasos para preparación en ferias comerciales.....	213
Cuadro 41. Itinerario de preparación para ferias.....	215

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Proceso logístico de exportación.-----	59
Ilustración 2. Pasos para identificar el nicho de mercado.-----	71
Ilustración 3. Procedimiento de la investigación.-----	89
Ilustración 4. Logo de Fairtrade.-----	101
Ilustración 5. Sello de Rainforest Alliance.-----	104
Ilustración 6. Herramientas para manipulación de mazorca de cacao.-----	112
Ilustración 7. Pila de mazorcas de cacao.-----	112
Ilustración 8. Corte de una mazorca de cacao.-----	113
Ilustración 9. Cosechador con silla para manipular la mazorca.-----	115
Ilustración 10. Recolector manipulando mazorca.-----	115
Ilustración 11. Recolector abriendo mazorca con herramienta.-----	115
Ilustración 12. Mazorca de cacao abierta.-----	115
Ilustración 13. Granos de cacao recién sacados de la mazorca.-----	115
Ilustración 14. Cacao en secado en polipropileno.-----	120
Ilustración 15. cacao secando en superficie de madera.-----	120
Ilustración 16. Túneles utilizados para el secado de cacao.-----	120
Ilustración 17. Túnel de secado en el interior.-----	121
Ilustración 18. Máquina para secado artificial de cacao.-----	121
Ilustración 19. Disposiciones para el etiquetado (Liechtenstein y Suiza).-----	122
Ilustración 20. Requisitos aplicables al etiquetado del cacao en grano en Islandia. -----	124
Ilustración 21. Etiquetado de embalaje de madera.-----	126
Ilustración 22. Transporte marítimo.-----	129
Ilustración 23. Transporte de carga aéreo.-----	130
Ilustración 24. Mapa conexión Colombia – Suiza.-----	131
Ilustración 25. Mapa conexión Colombia – Noruega.-----	136
Ilustración 26. Mapa conexión Colombia – Islandia.-----	140
Ilustración 27. Mapa conexión Colombia – Liechtenstein.-----	144

Ilustración 28. Clasificación arancelaria del cacao en grano. -----	147
Ilustración 29. Código de pago. -----	152
Ilustración 30. Costo por hectárea. -----	155
Ilustración 31. Modelo de factura única. -----	157
Ilustración 32. Criterios para contratar una agencia de aduanas. -----	164
Ilustración 33. Funciones de un agente de carga. -----	167
Ilustración 34. Tipos de cláusulas. -----	169
Ilustración 35. Granos de cacao en mazorca de cacao. -----	186
Ilustración 36. Fresh cocoa pods and fresh cocoa beans on cocoa leaf background. -----	186
Ilustración 37. El proceso de fermentación de granos de cacao frescos en un tanque. -----	186
Ilustración 38. Residuos de cacao. -----	186
Ilustración 39. Secado de granos de cacao. -----	189
Ilustración 40. Saco de fique para cacao. -----	190
Ilustración 41. Importadores de cacao. -----	194
Ilustración 42. Selección de una feria comercial. -----	212
Ilustración 43. Concepto de gastos. -----	213
Ilustración 44. Página AUMA. -----	218
Ilustración 45. Canales de distribución. -----	221

INTRODUCCIÓN

Partiendo de la idea de que “el comercio internacional no es un fin, sino un medio para el desarrollo” (Okonjo, 2021, como se citó en Tarazona, 2022) y considerando que los países con economías emergentes buscan expandir sus fronteras, los tratados de libre comercio constituyen oportunidades fundamentales para que las economías en desarrollo potencien su presencia en los mercados internacionales.

El cacao que se produce en Colombia es reconocido a nivel mundial y puede potenciar la economía de los departamentos productores. En ese contexto, el departamento del Cesar, que en los últimos años ha venido experimentando una transición energética, busca nuevas formas de economía. Diseñar una ruta estratégica que permita la expansión del mercado cacaoero se plantea, entonces, como una necesidad prioritaria para dinamizar la economía regional.

El presente estudio tiene como objetivo principal estructurar un manual de exportación del cacao producido en el departamento del Cesar, que sirva como guía práctica para los exportadores de la región. Este manual permitirá conocer la ruta a seguir para acceder a los mercados de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), aprovechando las disposiciones vigentes del tratado suscrito entre Colombia y dicha organización. En él se detallarán los procesos logísticos, documentales, así como los requisitos y normativas que deben cumplir tanto los exportadores como el producto para garantizar su ingreso a estos mercados. Adicionalmente, se incluirán estrategias eficientes de promoción comercial orientadas a posicionar el cacao producido en el Cesar en nuevos destinos.

La investigación se justifica desde cuatro enfoques. Desde el enfoque teórico, busca llenar un vacío en la literatura existente sobre los procesos de exportación de cacao desde el departamento del Cesar hacia la Asociación Europea de Libre

Comercio (EFTA). Desde un enfoque práctico, responde a una necesidad real del territorio, al brindar una herramienta útil para guiar a los exportadores en la internacionalización de su producto. Desde el enfoque social, contribuye al desarrollo económico y sostenible del departamento, ofreciendo alternativas productivas frente a la dependencia de fuentes energéticas no renovables. Por último, desde un enfoque metodológico, ya que recurre al basarse en fuentes oficiales y pertinentes para proponer una solución contextualizada.

Para la realización de la investigación como antecedentes, es preciso destacar a Arieta y Salas (2023), Quispe (2021), Martillo y Miller (2022), Arévalo et al. (2022), Cadena (2019) y por último Escobar et al. (2020), cuyos aportes resultan fundamentales para la estructuración de un manual de exportación. Estos estudios proporcionan recursos útiles en áreas como el uso de acuerdos comerciales internacionales y el procedimiento de exportación de productos agrícolas, proporcionando de esta manera referentes teóricos y prácticos esenciales para el desarrollo de este estudio.

La investigación tiene un enfoque cualitativo, porque la búsqueda de información, si bien no rechaza las cifras ni las estadísticas, no les concede el primer lugar (Deslauriers 2004), dándoselo a la información que se obtiene de fuentes oficiales que no se cambian a la interpretación del autor. Se clasifica como una investigación descriptiva porque “se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad.” (Guevara et al., 2020). Además, también se clasifica como documental, ya que la información que se recolectó se hizo a través de “las lecturas de documentos, revistas, libros, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos” (Guerrero, 2015, como se citó en Reyes y Carmona 2020, p. 1).

Asimismo, la investigación adopta un diseño bibliográfico, ya que la búsqueda de información fue un “conjunto de actividades encaminadas a localizar documentos

relacionados con un tema en concreto” (Universidad de la República [Uruguay], 2020). Las unidades de análisis se definieron con base en conceptos clave vinculados al objeto de investigación, los cuales fueron organizados y sistematizados mediante la técnica de fichaje, facilitando así una clasificación ordenada de la información recopilada.

Entre los principales resultados obtenidos en esta investigación, se identificaron y sistematizaron las normativas fitosanitarias, certificaciones y requisitos técnicos exigidos por la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) para la importación de cacao, incluyendo sellos como UTZ, Fair Trade y Rainforest Alliance, así como regulaciones sobre residuos químicos y trazabilidad. Se establecieron los procedimientos logísticos, documentales y aduaneros necesarios para exportar cacao desde el departamento del Cesar, desde su recolección hasta su distribución internacional.

Asimismo, se analizaron las oportunidades de mercado en países como Suiza, Noruega e Islandia, identificando sus niveles de demanda y preferencias de consumo. Finalmente, se diseñó una propuesta estructurada de manual de exportación que integra los aspectos técnicos, comerciales y normativos, sirviendo como guía práctica para productores y exportadores de cacao del departamento del Cesar interesados en acceder a estos mercados europeos bajo el marco del Tratado de Libre Comercio (TLC) con la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).

La presente investigación está estructurada en cuatro capítulos que desarrollan de manera progresiva sus distintos componentes. En el Capítulo I se centra la descripción, sistematización y formulación del problema; también, se plantean los objetivos tanto general como específicos, la justificación y la delimitación de la investigación. El Capítulo II abarca el marco teórico referencial de la investigación, se describen los antecedentes, las bases teóricas, el marco

conceptual y legal, la sistematización de categorías y la matriz categorial. En el Capítulo III, se aborda todo lo relacionado con el marco metodológico. Finalmente, en el Capítulo IV se desarrollan los objetivos específicos para el cumplimiento del objetivo general.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

En el contexto de la globalización y la apertura comercial, los Tratados de Libre Comercio (TLC) se han convertido en un instrumento clave para facilitar la inserción de productos en los mercados internacionales, primordialmente en aquellas economías en desarrollo que buscan diversificar su oferta para exportar y aumentar su competitividad (Krugman et al., 2018).

Estos acuerdos han brindado la oportunidad a los países de disminuir las fronteras arancelarias, ya que han facilitado el fortalecimiento de los vínculos de colaboración económica con otras naciones. Además, han brindado la oportunidad de ingresar a mercados demandantes con condiciones comerciales más favorables. Para Colombia, uno de los convenios clave es el Tratado de Libre Comercio firmado con la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), conformada por Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein.

Este bloque económico, caracterizado por una consolidada industria chocolatera, presenta una demanda en aumento de cacao fino de aroma, a causa de que sus condiciones climáticas no son propicias para la producción de este producto agrícola. De acuerdo con la Organización Internacional del Cacao (ICCO, 2022), en la EFTA se requieren más de 200.000 toneladas de cacao al año. Esto transforma a sus países miembros en importadores netos de cacao, generando una significativa oportunidad comercial para naciones productoras como Colombia, reconocida a nivel mundial por la calidad de su cacao.

En ese marco, Colombia ha comenzado a posicionar su cacao en el mercado europeo, especialmente en Suiza, país que en años recientes ha adquirido una

parte significativa del cacao colombiano para su sector. Sin embargo, estos beneficios no han sido repartidos de manera justa entre las zonas productoras del país. Aunque departamentos como Santander y Antioquia encabezan tanto la producción como la exportación, con un 45% y un 12% respectivamente, el departamento del Cesar solo logra el 2% de la producción nacional y constituye menos del 1% de las exportaciones de grano (Fedecacao, 2023). Esto evidencia una reducida presencia del departamento en los mercados internacionales, pese a tener condiciones agroclimáticas propicias para la producción de cacao.

La participación del departamento del Cesar en el comercio exterior se ve obstaculizada por varias razones. En primer lugar, los productores y comercializadores de cacao no cuentan con las certificaciones internacionales que requieren los países europeos, tales como UTZ, Fair Trade, Rainforest Alliance y Orgánica, así como el cumplimiento de normativas sanitarias y fitosanitarias que regulan la importación de cacao (European Food Safety Authority [EFSA], 2021; Rubio & Campos, 2020; Tovar et al., 2022).

A estas restricciones normativas se suman problemas logísticos y de infraestructura, como altos costos de transporte y almacenamiento, e infraestructura portuaria inadecuada, que aumentan los gastos de distribución (Correa, 2013). Adicionalmente, la falta de recursos económicos, la insuficiente formación en comercio exterior y la ausencia de planes de negocio para incursionar en los mercados europeos, lo cual disminuye la competitividad del sector cacaotero en la región (CAAC, 2018; ProColombia, 2022).

A diferencia de países como Ecuador y Perú, que han logrado posicionar su cacao en nichos de alto valor a través de la certificación de origen y estrategias de diferenciación, el cacao del departamento del Cesar aún no ha desarrollado una identidad comercial clara en el escenario internacional (TRIDGE, 2021). Esto ha generado una brecha frente a otros productores que ya aprovechan los

beneficios derivados de acuerdos como el TLC con la EFTA, consolidando relaciones comerciales estables y aumentando sus volúmenes de exportación. La falta de una estructura técnica y comercial sólida ha dejado rezagado al departamento del Cesar en este proceso de internacionalización.

Este panorama se agrava si se considera el contexto económico del departamento del Cesar, que atraviesa una transición estructural tras la caída de la minería del carbón, su principal actividad productiva. La reducción de la demanda internacional de carbón ha generado la urgencia de diversificar la economía regional hacia sectores más sostenibles y competitivos.

Según Parada (2021), “el mundo viene avanzando hacia una transición energética que, entre otros factores, ha contribuido con la disminución de la demanda de carbón, y eso ha tenido repercusiones económicas para los países que dependen de su exportación” (p. 14). En este escenario, el cultivo y exportación de cacao emerge como una alternativa viable de desarrollo económico, por su potencial agroindustrial, su capacidad de generar empleo rural y su alineación con prácticas ambientalmente responsables (Parada, 2021).

Frente a esta realidad, se vuelve fundamental dar a los cacaoteros del departamento del Cesar instrumentos que les sirvan de guía al exportar. El que no haya datos claros, ni instrucción especializada en el área de comercio exterior, así como el desconocimiento de lo que requiere el mercado europeo, dificulta mucho aprovechar las ventajas del acuerdo comercial con la EFTA. Es por esto por lo que, diseñar un manual de exportación de cacao que se ajuste a la situación del departamento del Cesar, surge como una necesidad prioritaria para disminuir los obstáculos técnicos y comerciales.

Este manual permitirá estructurar de manera clara los requisitos normativos, logísticos y documentales exigidos para exportar cacao a la EFTA, al tiempo que

brindará lineamientos sobre certificaciones, análisis de mercado y estrategias de promoción internacional. De esta forma, se espera no solo facilitar el acceso de los productores cesarenses a nuevos mercados, sino también consolidar al cacao del departamento del Cesar como un producto competitivo en el escenario internacional, contribuyendo al desarrollo económico y a la transformación productiva del departamento.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo se puede estructurar un manual de exportación de cacao producido en el departamento del Cesar que optimice las oportunidades comerciales y garantice el cumplimiento de los estándares exigidos por la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

¿Cuáles son las normativas y requisitos técnicos exigidos por la EFTA para la importación de cacao desde Colombia?

¿Qué procedimientos logísticos y administrativos deben cumplir los productores del Cesar para exportar cacao al mercado de la EFTA?

¿Qué certificaciones y estándares de calidad son requeridos para ingresar al mercado de la EFTA?

¿Qué estrategias de comercialización y promoción pueden facilitar la exportación del cacao producido en el departamento del Cesar en los mercados de la EFTA?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general.

Diseñar un manual de exportación de cacao producido en el departamento del Cesar bajo el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).

1.4.2 Objetivos específicos.

1. Examinar las normativas fitosanitarias, certificaciones y requisitos técnicos exigidos por la EFTA para la exportación de cacao.
2. Describir los procedimientos logísticos, documentales y administrativos necesarios para exportar cacao desde el departamento del Cesar hacia los países de la EFTA.
3. Identificar las oportunidades de mercado, los mecanismos de promoción y las estrategias de comercialización que permitan posicionar el cacao del departamento del Cesar en el mercado EFTA.
4. Elaborar un manual de exportación estructurado que incluya normativas, procesos logísticos y estrategias comerciales adaptadas al contexto del cacao producido en el departamento del Cesar.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El cacao es uno de los productos agrícolas más representativos de Colombia y posee un alto reconocimiento internacional por su calidad. En este contexto, el departamento del Cesar busca posicionarse como un actor clave en el mercado

cacaotero, aprovechando su potencial agroclimático y productivo. La firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) representa una oportunidad estratégica para que la región fortalezca su presencia en los mercados internacionales, especialmente en aquellos países europeos donde la demanda por cacao fino de aroma va en aumento.

Sin embargo, para que los productores y exportadores del departamento del Cesar puedan beneficiarse de las condiciones preferenciales que ofrece este acuerdo comercial, es necesario superar barreras técnicas, normativas y logísticas. El proceso de exportación conlleva una serie de exigencias relacionadas con la calidad e inocuidad del producto, el cumplimiento de normativas sanitarias y fitosanitarias, la documentación aduanera, y los estándares internacionales requeridos por los mercados europeos. En este sentido, se hace imprescindible contar con una herramienta orientadora que facilite la comprensión y aplicación de estos requisitos.

El presente trabajo busca dar respuesta a esta necesidad mediante la estructuración de un manual detallado de exportación de cacao desde el departamento del Cesar hacia los países de la EFTA. Este manual no solo abordará los aspectos técnicos, logísticos y regulatorios del proceso exportador, sino que también incluirá componentes clave como la sostenibilidad ambiental, el comercio justo y las oportunidades de valor agregado. Con ello, se pretende no solo facilitar el acceso del cacao producido en el departamento del Cesar al mercado europeo, sino también contribuir al desarrollo sostenible del sector, al fortalecimiento de su competitividad internacional y a la transformación económica de la región.

La presente investigación se justifica desde distintos enfoques que respaldan su pertinencia académica, práctica, social y estratégica para el desarrollo regional del departamento del Cesar.

Desde el *enfoque teórico*, el estudio aborda un vacío en la literatura académica y técnica sobre los procesos específicos de exportación de cacao desde el departamento del Cesar hacia los países miembros de la EFTA. Si bien se pueden encontrar investigaciones sobre las exportaciones en el sector agrícola y sobre tratados comerciales, son escasos los que se centran en el contexto del departamento del Cesar en relación con este acuerdo en particular, lo que pone de manifiesto la importancia de generar conocimiento aplicado y contextualizado. El estudio aportará un manual que organizará de forma sistemática los requisitos, procedimientos y normativas requeridas, lo que robustecerá el marco conceptual en torno al comercio exterior de productos agrícolas.

Desde el *enfoque práctico*, el diseño de este manual satisface una necesidad de los productores y exportadores de cacao en el departamento del Cesar, quienes se encuentran con obstáculos debido a la carencia de guía técnica, desconocimiento de las exigencias de los acuerdos comerciales y la falta de tácticas para acatar las regulaciones europeas. Esta herramienta ofrecerá una orientación precisa, comprensible y aplicable que simplifique la introducción de los productos cesarenses en el mercado europeo, mejorando los procesos de logística, regulaciones y comercio, y potenciando de esta manera su competitividad a nivel global.

Desde un *punto de vista social y económico*, la investigación puede producir efectos beneficiosos al aportar al crecimiento sostenible de la región. La puesta en marcha eficaz del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la EFTA puede resultar en creación de puestos de trabajo, incremento en los ingresos de los

pequeños productores y reactivación del sector agroindustrial del departamento del Cesar.

Además de lo anteriormente mencionado, el reconocimiento del cacao producido en el departamento del Cesar como producto de excelente calidad potencia la identidad productiva de la región y su aceptación en mercados internacionales rigurosos. Los principales beneficiarios de esta propuesta serán los agricultores, empresarios, gremios y autoridades locales, quienes dispondrán de recursos técnicos para tomar decisiones estratégicas en cuanto a exportación.

Adicionalmente, la investigación se sitúa en el marco de la *transición económica y energética* que experimenta el departamento del Cesar, debido a la reducción en la demanda internacional de carbón. En este contexto, el cacao emerge como una opción productiva factible, en consonancia con las metas de preservación ambiental y creación de trabajo en el campo. La propuesta, al fomentar prácticas agrícolas responsables y ambientalmente sostenibles, ayuda a fortalecer el tejido productivo regional y a establecer una economía más diversificada, resiliente y ecológica.

Desde la *perspectiva metodológica*, la investigación se basará en el estudio cualitativo de fuentes primarias y secundarias, además de en herramientas de recopilación de datos diseñadas para el contexto del departamento del Cesar. Este método facilitará la elaboración de un manual fundamentado, relevante y ajustado a las demandas reales del sector.

Finalmente, la investigación aportará al *desarrollo de teorías* relacionadas con la exportación agrícola bajo acuerdos comerciales internacionales, proporcionando datos empíricos y ejemplos concretos que respalden o desafíen teorías existentes en el campo del comercio internacional y la agricultura. Además, se apoyará en la teoría del comercio internacional y en los tratados de libre comercio

como marco conceptual para respaldar la importancia de maximizar las oportunidades comerciales y reducir las barreras en el proceso de exportación, especialmente en sectores estratégicos como la industria del cacao.

1.6 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 Delimitación temática. La presente investigación se enmarca en la línea potencial de “Comercio Exterior Agroalimentario y Seguridad Alimentaria” y en la línea operativa “Exportación e Importación de materias primas” del programa de Comercio Internacional de la Universidad Popular del Cesar.

1.6.2 Delimitación espacial. La investigación se desarrollará en el departamento del Cesar, con enfoque específico en los municipios productores de cacao.

1.6.3 Delimitación temporal. El periodo de ejecución de la investigación fue de un (1) año, comprendido entre junio de 2024 y junio de 2025.

1.6.4 Delimitación poblacional. La población objetivo de esta investigación está conformada por los productores y comercializadores de cacao del departamento del Cesar que participan en procesos de exportación o tienen potencial para hacerlo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Arrieta y Salas (2023), en su trabajo investigativo “Propuesta de un manual técnico de procedimientos para la exportación definitiva de atún enlatado en la Compañía Enlatadora de Atún S.A. ubicada en Chomes de Puntarenas para el periodo 2022”, tuvieron como objetivo proponer un manual técnico de procedimientos para la exportación definitiva de atún enlatado en la Compañía Enlatadora de Atún S.A. ubicada en Chomes de Puntarenas para el periodo 2022, con la finalidad establecer los pasos para llevar a cabo las transacciones comerciales de manera exitosa en Centroamérica.

En el desarrollo de dicha investigación se empleó diversas referencias, entre las consultadas se encuentran los trabajos de Arce (2017), Barrantes y Gómez (2017), Cabrera (2020), Ruano (2016), Trujillo (2021), Velásquez (2005) y Sánchez (2016). En cuanto a la metodología que utilizaron para el desarrollo de la investigación fue un tipo de investigación cualitativa, con un método descriptivo.

Este estudio, al servir como antecedente de la investigación, ofrecería un recurso estructurado que funcionaría como una guía integral para la elaboración de un manual de exportación. En este sentido, proporcionará información sobre cada uno de los procesos implicados en dicho desarrollo, abarcando tanto los aspectos normativos y regulatorios necesarios para cumplir con los requisitos legales, como los procedimientos logísticos esenciales para garantizar una exportación eficiente y efectiva.

Quispe (2021) en su trabajo de titulación “Manual de exportación de café boliviano (Coffea arábica) Chile – Iquique”, tuvo como objetivo elaborar un manual de exportación de café boliviano a Chile, analizando mecanismos logísticos y comerciales, para facilitar la información a los caficultores, identificando pasos y documentación para el proceso de exportación y, describiendo cada una de estas, de acuerdo con las normativas nacionales e internacionales (leyes, normas).

Los referentes que utilizaron fueron Silvestre (2019), SAGARPA (2011), Manzaneda (2019). Para el desarrollo de la investigación se utilizó la metodología cualitativa y las diferentes técnicas; como la exploración teórica, las entrevistas estructuradas, semiestructuradas e informales, donde la postura conceptual de las diferentes visiones fue estudiada y analizada para llegar a las diferentes conclusiones del trabajo.

Este antecedente contribuye al presente estudio al ofrecer un marco metodológico y estructural adaptable para la elaboración del manual de exportación de cacao del departamento del Cesar. El análisis sobre la exportación de café boliviano a Chile proporciona una descripción detallada de los procesos logísticos, normativos y comerciales esenciales para ingresar a un mercado internacional.

Su enfoque cualitativo, que combina una revisión teórica con la aplicación de entrevistas estructuradas y semiestructuradas, constituye una guía práctica para la sistematización de la información y el cumplimiento de los requisitos legales e internacionales. Estos elementos resultan fundamentales para garantizar la efectividad del proceso exportador del cacao producido en el departamento del Cesar en el marco del Tratado de Libre Comercio con la EFTA.

Martillo y Miller (2022), en su proyecto de investigación “Exportaciones de banano ecuatoriano hacia el mercado de Suiza, mediante firma de acuerdo con la Asociación Europea De Libre Comercio. Periodo 2018-2021”, tuvo como objetivo analizar por medio de un estudio comparativo las exportaciones del banano ecuatoriano hacia el mercado suizo previo y posterior a la firma del acuerdo con la Asociación Europea de Libre Comercio, durante el periodo 2018-2021.

Los fundamentos teóricos empleados para el desarrollo de la investigación fueron: Zavala (2016), Krugman & Obstfeld (2006), SIPPO (2021), la Teoría del beneficio absoluto de Adam Smith y la Teoría del beneficio comparativo de David Ricardo. La metodología empleada en este estudio fue de carácter documental y exploratorio, con un enfoque de investigación mixto. Esto se debe a que se llevó a cabo la recolección de datos que luego se examinaron, proporcionando información en un área nunca explorada. Además, se emplearon como técnica e instrumentos la observación y la búsqueda bibliográfica.

La investigación llevada a cabo acerca de las exportaciones de bananas de Ecuador al mercado suizo, bajo un convenio con la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), durante el periodo 2018-2021, proporcionará a este estudio un contexto relevante y lecciones sobre ciertas condiciones para el ingreso de productos agrícolas en el territorio europeo bajo los criterios establecidos por la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).

Este precedente proporciona una contribución metodológica, ya que los métodos y enfoques empleados para elaborar un manual de exportación, pueden ser utilizados en la creación del manual de exportación de cacao elaborado en el departamento del Cesar bajo el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA). La configuración y el estudio utilizados para detallar los procedimientos de exportación, la documentación

necesaria y las regulaciones legales podrían ser ajustados al escenario del cacao producido en el departamento del Cesar y las normativas de la EFTA.

Arévalo et al. (2022), en su trabajo investigativo “Proceso de exportación para el cacao en grano desde Colombia” tuvo como objetivo elaborar un plan exportador de cacao en grano de origen colombiano para la incursión y el posicionamiento en el mercado del país alemán. Con este trabajo buscaban establecer los procedimientos que se deben tener en cuenta al momento de decidir exportar cacao en grano desde Colombia hacia territorio europeo.

Los autores y fuentes que sirvieron de base para el desarrollo de la investigación fueron: Fedecacao (2021), Procolombia (2018), Cuídate plus (2020), Martínez & Herrera (2015), PIC-Cargo (2022). Respecto a la metodología, se utilizó una investigación descriptiva de diseño cualitativo. Para la recopilación de datos, se recurrió a fuentes secundarias, adquiridas mediante un análisis bibliográfico. Este método facilitó la recolección de información significativa acerca del entorno del cacao en Colombia y las condiciones para su exportación, proporcionando una base teórica y contextual valiosa para la elaboración del manual.

Este antecedente proporciona una base sólida de conocimientos y recomendaciones prácticas que enriquecen significativamente el diseño del manual de exportación de cacao desde el departamento del Cesar hacia los países miembros de la EFTA, ya que traza algunos procedimientos nacionales para exportar desde Colombia.

Cadena (2019), en su monografía titulada “Oportunidades del cacao y sus derivados en el segmento agroindustrial a través de los diferentes tratados de libre comercio” tuvo como objetivo identificar las oportunidades del sector agroindustrial del cacao colombiano en el mercado mundial, a través de los tratados, acuerdos y alianzas en los que Colombia se ha suscrito.

Las fuentes utilizadas para tomar la información fueron: Contreras Pedraza (2017), Organización Internacional del Cacao (ICCO), Instituto Colombiano Agropecuario [ICA] (2009, 2017), Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia (2018), FEDECACAO (Federación Nacional de Cacaoteros) y acuerdos internacionales y tratados de libre comercio, vigentes en años recientes, como 2017 y 2018. El método empleado se basó en un enfoque cuantitativo, en el que se recopilarán datos acerca de la cadena productiva del cacao y las variables del comercio internacional del producto, con el objetivo de llevar a cabo un análisis descriptivo mediante gráficos.

Este antecedente aporta a la investigación un análisis más amplio sobre las oportunidades de exportación del cacao, permitiendo examinar cómo los diferentes tratados de libre comercio influyen en estas oportunidades. También permite evaluar el impacto de la exportación en el desarrollo local, brindando así una visión integral y detallada de los desafíos y beneficios asociados a la comercialización internacional del producto de cacao.

Escobar et al. (2020), en su trabajo investigativo “Oportunidades comerciales que ofrece el EFTA para la exportación de rosas colombianas a Noruega”, tuvo como objetivo analizar las oportunidades que ofrece el Acuerdo de Libre Comercio entre la EFTA y Colombia para el sector floricultor, específicamente en cuanto a la exportación de rosas a Noruega, durante el período 2014 a 2018. Además, busca identificar los beneficios que obtiene Colombia mediante la entrada en dicho acuerdo, destacando cómo esta relación comercial potencializa las exportaciones del sector y contribuye al crecimiento económico del país.

Las referencias utilizadas para esta investigación fueron los autores Oviedo y Rodríguez (2009), Jiménez Lorduy (2011), Galindo y Jurado (2012), Sánchez (2018), López (2020), Solano (2020). La metodología utilizada en el documento es de carácter cualitativo, enfocada en la recolección y análisis de datos

pertinentes a los países involucrados, con el objetivo de analizar las oportunidades que ofrece el TLC con la EFTA para el sector floricultor. Este enfoque permitió comprender las relaciones comerciales, recursos disponibles y ventajas comparativas entre Colombia y Noruega, mediante un análisis descriptivo que examinó las propiedades del producto, el mercado noruego, así como los beneficios del acuerdo.

El enfoque utilizado en la investigación de las posibilidades del Tratado de Libre Comercio (TLC) con la EFTA para las exportaciones de rosas representa un aporte significativo a la investigación del manual de exportación de cacao del departamento del Cesar. Este método ofrece un marco de estudio valioso para entender las relaciones bilaterales, los beneficios comerciales y las condiciones del mercado de Noruega.

Asimismo, permite caracterizar el producto, identificar barreras y oportunidades específicas para el cacao, y adaptar estrategias de ingreso en el contexto del acuerdo, siguiendo una lógica similar a la aplicada en el sector floricultor. Además, esta metodología facilita la evaluación del potencial del tratado para fortalecer la competitividad, la diversificación y la sostenibilidad de la cadena productiva del cacao en el Cesar, apoyando así la elaboración de un manual basado en un análisis detallado y contextualizado de los beneficios que ofrece dicho convenio para este sector.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Teoría de la ventaja comparativa. La teoría de la ventaja comparativa, propuesta por David Ricardo en 1817, constituye uno de los pilares del comercio internacional. Según esta teoría, los países pueden beneficiarse mutuamente del intercambio comercial cuando se especializan en la producción de bienes en los que tienen un costo de oportunidad relativamente menor (Ricardo, 1817). Es

decir, un país tiene ventaja comparativa si puede producir un bien a un costo relativo inferior al de otros países, incluso si no es el más eficiente en términos absolutos. El costo de oportunidad se refiere al valor de la mejor alternativa que se deja de lado al tomar una decisión (Mankiw, 2020).

Cely y Parra (2017) destacan que:

Cada país debería especializarse en el producto que tiene ventaja comparativa, y debido a que no solamente quieren suplir sus necesidades por medio de este único producto, es necesario y efectivo el intercambio de productos con otros países que tengan la ventaja comparativa en bienes diferentes. (p. 10)

En la misma línea, Santaella (2021) también sostiene que esta teoría continúa vigente, ya que favorece a los productores con ventajas relativas, al mismo tiempo que impulsa una utilización más eficaz y racional de los recursos disponibles a nivel internacional, promoviendo así una mayor eficiencia en la asignación global de dichos recursos.

Autores como Krugman y Obstfeld (2006) han ampliado el concepto al integrar elementos como las economías de escala y la diferenciación de productos. Según estos autores, los países pueden desarrollar ventajas comparativas dinámicas mediante la acumulación de capital humano y la innovación tecnológica, lo cual permite diversificar y sofisticar su oferta exportadora. Asimismo, Acemoglu et al. (2011) argumentan que la globalización y el cambio tecnológico han transformado las ventajas comparativas tradicionales, haciendo que estas sean más dinámicas y sujetas a rápidos cambios debido al avance de la automatización y a la evolución en la demanda de habilidades.

El modelo de Heckscher-Ohlin, el cual fue planteado por los economistas suecos Eli Heckscher (1919) y Bertil Ohlin (1933), constituye una extensión de la teoría ricardiana. Dicho modelo presenta en un inicio que “los países se especializan en la producción y exportación de aquellos productos que hacen uso intensivo de los factores de producción relativamente abundantes” (Bianco, 2019, p. 10), es decir que los países aprovechan lo que tienen en mayor cantidad o más barato (su ventaja comparativa) y se especializan en producir y exportar bienes que necesitan mucho de esos recursos.

En este sentido, las ventajas comparativas emergen de la dotación de recursos como tierra, trabajo o capital. Lugones (2012, como se citó en Bianco, 2019) sostiene que estas ventajas se originan en la abundancia o escasez relativa de factores productivos entre países, y en la intensidad con que estos factores se emplean para producir determinados bienes.

Este marco teórico encuentra una aplicación concreta en el contexto colombiano, específicamente en el departamento del Cesar, donde las condiciones agroecológicas otorgan una clara ventaja comparativa en la producción de cacao. Factores como un clima favorable, suelos fértiles y una experiencia acumulada en el cultivo del cacao permiten una producción eficiente, reduciendo el costo de oportunidad frente a otros países que carecen de estas condiciones.

En este sentido, aplicar la teoría de la ventaja comparativa permite identificar los atributos que hacen competitivo al cacao producido en el departamento del Cesar, y orientar estrategias para posicionarlo en mercados internacionales. La entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) refuerza este potencial exportador, al eliminar barreras arancelarias y facilitar el acceso del cacao colombiano a dichos mercados.

Para consolidar su posición en el mercado internacional, el departamento del Cesar puede implementar las siguientes estrategias: optimización de procesos productivos y mejora de la calidad del cacao; obtención de certificaciones internacionales que avalen su sostenibilidad (orgánica, comercio justo, entre otras); promoción activa del cacao producido en el departamento del Cesar destacando sus atributos diferenciales; aprovechamiento de acuerdos comerciales como el TLC con la EFTA para acceder con mejores condiciones arancelarias.

Adicionalmente, las empresas cacaoteras pueden construir y sostener una ventaja comparativa a través de la inversión en tecnologías avanzadas para hacer más eficientes y de mayor calidad los procesos productivos; la contratación y formación de especialistas en la producción y procesado del cacao; la localización estratégica en regiones con acceso a materias primas de alta calidad; y la conformación de alianzas con distribuidores y comerciantes en mercados clave, entre ellos los países integrantes de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).

2.2.2 Teoría de la ventaja competitiva. Porter (como se citó en Pérez, 1991), sostiene que la ventaja competitiva es la característica distintiva que diferencia a un país en términos competitivos, otorgándole singularidad en el mercado. Porter identifica tres formas principales de destacar sobre competidores: mediante precios más bajos, diferenciación y enfoque (Rodríguez, 2022). La primera, se enfoca en convertirse en el productor de menor costo en la industria. Para las empresas cacaoteras, esto puede implicar la optimización de procesos de producción, la reducción de costos operativos y el uso eficiente de los recursos naturales y humanos.

La segunda, consiste en ofrecer productos o servicios únicos que se perciban como superiores en el mercado. Las empresas cacaoteras pueden diferenciarse

a través de la calidad excepcional del cacao, métodos de producción sostenibles, certificaciones orgánicas y prácticas de comercio justo, y por el desarrollo de sabores únicos y exclusivos que atraigan a consumidores exigentes.

Y la tercera, se centra en atender las necesidades de un segmento específico del mercado. Las empresas cacaoteras pueden optar por enfocarse en mercados nicho, como consumidores de productos gourmet o mercados que valoran los productos sostenibles y éticos. Esto puede implicar la producción de ediciones limitadas de cacao de alta calidad, dirigidas a chocolaterías artesanales en mercados de la EFTA.

En este contexto, se reconoce que los países tienen atributos únicos que los destacan en el mercado internacional. Aplicada a la exportación de cacao producido en el departamento del Cesar bajo el Tratado de Libre Comercio con la EFTA, esta teoría adquiere importancia al considerar cómo el cacao del departamento del Cesar se distingue y resulta ventajoso en comparación con otras ubicaciones.

Además, Porter presentó un sistema denominado “el diamante de Porter”, el cual tiene como principal objetivo “facilitar la comprensión de la ventaja competitiva que tienen las empresas en el contexto de la industria y la nación en la que operan” (Tsiligiris, 2018; Sorasart Sukcharoensin, 2016, como se citó en Culqui y Suárez, 2019).

En esa misma línea, Rajiv Sharma (2017) y Tsiligiris (2018) (como se citó en Culqui y Suárez, 2019), plantean que “el diamante se encuentra estructurado por 5 determinantes que son: las condiciones de los factores, las condiciones de la demanda, las industrias relacionadas y de apoyo, la estrategia de la empresa, estructura y rivalidad y eventos gubernamentales” (p. 695).

Las condiciones de los factores son los recursos disponibles en un país o región que influyen en su competitividad. Incluyen factores básicos como el clima, la ubicación geográfica y la mano de obra, y factores avanzados como el conocimiento, las habilidades y la tecnología. Estos recursos pueden atraer inversión y sostener ventajas a largo plazo (Zhang & Londres, 2013; Sharma, 2017; Tsiligiris, 2018; como se citó en Culqui y Suárez, 2019).

Mientras que, las condiciones de la demanda se refieren a las características del mercado interno, como su tamaño, exigencia y nivel de sofisticación. Una demanda local exigente impulsa a las empresas a innovar, mejorar la calidad y adoptar estándares más altos (Zhang & Londres, 2013; Sharma, 2017; Tsiligiris, 2018; como se citó en Culqui y Suárez, 2019).

Lo referente a las industrias relacionadas y de apoyo, hace hincapié a los sectores o instituciones que están conectados con una industria principal y que contribuyen a su productividad e innovación. Esta proximidad entre proveedores y empresas genera flujos de conocimiento, mejoras tecnológicas y competitividad (Zhang & Londres, 2013; Sharma, 2017; Tsiligiris, 2018; como se citó en Culqui y Suárez, 2019).

En cuanto a las estrategias, estructura y rivalidad de la empresa, hace referencia a cómo se crean, organizan y administran las empresas, así como al nivel de competencia interna. Esto representa una fuerte rivalidad nacional la cual impulsa mejoras continuas, mientras que la cultura y el entorno económico influyen en la forma en que las empresas se desarrollan (Zhang & Londres, 2013; Sharma, 2017; Tsiligiris, 2018; como se citó en Culqui y Suárez, 2019).

Por último, el gobierno actúa como impulsor y regulador de la competitividad, al establecer políticas que estimulan el rendimiento y reducen riesgos económicos. Por su parte, los eventos fortuitos, aunque no controlables, pueden representar

oportunidades si las empresas logran adaptarse con eficacia (Lee & Karpova, 2011; Zhang & Londres, 2013; Sharma, 2017; Tsiligiris, 2018; Sukcharoensin, 2016. Cómo se citó en Culqui y Suárez, 2019).

Aplicado al ámbito de la investigación se puede determinar que el diamante permite analizar las condiciones que hacen competitivo al cacao producido en el departamento del Cesar frente a mercados internacionales, como los países de la EFTA. En cuanto a las condiciones de los factores, el Cesar cuenta con suelos fértiles, clima favorable y mano de obra con experiencia en cultivos de cacao, lo que proporciona ventajas naturales para el desarrollo del cacao.

Las condiciones de la demanda también son favorables, ya que existe un creciente interés internacional, especialmente en Europa, por productos como el cacao fino de aroma, orgánico y con trazabilidad. Esto impulsa a los productores a mejorar sus prácticas para cumplir con estándares exigentes. En relación con las industrias relacionadas y de apoyo, en la región se encuentran cooperativas, asociaciones de productores y entidades como Fedecacao y ProColombia, que ofrecen capacitación, acompañamiento técnico y apoyo para la exportación. Aunque la infraestructura logística aún debe fortalecerse, existen bases para su desarrollo.

Respecto a la estrategia, estructura y rivalidad, los pequeños y medianos productores del departamento del Cesar comienzan a organizarse mejor a través de asociaciones, lo cual fomenta la cooperación, la innovación y una competencia saludable que mejora la calidad del producto. Finalmente, el gobierno ha sido un actor clave, promoviendo el cacao como producto estratégico para la exportación mediante incentivos, apoyo técnico y tratados como el TLC con la EFTA. A esto se suman oportunidades externas como la creciente demanda por productos sostenibles, que posicionan al cacao

producido en el departamento del Cesar como una opción atractiva en los mercados europeos.

Porter también describe cinco fuerzas que permiten “analizar la competencia dentro una industria” (Galindo, 2024). Estas fuerzas son: rivalidad entre competidores existentes, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores, amenaza de nuevos participantes y amenaza de productos sustitutos (Luz Then et al., 2014; Porter, 2008).

En el marco de este estudio, las cinco fuerzas competitivas de Porter facilitan la comprensión de las dinámicas a las que se enfrentan las empresas de cacao en su entorno. Primero, la competencia entre los competidores actuales puede ser significativa, particularmente en un mercado internacional donde varias empresas batallan por establecerse. En este contexto, es crucial que las empresas de cacao elaboren estrategias de diferenciación, ya sea a través de la calidad del producto, la disminución de costos o la concentración en sectores específicos.

En segundo lugar, la capacidad de negociación de los proveedores de insumos puede influir directamente en los gastos de producción. Para contrarrestar esta influencia, las empresas de cacao pueden construir vínculos fuertes y duraderos con sus proveedores, diversificar sus fuentes de abastecimiento o incluso invertir en la producción propia de determinados insumos estratégicos.

La tercera fuerza corresponde al poder de negociación de los compradores, especialmente en los mercados exigentes, como la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), en el que los clientes a menudo tienen altas expectativas y una fortaleza significativa al tomar decisiones. En este contexto, es clave que las empresas de cacao construyan una relación segura con los clientes,

proporcionen productos de alta calidad y diferentes servicios que ayuden a aumentar la lealtad de los clientes y minimizar los precios.

En cuarto lugar, la amenaza de productos sustitutos representa un riesgo, porque hay alternativas para el cacao como el algarrobo o el cacao sintético. Para enfrentar esta situación, las empresas deben centrarse en innovaciones continuas, diversificar su cartera y mejorar los estándares de calidad para mantener la competitividad con estas alternativas.

Por último, la amenaza de nuevos entrantes al mercado también puede incrementar la presión en el mercado, en particular cuando las barreras de entrada al mercado son bajas. En este contexto, las empresas cacaoteras deben continuar fortaleciendo las barreras de entrada con la diferenciación de los productos y la calidad ofrecida, inversión en innovación, en la optimización de sus procesos productivos y en la obtención de certificaciones internacionales que hagan más complejo la entrada de nuevos competidores.

Si se considera el enfoque de la cadena de valor, un marco analítico relevante para conceptualizar la ventaja es posible descomponer las operaciones internas de la empresa y ver cuáles de ellas aportan un mayor valor al cliente. En el caso de las empresas cacaoteras, la producción agrícola es la primera etapa relevante: la adopción de técnicas sostenibles y eficientes permite mejorar el rendimiento y preservar los recursos naturales y el producto de entrada.

El procesado es la siguiente fase, donde la innovación tecnológica y la incorporación de técnicas especializadas pueden mejorar la textura, el sabor y otros aspectos diferenciadores del producto, lo que les permite a las empresas competir en mercados internacionales y priorizar nichos de alto valor. Posteriormente, la logística garantiza que el cacao esté en condiciones idóneas

al momento de la comercialización, optimizando su textualidad, sabor, aroma y otros factores organolépticos.

Finalmente, la comercialización juega un papel relevante; el énfasis en la historia, características y material de origen del cacao producido en el departamento del Cesar puede crear un vínculo emocional con los consumidores, aumentar su percepción de valor y abrir oportunidades en segmentos premium. Al mismo tiempo, un enfoque al cliente personalizado y eficiente permite a la empresa emplear una ventaja relacional para mejorar su posición en el mercado haciéndoseles atractivos a los vendedores.

En un entorno internacional dinámico, por lo tanto, es vital que las empresas del sector impulsen continuamente la innovación en sus productos, así como en sus procesos y modelos de negocio. Esto podría incluir el desarrollo de nuevos derivados del cacao, como manteca, licor o productos funcionales; la adopción de tecnologías más sostenibles que disminuyan los costos y mejoren la trazabilidad; o estrategias comerciales que tengan una mayor integración vertical al trabajar directamente con los productores, o se dirijan a segmentos especializados. Además de ayudar a la industria a adaptarse a los cambios del mercado, estas innovaciones mejoran su competitividad y promueven su crecimiento a largo plazo y sostenible.

En cuanto a la perspectiva estratégica, la teoría empresarial destaca la importancia de identificar y aprovechar los atributos diferenciales que permiten a las empresas prosperar en mercados internacionales. Por lo tanto, en relación con el presente proyecto, es primordial determinar cómo la alta calidad sensorial, el proceso artesanal y las condiciones agroecológicas del cacao producido en el departamento del Cesar pueden convertirse en los elementos centrales de una estrategia de diferenciación.

Con mayor claridad, el manual de exportación propuesto señala estos atributos únicos y, al hacerlo, brinda pautas claras sobre cómo se deben comunicar y certificar sus cualidades auténticas a los compradores. Es probable que esto no solo aumente el acceso del cacao del departamento del Cesar a los mercados de la EFTA, sino que también afiance su reputación como un producto sostenible y de alta calidad competitivo.

2.2.3 Teoría de la internacionalización de empresas. El desarrollo de esta teoría a lo largo de los años aborda cómo las organizaciones pueden expandirse y operar en mercados extranjeros, proporcionando un marco para entender los factores que influyen en las decisiones de internacionalización, las estrategias de entrada a mercados extranjeros y la adaptación a contextos culturales, legales y económicos diversos (Ruff, 2018).

En el contexto de la investigación sobre la exportación de cacao producido en el departamento del Cesar hacia la EFTA, esta teoría brinda orientación sobre cómo seleccionar mercados objetivos apropiados, establecer relaciones comerciales efectivas y sortear los desafíos de la entrada en un mercado internacional, en línea con las regulaciones y particularidades locales. Las empresas buscan internacionalizarse para acceder a nuevos mercados, diversificar riesgos, aprovechar economías de escala, y explorar oportunidades de crecimiento y rentabilidad que no están disponibles en sus mercados maternos.

La internacionalización de empresas se puede entender a través de diversos modelos teóricos que explican cómo las empresas expanden sus operaciones a mercados internacionales. Uno de los enfoques más reconocidos es el modelo de Uppsala, desarrollado por Johanson y Vahlne (1977, 2009), el cual se basa en un proceso incremental y experiencial caracterizado por un mayor compromiso y acumulación de conocimiento a lo largo del tiempo (Figueira-de-

Lemos y Ferreira, 2024; Hult et al., 2019). Partiendo de lo anterior, puede afirmarse que este modelo sugiere que las empresas se expanden a mercados internacionales de manera gradual, comenzando con mercados cercanos y menos inciertos antes de aventurarse en mercados más lejanos y complejos.

Por otro lado, está el modelo de red de relaciones, propuesto por autores como Johanson y Mattsson (1988), el cual explica que las empresas se internacionalizan a través de las redes de contactos y relaciones comerciales. Este enfoque es particularmente relevante para las PYMES de los países en desarrollo, ya que ayuda a superar las limitaciones y acelera el proceso de internacionalización (Montenegro-Arcila, 2021; Zárate, 2013). En otras palabras, el modelo subraya las conexiones entre las empresas en el proceso de expansión internacional.

Por último, el modelo de internacionalización por etapas describe un proceso secuencial en el que las empresas experimentan varias fases: introducción, cuando empiezan a actuar internacionalmente; crecimiento, consolidación y expansión; madurez, estabilidad y competitividad consolidada; y declive o rediseño, fase que obliga a modificarse o renovarse para seguir siendo relevante. Teóricamente, este planteamiento se relaciona con el ciclo de vida del producto internacional propuesto por Vernon (1966) y otros modelos de entrada estratégica como el de Root en (1994).

Para una empresa cacaotera que busca internacionalizarse, estos modelos proporcionan un marco útil para desarrollar una estrategia de entrada al mercado. Por ejemplo, utilizando el Modelo de Uppsala, la empresa podría comenzar exportando a mercados cercanos antes de expandirse a regiones más distantes. También, el modelo de red de relaciones puede ayudar a las empresas a construir relaciones clave con distribuidores y clientes en mercados

internacionales. Por último, la evaluación de costos y beneficios es crucial para asegurar que la internacionalización sea económicamente viable y sostenible.

Las empresas pueden emplear diversas estrategias para ingresar a mercados extranjeros, cada una con sus propias ventajas y desventajas. Una opción común son las exportaciones directas las cuales implican vender productos directamente a clientes extranjeros, ofreciendo control directo, pero con mayores costos logísticos. Las exportaciones indirectas usan intermediarios, reduciendo riesgos y costos iniciales, pero con menor control. Las licencias permiten a empresas extranjeras usar la tecnología o marca a cambio de regalías, facilitando la expansión rápida, pero con riesgo de pérdida de control sobre la calidad.

También existen las llamadas joint ventures, que son una forma común de colaboración entre empresas, en particular para expandirse a nuevos mercados e implementar estrategias globales (Harrigan, 2017; Gattai y Natale, 2017). Se plantean como “una herramienta clave para que las empresas internacionales compartan riesgos, aprovechen sinergias y accedan a mercados locales con el apoyo de socios estratégicos” (RRYP Global, 2025, párr. 4).

Según Horta (como se citó en Peñaloza & Rincón, 2014), en las decisiones de internacionalización se requiere analizar tanto los factores internos como los externos. Internamente, se refieren a los “aspectos estructurales de las empresas, ejemplo de lo cual son: tamaño, edad, tecnología y organización interna, entre otros. Estos constituyen las diferentes capacidades que permiten a una organización competir apropiadamente en los mercados internacionales” (Aaby y Slater, 1989; Zou y Stan, 1998; Leonidou et al., 2002; Voerman, 2004; como cito en Peñaloza & Rincón, 2014, p. 261). Externamente, “las empresas se desenvuelven en contextos macroeconómicos, políticos, legales y sociales

que afectan sus operaciones” (Porter, 1990; Meyer y Stamer, 2005; como se citó en Peñaloza & Rincón, 2014, p. 263).

La estabilidad económica y política, así como la calidad de la infraestructura logística, también afecta significativamente la expansión internacional. Un entorno económico y político predecible reduce los riesgos asociados a las inversiones extranjeras y genera mayor confianza entre los actores del comercio internacional. Comprender estos factores permite a las empresas desarrollar estrategias efectivas en los mercados extranjeros.

2.2.4 Tratados de Libre Comercio (TLC). Van Den Berghe (2014) define los Tratados de Libre Comercio (TLC) como:

Convenios comerciales que se firman entre dos países o entre un país y un grupo o unión de países, con el objetivo de incrementar su comercio internacional de bienes y servicios y mejorar sus relaciones comerciales y financiera mediante: la disminución de los trámites burocráticos en lo pertinente a las exportaciones e importaciones entre los países firmantes del convenio; la eliminación de los impuestos aduaneros; y, el incremento paulatino de las cuotas de importación de algunos productos, especialmente los agrícolas. (p. 31)

En una línea similar, Corvo (2023) los define como “un acuerdo multinacional, conforme con el derecho internacional, para formar una zona de libre comercio entre los Estados cooperantes. Los TLC pueden ser un primer paso hacia la integración económica” (p. 1). Por su parte, Alami (2023) subraya que:

Es un acuerdo comercial entre dos o más países que establece reglas claras para el comercio entre ellos. Los TLC tienen como objetivo eliminar o reducir los aranceles y otras barreras comerciales entre los países que

los han firmado. Estos acuerdos también pueden incluir disposiciones relacionadas con la propiedad intelectual, los servicios y la inversión. (p. 3)

Además, los TLC reducen los procedimientos aduaneros y las regulaciones, al mismo tiempo que facilitan el flujo de bienes y servicios entre los países que han suscrito el acuerdo. Por otro lado, los acuerdos resultan en la protección de los derechos, la reducción de la inversión extranjera y la cooperación económica.

En la misma línea, los Tratados de Libre Comercio (TLC) pueden impulsar el crecimiento económico al fomentar el comercio, atraer inversión extranjera y desarrollar industrias locales mediante acceso a mercados internacionales. También pueden generar empleo y contribuir al desarrollo sostenible al promover prácticas comerciales responsables. La afirmación anterior es respaldada por la Unidad Latina (2023), donde expresan que:

Estos tratados fomentan un intercambio comercial más libre y fluido, promoviendo la competitividad y el crecimiento económico de los países involucrados. En América Latina, y particularmente en América del Sur, los TLC han jugado un papel crucial en la integración económica regional y global. (p. 1)

Por otra parte, un caso concreto es el acuerdo firmado por Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA). Así, de acuerdo con ProColombia (2017), el acuerdo facilita la exportación de bienes a países como Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza, otorgando ventajas arancelarias y condiciones preferenciales, independientemente del sector. Esta situación resulta particularmente beneficiosa para los productores agrícolas, quienes, gracias a tales condiciones, pueden acceder a mercados regulados y exigentes.

Tal es el caso de la EFTA, que depende de la importación de materias primas como el cacao colombiano para su procesamiento industrial.

Los Tratados de Libre Comercio (TLC) permiten a las empresas ampliar su base y llegar a más mercados. Esto se debe a que, si bien estos tratados tienen entre sus objetivos bajar los aranceles y simplificar los procedimientos en las aduanas, exportar e importar se hace más accesible y menos costoso. Asimismo, las empresas pueden diversificar su cadena de suministro al contar con múltiples proveedores en distintos países y tener la posibilidad de trabajar en un ambiente más seguro para la inversión.

Además de esto, gracias a la competencia que propician los TLC, las empresas son presionadas a innovar y a ofrecer productos y servicios de mayor calidad a fin de conservar su competitividad. Este último aspecto es especialmente importante para las empresas pequeñas y medianas que buscan introducirse en mercados internacionales.

Para aprovechar plenamente los beneficios de los TLC, las empresas deben adoptar estrategias como: ajustar su estructura de costos para beneficiarse de la reducción arancelaria; mejorar la calidad de sus productos y servicios; cumplir con estándares internacionales relacionados con calidad, seguridad y propiedad intelectual; utilizar mecanismos de solución de controversias incluidos en los acuerdos para proteger sus intereses comerciales.

En síntesis, los Tratados de Libre Comercio (TLC) no solo promueven la liberalización del comercio internacional, sino que también estimulan el crecimiento económico, la integración regional y el fortalecimiento del tejido empresarial, especialmente en sectores con alto potencial exportador como el agrícola.

2.2.5 Manual de exportación. Álvarez (como se citó en Bonilla 2013), señala que un manual es “un documento elaborado sistemáticamente en el cual se indican las actividades, a ser cumplidas por los miembros de un organismo y la forma en que las mismas deberán ser realizadas” (p. 32). En concordancia, Castro (2008) enfatiza que debe estructurarse en dos etapas: en la primera etapa se incluyen elementos como el volumen mínimo de exportación, la capacidad de producción, los recursos financieros y humanos disponibles, así como la oferta exportable para satisfacer la demanda en el mercado internacional. La segunda etapa comprende los procedimientos y trámites que deben seguirse para lograr una exportación exitosa.

En este contexto, según lo subrayado por Bonilla (2013), se resalta la importancia de contar con un manual que ofrezca una orientación precisa y minuciosa acerca de los procedimientos necesarios para exportar productos desde Colombia. Dicho manual debe detallar los documentos, trámites y procesos que se requieren tanto en el territorio colombiano como en el destino final, considerando las autoridades reguladoras del comercio en ambos países.

Según lo planteado por Arias et al. (2008), la estructura básica de un manual de exportación se configura de la siguiente manera: en primera instancia, se presenta una introducción, se abordan los objetivos y los beneficios del manual; posteriormente, se despliegan ocho (8) unidades específicas, a saber: Unidad I: El sector agroindustrial y su relación con (país destino); Unidad II: Reglas y Normas Básicas; Unidad III: Documentos de exportación; Unidad IV: Requisitos de acceso al mercado destino; Unidad V: Modelo para implementar el manual de exportación; Unidad VI: Procedimiento aduanal para exportar; Unidad VII: Formularios; y Unidad VIII: Apéndices.

Aunado a lo anterior, Henk (2012) plantea la siguiente estructura para un manual de exportación: introducción; conceptos; requisitos para exportar (producto)

desde (país origen); acceso al mercado (país destino); acuerdos comerciales bilaterales (país origen – país destino); normas y reglamentación de origen; declaración de exportación; agente afianzado de aduanas; documentos de exportación; medidas fitosanitarias; incoterms; medios de transporte; proceso de exportación en el país de origen; formas de pago; promoción internacional; costos totales de exportación; responsabilidad social.

En esta misma línea, Bonilla (2013) propone como estructura para un manual de exportación la siguiente: proceso de exportación en Colombia; modalidades de exportación; INCOTERMS; información general (país destino); economía (país destino); (país destino) en el contexto mundial; comercio exterior e inversión (país destino); logística; tipos de intermediarios para transporte marítimo; medios de transporte vía aérea; costos de transporte aéreo hacia (país destino); entidades referentes al transporte aéreo de (país destino); medios de transporte multimodal; principales empresas de transporte terrestre y férreo en (país destino); proceso de introducción de bienes en el país destino; y cultura de negocios.

Finalmente, Sepúlveda (2021) propone una serie de interrogantes clave que deben abordarse para la elaboración de manuales de exportación que permitan aprovechar los tratados comerciales vigentes entre los países involucrados. Estos interrogantes giran en torno a aspectos fundamentales como: cómo interpretar y aplicar los acuerdos comerciales; cuáles son los capítulos o temas más relevantes que se deben comprender para acceder a los mercados; las normas de origen; los requisitos sanitarios y fitosanitarios; y los obstáculos técnicos al comercio.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Normativas de exportación. Trujillo (2021) define normativa aduanera como “el conjunto de leyes que regula un tema o ámbito determinado. Es una recopilación de las normas que se encuentran vigentes” (párr. 1). Estas normas se definen en cada país. Su objetivo es detallar las características y propiedades técnicas de los productos, además de los procedimientos de fabricación que deben satisfacer en un mercado determinado (Secretaría de Economía, 2016).

Así, considerando las definiciones anteriores, las normativas de exportación pueden comprenderse como un conjunto de reglas, leyes, estándares o políticas que emiten las autoridades competentes (sean nacionales, internacionales, o de organismos específicos) en aras de regular cómo deben ser las exportaciones. Por su parte, las normativas pueden referirse a aspectos legales, técnicos, sanitarios, ambientales, entre otros, y son determinantes para asegurar que los productos cumplan con los requerimientos del país destino.

Lo anterior hace posible que las empresas, instituciones, y ciudadanos en general actúen bajo un mismo marco de derechos y deberes. Así, se genera un ambiente más limpio, seguro y predecible, lo que es necesario para fomentar el comercio, disminuir la sobreventa y los malentendidos. Además, estas regulaciones no son estáticas, sino que se actualizan de acuerdo con el contexto y a la evolución misma del comercio internacional, permitiendo atender nuevas necesidades y desafíos del mercado internacional.

2.3.1.1 Requisitos sanitarios y fitosanitarios. Estos requisitos se definen como “las leyes, decretos, reglamentos, prescripciones y procedimientos que adoptan los países para proteger la salud y la vida de las personas y los animales y preservar los vegetales frente a determinados riesgos” (Lundquist, 2023, p. 1). Tienen como objetivo “promover la inocuidad de los alimentos y limitar los riesgos

derivados de la propagación transfronteriza de sustancias contaminantes, enfermedades y plagas que afectan a animales y plantas” (Lundquist, 2023, p. 1).

El Ministerio de Salud y Protección Social (2013) estableció un Sistema de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias – MSF, el cual lo conforman las:

Reglas básicas para la normativa sobre inocuidad de los alimentos y salud de los animales y preservación de los vegetales. Los países establecen sus propias normas, pero también es preciso que las reglamentaciones estén fundadas en principios científicos y, además, que sólo se apliquen en la medida necesaria para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales. (p. 1)

Ese mismo sistema estableció unos deberes que se deben cumplir, los cuales se mencionan a continuación:

- a) Cubrir todas las actividades de la cadena agroalimentaria: De la granja y el mar a la mesa.
- b) Soportarse en el enfoque de análisis de riesgo.
- c) La admisibilidad de los productos exige no solo el cumplimiento de requisitos en los productos, sino también la calidad y credibilidad de los sistemas nacionales MSF del país exportador.
- d) La ampliación y fortalecimiento de los sistemas de vigilancia y control.
- e) Mayor importancia de los sistemas preventivos, como las BPA (Buenas Prácticas Agrícolas), el Sistema HACCP (Análisis de peligros y puntos de control crítico) y la trazabilidad.
- f) La mayor exigencia de una base científica para la determinación de MSF. g) El fortalecimiento y desarrollo de las instituciones sanitarias.

2.3.1.2 Certificaciones obligatorias y voluntarias para la exportación. Procolombia (2021), define las certificaciones como “el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas” (p. 3). Estas certificaciones pueden ser obligatorias o voluntarias. Las certificaciones obligatorias “verifican que el producto cumpla con las normas necesarias para que este pueda salir del país o ingresar a un nuevo mercado con sus propias regulaciones” (Procolombia, 2021, p. 3). Por otro lado, las certificaciones voluntarias son aquellas “normas exigidas por el comprador que otorgan garantía escrita de que un producto, proceso o servicio está en conformidad con los requisitos especificados” (Procolombia, 2021, p. 3).

2.3.1.3 Regulaciones sobre residuos químicos y trazabilidad en el cacao. La Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA, 2024), menciona que la trazabilidad de cacao, específicamente el cacao colombiano es “un valor agregado que certifica la identidad del cacao fino de aroma, posibilita realizar negocios seguros y garantiza la calidad de nuestro producto en el exterior” (Párr. 1). Por otro lado, Antonio & Antonio (2024), afirman que la trazabilidad “permite rastrear el origen de los granos de cacao y verificar si estos provienen de cultivos responsables, respetuosos con el medio ambiente y con las comunidades locales” (p. 9).

En esta misma vía de compromiso con el medio ambiente, existen regulaciones dirigidas al manejo de los residuos generados en la cadena productiva del cacao, sobre todo en el caso de los generados desde origen químico y orgánico. Según lo indicado por Constante-Bonnané et al. (como se citó en Vera-Rodríguez et al., 2021), la producción de cacao genera un volumen considerable de residuos en el proceso de postcosecha, los cuales en parte son desechados, cargando al medio ambiente con esta alta cantidad de material contaminante. Estos residuos son por ejemplo la cascarilla y la placenta del cacao; mismos que usualmente no se les da un tratamiento adecuado.

Complementando, Calvache-Potosí et al. (2023) mencionan que, los procesos en la cadena productiva del cacao, como la cosecha, desgranado, fermentado, secado, tostado y descascarado del grano, generan volúmenes considerables de residuos. De hecho, para la producción colombiana en 2018, se estimó que aproximadamente el 80% del residuo generado en el beneficio no es aprovechable, considerado como tal, éste es usualmente acumulado directamente en el lote sin darle tratamiento.

Considerando lo anterior, se han implementado varias normativas que fomentan el uso de los desechos del cacao para la creación de nuevos productos. Este concepto se apoya en investigaciones como la realizada por Mejía et al. (citados en Calvache et al., 2023), que demostraron la capacidad de valoración de la cáscara de cacao, que constituye cerca del 90% de los desechos producidos en relación con el peso fresco del fruto, derivados de las actividades agrícolas relacionadas con el cacao (Caballero, 2021, como se mencionó en Calvache et al., 2023).

De la cáscara obtuvieron harina para la elaboración de recetas estándar, como sustituto parcial de ingredientes convencionales como la harina de trigo, constituyéndose en un ingrediente con características tecnológicas y nutricionales potenciales (Calvache et al., 2023). A partir de las investigaciones y experimentos realizados, se puede afirmar que estos métodos contribuyen significativamente a la reducción del desperdicio y la contaminación, al tiempo que generan un aumento en los ingresos de los productores. Esto se debe a que, al aprovechar una materia prima previamente considerada un desecho —como la cáscara del cacao— para desarrollar un nuevo producto, en este caso harina con propiedades funcionales específicas, se abre la posibilidad de acceder a un mercado distinto al del grano de cacao convencional.

2.3.2 Logística de exportación. Ortiz (2020), define la logística de exportación como “el manejo, transportación, gestión del inventario, almacenamiento, empaque y despacho de las mercancías que exporta” (p. 1), cuyos objetivos son disminuir tiempos de entrega, reducir costos de exportación y tener una mejor relación con clientes. De manera similar, Ceupe (2023) la describe como “el conjunto de acciones (planificadas y coordinadas) que sirven para llevar mercancías de un país a otro, de manera segura y en cumplimiento con las regulaciones internacionales” (p. 2). En ese sentido, la logística de exportación puede entenderse como el proceso que abarca todas las distintas etapas por las que debe atravesar un bien o servicio para lograr una exportación eficiente.

Para Ceupe (2023), el proceso de exportación conlleva los siguientes pasos:

- **Reparación de documentos:** la empresa que desea exportar debe preparar facturas comerciales, lista de empaque, conocimiento de embarque, certificados de origen y otros documentos requeridos por las autoridades aduaneras, tanto del país de origen como el de destino.
- **Asignación de códigos arancelarios:** se debe determinar la clasificación arancelaria de los productos a exportar. Esto es importante ya que permite calcular los impuestos y los aranceles aplicables.
- **Embalaje y etiquetado:** los productos deben ser adecuadamente embalados y etiquetados de acuerdo con los estándares internacionales y las regulaciones del país de destino.
- **Elección del medio de transporte:** se elige el medio de transporte adecuado, que puede ser por mar, aire, carretera o ferrocarril, cuya selección va a depender de la distancia y la naturaleza de la carga.

- **Trámite aduanero de salida:** en el país de origen, la carga pasa por un proceso de despacho aduanero de exportación, donde se verifica la documentación y se realiza la declaración de exportación.
- **Protección para la mercancía:** se contrata un seguro de carga para proteger los productos durante el transporte internacional.
- **Traslado internacional de la carga:** la carga se transporta al país de destino, pasando por controles aduaneros y de seguridad.
- **Trámite aduanero de entrada:** en el país de destino, la carga pasa por un proceso de despacho aduanero de importación, donde se verifica la documentación y se pagan los aranceles e impuestos correspondientes.
- **Entrega y almacenaje:** una vez que la carga ha sido liberada por la aduana de importación, se distribuye al cliente final o se almacena en un centro de distribución local.
- **Gestión de stock:** se lleva un control de inventario para asegurarse de que los niveles de stock sean adecuados para satisfacer la demanda del mercado extranjero.
- **Cobro y registro de ventas:** se realiza el proceso de cobro por la venta de los productos exportados y se registran las ventas en los registros contables de la empresa.
- **Cumplimiento de normas:** es importante cumplir con todas las normativas y regulaciones locales e internacionales relacionadas con la exportación de productos.

- **Seguimiento y evaluación:** se lleva a cabo un seguimiento constante del proceso de exportación para identificar posibles mejoras y asegurarse de que todo se desarrolle sin problemas.

Siguiendo en la línea de las etapas del proceso logístico, Ortiz (2020) propone el siguiente esquema que evidencia el paso a paso del proceso:

Ilustración 1. Proceso logístico de exportación.



Fuente: Ortiz (2020).

2.3.2.1 Preparación del producto. “Implica la puesta en marcha de un proceso de elaboración de algo o de un evento que requiere cierta planificación y organización con el fin de obtener los resultados que se esperan” (Bembibre, 2009). Teniendo en cuenta este concepto, se puede establecer que la elaboración de un producto para exportar implica la puesta en marcha de un proceso multifacético que abarca desde la selección del producto adecuado hasta su adaptación a los requisitos del mercado objetivo. Esto requiere una planificación

detallada que considere aspectos como la investigación de mercado, la identificación de tendencias globales, la evaluación de la competencia y la optimización de la cadena de suministro.

2.3.2.2 Embalaje y etiquetado. Para Mardones (2023), el embalaje y el etiquetado son “dos elementos fundamentales en el campo de la logística y el transporte. Estos desempeñan un papel clave en la protección y seguridad de los productos, así como en la eficiencia y organización de los procesos de almacenamiento y distribución” (p. 1).

Para Ospina (2015), el embalaje se puede definir como “el conjunto de materiales, accesorios y demás elementos (envase, empaque, envoltura), especialmente acondicionados para el transporte, almacenamiento y distribución de los productos, asegurando que lleguen en perfecto estado al consumidor” (p. 24). Aunado a lo anterior, Marco (2009) establece que el embalaje es:

Aquel material que envuelve a los productos o mercancías, que tiene como fin proteger y resistir las operaciones de transporte, manejo y distribución, y evitar daños en la manipulación y travesía desde el origen hasta el usuario final. El embalaje debe ser diseñado para facilitar la manipulación de unidades o productos sueltos u organizados en pequeños lotes. (p. 14)

El embalaje, además de proteger el artículo durante su trayecto desde la producción hasta el consumidor, cumple con las siguientes funciones según García (2024):

Facilitar la manipulación del producto, unificar las unidades básicas de cada producto para facilitar su comercialización, motivar la compra de los productos mediante la promoción y el marketing, facilitar la identificación

del producto y de sus características de cara al comprador y comunicar información relevante sobre el propio producto. (p. 9)

Teniendo en cuenta lo expresado por los autores anteriores, se puede decir que, el embalaje se refiere al conjunto de materiales, contenedores, envolturas y accesorios utilizados para proteger, almacenar, transportar y presentar productos. Este proceso implica la selección adecuada de materiales y métodos de empaque para asegurar que los productos lleguen en condiciones óptimas al consumidor final.

El etiquetado, por su parte, es fundamental en el contexto del embalaje (Ospina, 2015). En palabras de Maldonado (2024):

Es un componente esencial en el empaque de cualquier artículo, diseñado para proporcionar información clave y mejorar la presentación del producto. Su propósito principal es identificar el producto, mostrando detalles importantes que los clientes deben conocer, como el nombre del producto, la marca, los ingredientes, las instrucciones de uso y la información de contacto de la empresa. (p. 3)

Se puede definir entonces, el etiquetado, como el proceso de añadir etiquetas o marcas informativas a productos, envases, materiales, documentos u otros elementos para proporcionar información relevante sobre su contenido, características, instrucciones de uso, advertencias, precauciones, entre otros aspectos importantes.

2.3.2.3 Modos de transporte (marítimo vs. aéreo) y costos asociados. “Los modos de transporte internacional de mercancías se refieren a las diferentes formas en que las mercancías pueden ser movidas entre países” (Diario del Exportador, 2023, p. 3). “La elección del modo de transporte adecuado es fundamental para

garantizar el éxito de cualquier operación de comercio internacional. Cada modalidad presenta ventajas y desventajas que deben ser evaluadas cuidadosamente en función de las necesidades específicas de cada envío.” (Luisa, 2024, párr. 8). Los tipos de transporte más utilizados para mover mercancía internacionalmente son:

- **Marítimo:** “es el traslado de carga o pasajeros a través del mar de un país a otro, utilizando medios de transporte como barcos u otra clase de embarcaciones” (Diario del exportador, 2016, párr. 1). Además, “es especialmente eficiente para el envío de grandes volúmenes de mercancías y productos pesados a largas distancias, y es generalmente el medio más económico” (Administrador, 2023, párr. 4).

- **Aéreo:** “es el servicio de traslado de pasajeros o cargamento de un lugar geográfico a otro, mediante el uso de aeronaves, es decir, de vehículos capaces de volar” (Recio, 2023, párr. 1). A pesar de que el transporte aéreo es más costoso que otros medios de transporte, es la elección más adecuada para envíos inmediatos o de bienes de gran valor, tales como dispositivos electrónicos, medicamentos o artículos de consumo rápido. Ofrece una entrega más ágil y, frecuentemente, puede llegar a áreas que son complicadas de llegar por otros medios (Administrador, 2023).

2.3.2.4 Infraestructura y tiempos de tránsito. “La infraestructura logística de un país está compuesta por todos aquellos medios y herramientas que hacen eficiente el proceso de comercialización de productos y servicios desde el momento de la fabricación hasta su entrega al cliente final” (Forero, 2014, p. 6). En ese mismo contexto, el Banco Interamericano de Desarrollo (como se citó en Roa & Núñez, 2023) “la infraestructura logística se define como el conjunto de terminales, instalaciones y obras especializadas que facilitan los movimientos de

carga en combinaciones intermodales, posibilitando el vínculo entre los centros de acopio, producción y consumo” (párr. 10).

Además, Forero (2014) también plantea que “la infraestructura logística de un país se encuentra principalmente compuesta por su capacidad de respuesta ante los requerimientos de producto interno y externo, y a las herramientas y medios que se utilizan para llegar a este objetivo” (p. 6). Esto incluye:

La infraestructura vial, las preferencias arancelarias y reglamentación aduanera, así como también todas las políticas relacionadas con el manejo portuario, la agilidad aduanera y atención en el momento del arribo de las mercancías, la tramitología correspondiente para el retiro y transporte de mercancía por cualquiera que sea el medio (Marítimo, terrestre, aéreo), etc. (p. 7)

Por lo otro lado, el tiempo de tránsito “se refiere al intervalo necesario para que un envío llegue a su destino después de haber sido recogido desde su punto de partida” (ShipiusMarketing, 2022, párr. 2). En esa misma línea, Klog.Co (2024) lo define como “el período de tiempo que transcurre entre la carga en origen y la descarga en destino de los productos vinculados a una operación de transporte” (párr. 3).

Los tiempos de tránsito en el comercio internacional se refieren al período necesario para transportar mercancías entre países, utilizando diversos medios como marítimo, aéreo y terrestre (Mercado, 2024). Estos tiempos están influenciados por factores logísticos y regulatorios, incluyendo los Incoterms, que definen las responsabilidades de compradores y vendedores en la distribución física internacional (Ossa, 2020).

Klog.co (2024), establece factores que afectan y/o se toman en cuenta para determinar el tiempo de tránsito, entre los cuales se encuentran:

- Distancia entre puerto de salida a puerto de llegada, aeropuerto de salida a aeropuerto de llegada, dependiendo el modo de transporte seleccionado.
- Modo de transporte, hay modos más rápidos que otros, esto optimiza el tiempo de tránsito.
- Rutas de navegación y congestión
- Cumplimiento de las normas aduaneras y comerciales
- Operaciones e infraestructura de puertos o aeropuertos.
- Clima y variaciones estacionales
- Horarios y confiabilidad de transportistas.

2.3.3 Procedimientos administrativos. Para gestionar el proceso aduanero de exportación, se debe conocer de ante mano la documentación, trámites y la gestión aduanera. Estos procedimientos administrativos se pueden entender, según Álvarez (2020), como “el conjunto de actos y diligencias tramitados en las entidades, conducentes a la emisión de un acto administrativo que produzca efectos jurídicos individuales o individualizables sobre intereses, obligaciones o derechos de los administrados” (p. 1).

Algunos procedimientos administrativos clave para la exportación, según una guía proporcionada por Bancolombia (2019), incluyen:

- *Registro como usuario aduanero ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN):* este registro habilita a las agencias de aduanas para representar al exportador o importador y realizar los trámites correspondientes ante la DIAN utilizando el RUT del interesado.

- *Gestión de trámites en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE):* a través de esta plataforma digital, las personas o empresas pueden realizar trámites y consultas relacionados con el comercio internacional, accediendo a los servicios de las entidades competentes mediante un canal unificado en línea.

- *Obtención de permisos y vistos buenos para el proceso comercial:* los Vistos Buenos o permisos especiales varían según el tipo de producto que se pretenda importar o exportar, la normatividad vigente y los requisitos de las entidades de vigilancia y control. Estos permisos pueden ser gestionados a través de la VUCE.

- *Conocimiento de las reglas y criterios para la obtención del certificado de origen de los productos:* los certificados de origen se rigen por las reglas de origen, que son disposiciones establecidas en los acuerdos comerciales para determinar si un producto califica como originario de un país y, por tanto, si puede acceder a los beneficios pactados en dicho acuerdo.

En los procedimientos administrativos existen las “Agencia de Aduanas”, las cuales son definidas por el Estatuto Aduanero Colombiano, en el Artículo 34 del Decreto 1165 de 2019, como:

Personas jurídicas autorizadas por la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) para ejercer el agenciamiento aduanero, actividad auxiliar de la función pública aduanera de naturaleza mercantil y de servicio, orientada a garantizar que los usuarios de comercio exterior que utilicen sus servicios cumplan con las normas legales existentes en materia de importación, exportación y tránsito aduanero y cualquier operación o procedimiento aduanero inherente a dichas actividades. (p. 35)

En ese sentido, luego de que el exportador cuente con las exigencias requerida para la exportación, debe:

Gestionar con la agencia de aduanas el despacho de la mercancía hacia el punto de exportación físico, bien sea puerto marítimo, aeropuerto o frontera terrestre. Este agente iniciará el proceso de exportación y el trámite aduanero con la Declaración de Exportación (DEX) emitida por la DIAN. (Bancolombia, 2019, p. 2).

Este es un paso importante en los procesos administrativos del comercio exterior. Las Agencias de Aduanas, al ser concedoras de los puntos físicos de operación, permiten que el proceso se dé con un nivel de fluidez superior, sustentado en su profundo conocimiento de la normativa y los pasos necesarios para realizar el trámite. Según DIAN (s.f.):

La agencia de aduanas presenta la información previa para declarar la mercancía bajo una modalidad de exportación. La SAE tiene vigencia de un mes (1) contado a partir de la fecha de su aceptación por parte de la DIAN, en cuyo término se debe embarcar la mercancía. La SAE se entiende aceptada cuando la información ha sido entregada a través del servicio informático electrónico y se acuse el recibo satisfactorio de la misma. (p. 4)

Seguido a la solicitud y aprobación de la Solicitud de Autorización de Embarque (SAE), el procedimiento a seguir es que “la agencia de aduanas traslada la mercancía desde la fábrica o depósito del exportador hasta el lugar de embarque o zona franca.” (DIAN, s.f., p. 4). Por último, el procedimiento administrativo que Bancolombia (2019) plantea para el despacho aduanero, es el siguiente:

- Verificar los requisitos de ingreso para la mercancía en destino.

- Verificar la manipulación de la mercancía.
- Realizar lista de empaque y ficha de manipulación de la carga.
- Realizar los pagos requeridos en la zona primaria.

3.3.3.1 Documentación requerida para la exportación. Una de las fases más importantes en el proceso de exportación son los documentos requeridos y las especificaciones de éstos para hacer el trámite aduanero de manera adecuada y oportuna (Grupo Bancolombia, s.f.). En palabras de Comex Latino (2019), los documentos son una serie de escritos necesarios para las operaciones de compraventa subyacentes al comercio exterior, que aseguran las operaciones de manera eficiente y sin riesgos. Desde esta perspectiva, puede afirmarse que, la razón por la cual el proceso de exportación produce tantos documentos es para asegurar que la operación se realice de manera legal y garantizar que los requisitos de las autoridades competentes sean cumplidos.

Ortiz (2020), resalta la necesidad de contar con ciertos documentos para cumplir exitosamente el proceso de exportación, destacando los siguientes:

- Factura comercial.
- Recibo de muelle.
- Carta porte.
- Certificado de origen.
- Recibo de almacén.
- Certificado de inspección.
- Licencia de exportación.
- Lista de empaque.
- Certificado sanitario.
- Certificado de seguro.
- Documentos consulares.

- Documentos de libre comercio.
- Carta de instrucción del remitente.

En el mismo contexto, Fajardo (2023) resalta los siguientes documentos como algunos de los más importantes:

- **Factura comercial:** al igual que en la importación, es el documento que detalla la operación comercial entre el exportador y el importador.

- **Conocimiento de embarque:** en este caso, es el documento que acredita la propiedad de las mercancías y su transporte desde el país de origen hasta el país de destino.

- **Permiso de exportación:** es el documento que autoriza la salida de las mercancías del país, y que es emitido por la autoridad aduanera.

- **Declaración de exportación:** es el documento que contiene información detallada sobre las mercancías exportadas, su valor, destino, entre otros, y que es presentado ante la autoridad aduanera.

3.3.3.2 *Trámites aduaneros.* Los trámites aduaneros son procedimientos esenciales en el comercio internacional. La automatización de estos procesos, mediante el intercambio electrónico de documentos y sistemas de ventanilla única, facilita el comercio y mejora la colaboración entre agencias gubernamentales (Sidorov, 2023). KENSAI Logistics (2024), lo define como “el procedimiento mediante el cual se gestionan los trámites necesarios para importar o exportar mercancías a través de las fronteras de un país” (p. 4). Además, este proceso “implica la preparación y presentación de documentos necesarios para facilitar la exportación o importación en el país de destino” (KENSAI Logistics, 2024, p. 5).

Teniendo en cuenta los conceptos expuestos, se puede decir que los trámites aduaneros son el conjunto de actividades y procedimientos llevados a cabo para facilitar el intercambio de mercancías entre países a través de sus fronteras. Este proceso implica la preparación, presentación y tramitación de documentos necesarios para cumplir con los requisitos legales, financieros y administrativos tanto en el país de origen como en el de destino.

2.3.4 Análisis de mercado. El análisis de mercado es un proceso que permite que las organizaciones tomar decisiones informadas y obtener una ventaja competitiva (Guerra et al., 2019). Este proceso implica la recolección y evaluación de datos cuantitativos, como el tamaño de mercado, estadísticas, precios promedio, etc., y cualesquiera otros detalles cualitativos que den información sobre el mercado objetivo, incluidos los hábitos de consumo y otras tendencias relevantes (Narváez, 2023; Peñafiel et al., 2024).

Según el equipo editorial de IONOS (2023), el análisis de mercado es un proceso sistemático que permite estudiar un mercado específico para identificar las oportunidades o amenazas asociadas. Además, su propósito es proporcionar a las empresas información de mercado práctica y valiosa que podría servir como base para la toma de decisiones estratégicas (Jain, 2023).

El análisis no es solo estudiar las necesidades del mercado, sino también el comportamiento del consumidor y el panorama competitivo dentro y fuera de un mercado (Hernández-Mendoza & Hernández-Mendoza, 2018). Por ende, la recopilación y análisis de información sobre tendencias del mercado y actitud del cliente para determinar los niveles de rentabilidad es necesaria. Una metodología integral de análisis de mercado debe considerar no solo la recopilación de datos, sino también la modelación de escenarios futuros y la gestión de la incertidumbre en la demanda, lo cual permite una planificación más efectiva y adaptada a los cambios del entorno (Chimbi Villamil & Gianni Didier, 2020).

2.3.4.1 Demanda de un producto. “La demanda se refiere a la cantidad de un producto o servicio que todos los consumidores en un mercado particular están dispuestos y capacitados para comprar a un precio dado durante un período de tiempo específico” (Ortega, 2023, p.3). Para lograr determinar cuanta demanda tiene un producto se debe realizar un análisis de esta, que se puede definir como “el proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo. Las técnicas de análisis se utilizan para abrir camino a un mercado exitosamente y generar los resultados esperados” (Genially, 2022). En esa misma línea, Reguera (2025) establece que:

El análisis de demanda se fundamenta en la recopilación y el análisis de datos relevantes. Las empresas deben determinar su público objetivo, comprendiendo sus necesidades, deseos e incluso patrones de consumo. Se debe analizar además el estado del mercado, incluyendo factores económicos, tendencias tecnológicas e influencias sociales que podrían afectar a la demanda del producto. (p. 3)

Comprender y analizar la demanda es esencial para que las empresas puedan tomar decisiones informadas sobre producción y ventas. Un análisis detallado permite a las empresas identificar con precisión las necesidades y preferencias de sus consumidores, así como adaptar sus estrategias para satisfacer esas demandas de manera efectiva.

2.3.4.2 Identificación de nichos de mercado. Sánchez (2022), define los nichos de mercado como “una porción de un segmento de mercado, que está compuesta por un grupo reducido (ya sea de personas o empresas) que posee ciertas características y necesidades comunes” (párr. 1). Además, dichas necesidades resultan adecuadas para ser atendidas de forma focalizada por el vendedor de un producto (Corvo, 2023). Por otro lado, Forner (2025) plantea que un nicho de mercado “es una parte o rama concreta de un segmento de mercado

más grande, poco o nada cubierto por otras empresas, que puede suponer una oportunidad de negocio” (p. 3). En armonía con lo expuesto, Salinas (2025) establece que:

Elegir un nicho de mercado es clave para entender cómo vender un producto. Cuando te diriges a un grupo específico de personas con necesidades concretas, puedes ofrecer soluciones mucho más relevantes y personalizadas. En lugar de tratar de llegar a todos (y no destacarte en ningún lado), un enfoque claro te permite optimizar recursos, diseñar estrategias más efectivas y conectarte de manera auténtica con tus clientes. (párr. 7)

En ese mismo contexto, Patiño (2025) plantea 6 pasos para determinar un nicho de mercado (Ver Ilustración 2):

Ilustración 2. Pasos para identificar el nicho de mercado.



Fuente: Patiño (2025).

2.3.5 Estrategias de promoción. Las estrategias de promoción son fundamentales en el proceso de comercialización y exportación, pues permiten dar a conocer un producto o servicio, atraer clientes potenciales y aumentar las ventas en mercados específicos. Estas estrategias abarcan diversas tácticas que ayudan a aumentar la visibilidad y generar interés en el mercado. Como lo define Corvo (2022), “son planes que indican cómo será una promoción, dónde y cómo funcionará, y cómo se medirán sus resultados. Deben buscar una ventaja competitiva o “nicho”, y proponer un rumbo que ayude a las empresas a lograr sus objetivos” (p. 1).

Estas estrategias, para lograr difundirse exitosamente, deben contar con objetivos claros y definidos, que sean alcanzables. En ese sentido, Euroinnova International Online Education, (2025) plantea las siguientes estrategias:

- *Cultivar la conciencia de la marca*, es decir, que el público objetivo conozca la marca, de qué se trata, sus beneficios, y todos los aspectos relacionados con la misma. Para ello, se debe realizar un estudio previo del mercado e identificar el público objetivo, así como los mensajes de marketing y las estrategias de difusión.
- *Generar el interés del público objetivo*, lo que requiere una estrategia de marketing de contenido bien diseñada, es decir, que proporcione suficiente información al consumidor y, a su vez, diferencie el producto o servicio de la competencia.
- *Generar demanda de los productos o servicios*, para ello se deben resaltar sus mejores características y beneficios, con el objetivo de crear una conexión con el cliente y lograr así el aumento de las ventas.

- *Influenciar a los clientes para que realicen una determinada acción*, esto es una manera de involucrar al público objetivo en la estrategia de promoción. Para ello, se deben realizar “llamados de atención” dentro de la publicidad que se utilice.

2.3.5.1 Mecanismos de promoción y participación en ferias internacionales. Los mecanismos de promoción son estrategias utilizadas para aumentar el reconocimiento de marca, la demanda y las ventas (И.Ю. Загоруйко & Ж.В. Эстерлейн, 2022). La participación en estos eventos se correlaciona positivamente con las ventas tanto a clientes existentes como a nuevos (Sánchez, 2017).

Respecto a las ferias, Guevara (2018) las define como “el mejor mecanismo de promoción comercial que permiten a las empresas (expositores) llegar de manera directa a gran número de clientes potenciales (visitantes)” (p. 4). Estas se entienden como una serie de actividades comerciales donde la oferta y la demanda de diversos productos y servicios se concentran en un mismo espacio y por un tiempo determinado (Guevara, 2018).

En esa misma línea, Eabolivia (2015) señala que “las ferias son un evento donde el productor exportador, además de promocionar la producción, busca mercado, estudia el nivel de competencia, toma contacto con futuros clientes y trata de maximizar el número de compradores” (párr. 2). Asimismo, agrega que competir en eventos de esta naturaleza implica una serie de costos tales como el alquiler del lugar de exhibición, los costos operativos y de personal, incluidos la capacitación de los trabajadores y la estadía de estos, y los costos publicitarios, relacionados con el uso de los canales de la oferta (Eabolivia 2015).

Siguiendo con la consideración de las ferias en cuanto a mecanismos, estas serán exitosas siempre y cuando se logre participar en las ferias que generan

beneficios o que enfocan el interés del negocio, ya que entre ferias internacionales hay varios tipos que se enfocan en diferentes intereses. Esos tipos son: “las exposiciones mundiales, las ferias comerciales y las ferias especializadas”. Las exposiciones mundiales son eventos internacionales a gran escala que fomenta un espíritu de cooperación y competencia al invitar a naciones de todo el mundo a presentar sus avances en tecnología, arte y sociedad (Keçeci, 2025). Por otro lado, las ferias comerciales son:

Un evento organizado en el que las empresas de una industria específica se reúnen para presentar sus últimos productos, servicios e innovaciones. Estos eventos conectan a las empresas con clientes potenciales, colegas de la industria y responsables de la toma de decisiones, creando una plataforma para mostrar su experiencia y construir relaciones. (B, 2024, párr. 4)

Por último, las ferias especializadas o sectoriales son una subcategoría de las ferias comerciales. Estas son aquellas que se especializan en un solo sector o industria. En ese sentido, el desarrollo de la feria va a estar encaminada hacia la difusión del tema en cuestión, es decir si es una feria del automóvil o la feria de tecnología (Boletia, 2024). Juegan un papel importante en la innovación empresarial, especialmente para las empresas que buscan ventajas competitivas sostenibles (Soruco, 2020).

2.3.5.2 Canales de comercialización y distribución. Un canal de comercialización es un conjunto de organizaciones interdependientes que intervienen en el flujo de productos desde su origen hasta el consumidor final (Cárdenas et al., 2021). Pueden ser directos o indirectos, involucrando intermediarios como mayoristas y minoristas (Bustamante et al., 2022).

En la misma línea, Ferrándiz (2024) establece que “los canales de comercialización no se limitan a las tiendas físicas o en línea donde se venden los productos, sino que también incluyen intermediarios, como mayoristas y minoristas, que forman parte del proceso de distribución del producto” (párr. 3). Prom (2024), refuerza esta idea al definir los canales de distribución y comercialización como “los mecanismos que las empresas utilizan para llevar sus productos desde la etapa de producción hasta las manos del consumidor final” (párr. 3).

Por su parte, Ermes Logistics (2024) resalta la importancia de estos canales al afirmar que son “la columna vertebral que sustenta la travesía de un producto desde su origen hasta las manos de los consumidores finales” (p. 2). Además, destaca que:

Estos canales no solo abarcan la logística de transporte, sino que también incorporan una complejidad esencial en la gestión de inventario, empaquetado, etiquetado, y coordinación de pedidos. Este entramado garantiza la presencia oportuna y precisa de los productos en los lugares adecuados y en el momento justo. (párr. 2)

Prom (2024) establece que “su clasificación varía de acuerdo con el sector que pertenece cada compañía, pero existen dos prototipos básicos” (párr. 12), estos son:

- **Directo:** esta unidad pertenece a la misma empresa encargada de realizar el producto. Esta parte de la compañía tiene como objetivo hacer que el producto llegue hasta el consumidor final por medio del uso de transportes, almacenes o algún otro medio necesario.

- **Indirecto:** los fabricantes contratan a intermediarios que hacen posible la entrega del producto. Este a su vez se subdivide en función del tipo de mercado, los precios y la forma de comercialización.

Estos pueden ser: *Corto*, el número de intermediarios es mínimo, normalmente el productor vende al minorista y este al consumidor. *Largo*, cuenta con dos intermediarios, la ruta es más larga debido a que el distribuidor mayorista se lo da al minorista y este último se lo entrega al cliente final. *Doble*, se usan tres intermediarios, conformados por un mayorista, un minorista y un distribuidor exclusivo, este último tiene una participación en la comercialización y lo lleva al *shopper*.

2.4 MARCO LEGAL

El Cuadro 1 presenta el marco legal aplicable al proceso exportador, destacando las leyes, decretos y regulaciones clave que deben considerarse al momento de realizar exportaciones de productos agrícolas desde Colombia hacia los países miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).

Cuadro 1. Normativa legal para el proceso de exportación.

NORMATIVO	ENTIDAD QUE LA EMITE	ESPECIFICACIONES
Decreto 2478 de 2018	Ministerio de Salud y Protección Social.	Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.
Decreto 3075 de 1997 y Resolución 2674 de 2013	Ministerio de Salud y Protección Social.	Establece las normas de higiene y seguridad que deben cumplir los establecimientos dedicados a la producción, procesamiento, preparación, envasado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos destinados al consumo humano

Ley 1372 de 2010	Congreso de la República	Por medio de la cual se aprueba el "Acuerdo de Libre Comercio entre la República De Colombia y los Estados AELC", el "Memorando de entendimiento relativo al Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Colombia y los Estados de la AELC.
Ley 67 de 1983	Congreso de la republica	Por la cual se modifican unas cuotas de fomento, se crean unos fondos y se dictan normas para su recaudo y administración. En ese sentido a partir de la vigencia de la Ley, la Cuota de Fomento Cacaotero establecida por la Ley 31 de 1965, será del tres por ciento (3%) sobre el precio de venta de cada kilogramo de cacao de producción nacional.
Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 1252 de 2021	Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC)	Establece los requisitos y clasificación para el cacao en grano destinado a la industrialización para consumo humano
Decreto 1165 de 2019	Ministerio de Hacienda y crédito publico	Este decreto se aplica en la totalidad del Territorio Aduanero Nacional y regula las relaciones jurídicas que se establecen entre la administración aduanera y quienes intervienen en el ingreso, permanencia, traslado y salida de las mercancías, hacia y desde el Territorio Aduanero Nacional, con sujeción a la Constitución y la ley. Asimismo, se aplica sin perjuicio de las disposiciones especiales y las resultantes de acuerdos o tratados internacionales a los que haya adherido o adhiera Colombia. El propósito de este decreto es otorgar seguridad, estabilidad, certeza jurídica y facilitar la logística de las operaciones de comercio exterior, para lo cual dicta una serie de disposiciones, principios, conceptos y obligaciones en materia aduanera.
Ordenanza del DFI sobre higiene en las actividades relacionadas con la alimentación (actualizada 2017)	El Departamento Federal de Asuntos Internos (FDHA).	Establece las normas de higiene que deben seguirse en todas las etapas de fabricación, transformación y distribución de alimentos. Su objetivo principal es garantizar la seguridad alimentaria y proteger la salud de los consumidores.
Reglamento sobre higiene de alimentos (actualizada 2019)	Ministerio de Comercio, Industria y Pesca, Ministerio de Agricultura y Alimentación, Ministerio de Sanidad y Servicios Asistenciales, Ministerio de Agricultura y	Regula la higiene en la producción, procesamiento, almacenamiento y distribución de alimentos. Su objetivo principal es garantizar la seguridad alimentaria y prevenir riesgos para la salud pública.

	Alimentación, Ministerio de Sanidad y Servicios Asistenciales	
Ley de alimentos (actualizada 2022)	Ministerio de industria y comercio de Islandia	Regula la producción, distribución y comercialización de alimentos en el país. Su objetivo principal es garantizar la calidad, seguridad y salubridad de los alimentos, así como asegurar que las etiquetas y la información proporcionada sean precisas y completas.
Ordinance of 16 December 2016 on foodstuffs and basic commodities (RS 817.02)	Federal Food Safety and Veterinary Office (FSVO)	El objetivo es proteger a los consumidores de los productos alimenticios y artículos de consumo que puedan suponer un riesgo para su salud, así como de posibles engaños. Entre sus disposiciones clave, los establecimientos de alimentación deben notificar a las autoridades alimentarias cantonales competentes sus actividades en materia de fabricación, procesamiento, almacenamiento, transporte, importación/exportación y compra de alimentos.
Reglugerð um kakó- og súkkulaðivörur” (Reglamento sobre los productos de cacao y chocolate) (2002)	Ministerio de Medio Ambiente de Islandia	
Normas Internacionales Para Medidas Fitosanitarias NIMF-15 (2004)	Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria	Normativa que establece los requisitos que debe cumplir el embalaje de madera para prevenir la propagación de plagas.

Fuente: elaboración propia (2025).

2.5 SISTEMA DE VARIABLES.

2.5.1 Variable nominal. Manual de exportación.

2.5.2 Variable conceptual. Álvarez (como se citó en Bonilla 2013), señala que un manual es “un documento elaborado sistemáticamente en el cual se indican las actividades, a ser cumplidas por los miembros de un organismo y la forma en que las mismas deberán ser realizadas” (p. 32).

En concordancia, Castro (2008) enfatiza que un manual que aborda el proceso de exportación debe estructurarse en dos etapas: en la primera etapa se incluyen elementos como el volumen mínimo de exportación, la capacidad de producción, los recursos financieros y humanos disponibles, así como la oferta exportable real para satisfacer la demanda en el mercado internacional. La segunda etapa comprende los procedimientos y trámites que deben seguirse para lograr una exportación exitosa.

2.5.3 Variable operacionales.

2.5.3.1 Categorías de análisis.

- Normativas de exportación de cacao a la EFTA.
- Logística de exportación.
- Procedimientos administrativos.
- Análisis de mercado.
- Estrategias de promoción.

2.5.3.2 Unidades de análisis.

- Requisitos sanitarios y fitosanitarios exigidos por la EFTA.
- Certificaciones obligatorias y voluntarias para la exportación (UTZ, Fair Trade, Rainforest Alliance).
- Regulaciones sobre residuos químicos y trazabilidad en el cacao.
- Preparación del producto.
- Embalaje y etiquetado.
- Modos de transporte recomendados (marítimo vs. aéreo) costos asociados.
- Infraestructura y tiempos de tránsito hacia los países de la EFTA.
- Documentación requerida para la exportación de cacao a la EFTA.
- Trámites aduaneros en Colombia y en la EFTA.
- Demanda del cacao en los países EFTA.

- Identificación de nichos de mercado para el cacao producido en el departamento del Cesar.
- Mecanismos de promoción y participación en ferias internacionales.
- Canales de comercialización y distribución en la EFTA.

2.6 MATRIZ DE CATEGORÍAS

Cuadro 2. Matriz de categorías.

PROPÓSITO GENERAL	VARIABLE	PROPÓSITOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	UNIDADES DE ANÁLISIS
Diseñar un manual de exportación de cacao producido en el departamento del Cesar bajo el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).	Manual de exportación	Examinar las normativas fitosanitarias, certificaciones y requisitos técnicos exigidos por la EFTA para la exportación de cacao.	Normativas de exportación	Requisitos sanitarios y fitosanitarios.
				Certificaciones obligatorias y voluntarias para la exportación.
				Regulaciones sobre residuos químicos y trazabilidad.
		Describir los procedimientos logísticos, documentales y administrativos necesarios para exportar cacao desde el Cesar hacia los países de la EFTA.	Logística de exportación.	Preparación del producto.
				Embalaje y etiquetado.
				Modos de transporte (marítimo vs. aéreo) y costos asociados.
				Infraestructura y tiempos de tránsito.
		Identificar las oportunidades de mercado, los mecanismos de promoción y las estrategias de comercialización que permitan	Procedimientos administrativos.	Documentación requerida para la exportación.
				Trámites aduaneros.
				Demanda del producto.
			Análisis de mercado.	Identificación de nichos de mercado.
				Mecanismos de promoción y participación en ferias internacionales.
			Estrategias de promoción.	

		posicionar el cacao del departamento del Cesar en el mercado EFTA.		Canales de comercialización y distribución.
		Elaborar un manual de exportación estructurado que incluya normativas, procesos logísticos y estrategias comerciales adaptadas al contexto del cacao producido en el Departamento del Cesar.	Se desarrollará a partir de los resultados de los anteriores objetivos.	

Fuente: elaboración propia (2025)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Tomando en cuenta los aportes de Cabezas et al. (2018), el presente estudio adoptó un enfoque cualitativo, basándose en la recolección de datos sin medidas numéricas para explorar y perfeccionar las preguntas de investigación en el proceso interpretativo. En este sentido, Mejía (como se citó en Katamaya, 2014) define la investigación cualitativa como “el procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes” (p. 43). Complementariamente, Katamaya (2014) plantea que “la investigación cualitativa estudia diferentes objetos para comprender la vida social del sujeto a través de los significados desarrollados por este” (p. 24).

En relación con los planteamientos anteriores, la investigación se basó en un enfoque cualitativo, porque permitió explorar y comprender en profundidad las experiencias y percepciones del investigador sin reducirlas a cifras o datos numéricos. Este tipo de investigación se centra en plantear los argumentos a través del análisis de palabras, discursos y otros medios expresivos, lo que facilitó una comprensión más completa del tema investigado.

3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio se clasificó como investigación descriptiva, ya que se centró en la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición y procesos de los fenómenos, con un énfasis en las conclusiones predominantes o en el funcionamiento actual de una persona, grupo o cosa (Tamayo Tamayo, 2004). Aunado a lo anterior, Guevara et al. (como se citó en Pontificia Universidad Católica del Perú, 2022) establece que “el objetivo de la

investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (p. 15).

En este contexto, se sostiene que el estudio de las diferentes categorías detectadas durante el periodo de recopilación de datos, dentro de una investigación descriptiva, facilitó la exploración minuciosa de los variados elementos implicados en cada fase del proyecto. Este método permitió que cada elemento se desarrollara de forma completa durante el proceso de análisis e interpretación, lo que ayudó a producir resultados exactos y sólidos para el conjunto de la investigación.

Asimismo, se caracterizó como un tipo de investigación documental, dado que se fundamentó en fuentes que son documentos, de acuerdo con la definición de Hurtado de Barrera (2015). Además, la meta de esta fue orientar la investigación desde dos perspectivas distintas. Primero, vinculando datos ya existentes provenientes de diversas fuentes y, luego, ofreciendo una perspectiva panorámica y sistemática de un tema específico desarrollado en varias fuentes dispersas (Barraza, como se citó en Reyes y Carmona 2020). En este contexto, la investigación se manifestó como documental ya que la investigadora recopiló, examinó e interpretó datos provenientes de fuentes ya existentes, es decir, no produjo información nueva mediante experimentos o cuestionarios.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Siguiendo las orientaciones de Arias (2012), este estudio se clasificó como bibliográfico, ya que “se fundamenta en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, aquellos obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes bibliográficas o documentales” (p. 27). En la misma línea, este enfoque facilitó el establecimiento de pasos y procedimientos

que deben seguir los productores y comerciantes de cacao en el departamento del Cesar para llevar a cabo la exportación de este producto a los países de la EFTA.

A través de la recopilación y análisis crítica de literatura relacionada con el tema, informes comerciales, estudios previos y documentos legales, la investigación identificó las mejores prácticas y normativas actuales en el proceso de exportación. Además, se empleó una revisión de fuentes secundarias que incluyó estudios académicos, manuales técnicos, reportes gubernamentales y documentos emitidos por organismos internacionales del comercio. Esto permitió obtener una visión integral de los requisitos fitosanitarios, normativas aduaneras, estándares de calidad y certificaciones necesarias para acceder a los mercados de la EFTA.

3.4 UNIDADES DE ANÁLISIS

Las unidades de análisis comprendieron definiciones y conceptos clave vinculados al comercio de cacao y al Tratado de Libre Comercio (TLC); datos estadísticos sobre la producción y exportación de cacao en Colombia y en los países de la EFTA; políticas comerciales y acuerdos internacionales que impactan el comercio de cacao; requisitos fitosanitarios y de calidad para la exportación de cacao, entre otros aspectos relevantes. Para garantizar una visión integral y rigurosa, estas unidades de análisis se extrajeron de diversas fuentes bibliográficas y documentales, tales como libros, informes, tesis, guías, páginas web oficiales y bancos de datos estadísticos.

Esta amplia base documental constituyó el fundamento sobre el cual se desarrolló el análisis detallado y se formularon las conclusiones de la investigación, asegurando así una aproximación bien fundamentada al estudio

del comercio de cacao producido en el departamento del Cesar en el marco del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y la EFTA.

3.5 TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En cuanto a las técnicas documentales que fueron aplicadas en esta investigación, se utilizó la técnica de fichaje. Acorde con Del Cid et al. (2011), esta técnica “consiste en extraer segmentos de información de fuentes documentales como extractos y/o síntesis de libros, artículos de periódicos o revistas, registros históricos” (p. 112). Aunado a lo anterior, Lesma (2020) expone que “cada ficha contiene una serie de datos referidos a un mismo tema, lo cual le confiere unidad y valor propio” (p. 1). El propósito de esta técnica fue reducir la cantidad de información recopilada, lo que posteriormente permitió organizarla de manera conveniente para la investigadora.

Continuando con Del Cid et al. (2011), “el instrumento que se utiliza para el registro de la información es la ficha de contenido, ya sea de papel o electrónica” (p. 112). Teniendo en cuenta las directrices de estos autores, se utilizaron fichas de citas textuales, donde se transcribió literalmente la información con comillas, seguidas de la referencia del autor, año y número de página. Además, se emplearon fichas de paráfrasis. Para el análisis de los datos, se agruparon las fichas textuales y de paráfrasis empleadas en la recopilación de datos. Estas se organizaron en categorías para facilitar su análisis al comparar la información relacionada con un mismo aspecto.

La aplicación de la técnica de fichaje en la investigación fue fundamental para lograr una organización y análisis efectivos de la información recopilada, lo cual fue esencial para el desarrollo del manual sobre la exportación de cacao producido en el departamento del Cesar, en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).

Esto no solo fortaleció la calidad académica de la investigación, sino que también contribuyó a la elaboración de un manual práctico y bien fundamentado, que será una herramienta útil para los productores y exportadores de cacao del departamento del Cesar.

3.6 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

La etapa de análisis de datos es crítica para cualquier proceso de investigación, ya que involucra examinar, organizar y estructurar la información recolectada para conceptualizar, comparar y establecer conexiones entre los elementos analizados del estudio (Niño, 2011). Según Arias (2012), el análisis incluye procedimientos de clasificación, registro y síntesis de datos, utilizando métodos lógicos de inducción, deducción, análisis-síntesis y estadísticas si es apropiado.

En el presente estudio, que se enmarcó en un enfoque cualitativo, ya que facilita un entendimiento detallado de fenómenos complejos como la introducción de productos agroindustriales en mercados internacionales con alta demanda normativa y comercial, como los de la EFTA. Con método descriptivo y diseño bibliográfico, se analizó el proceso de exportación de cacao desde el departamento del Cesar hacia los países de la EFTA, identificando los requisitos técnicos, normativos y logísticos que deben cumplir los productores en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la EFTA.

La investigación se apoyó en fuentes documentales como informes técnicos, normativas internacionales, estudios académicos y plataformas oficiales relacionadas con el comercio exterior y la cadena productiva del cacao. El proceso metodológico contempla las siguientes fases:

1. Fase exploratoria: revisión de literatura y análisis documental, lo que permitió contextualizar el fenómeno de estudio.

2. Fase de recolección de datos: búsqueda sistemática de información en estudios académicos, bases institucionales y plataformas digitales.

3. Fase de análisis: el análisis de la información se realizó a partir de un enfoque cualitativo de análisis de contenido, mediante el cual se organizaron los hallazgos en categorías clave relacionadas con el proceso de exportación. Estas categorías incluyeron: las normativas de exportación de cacao a la EFTA, la logística de exportación, los procedimientos administrativos, el análisis de mercado y las estrategias de promoción.

Esta clasificación permitió reconocer los elementos cruciales que inciden en la factibilidad y expectativa del cacao del departamento del Cesar en los mercados de la EFTA. Basándose en estos descubrimientos, se elaboró un manual de exportación que guía a los productores y exportadores acerca de los procedimientos, requerimientos y tácticas requeridas para simplificar su incorporación en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y los países miembros de la EFTA.

4. Fase de interpretación: en esta fase, se compararon los resultados logrados con los modelos teóricos de internacionalización, con el objetivo de obtener conclusiones sólidas y proponer sugerencias estratégicas. Este ejercicio de análisis permitió situar los descubrimientos dentro de contextos conceptuales pertinentes, lo que facilitó la elaboración del manual de exportación orientado a fortalecer la inserción del cacao del departamento del Cesar en los mercados de los países miembros de la EFTA.

Las técnicas empleadas para la recolección de información incluyeron, en primer lugar, la revisión documental, fundamentada en estudios académicos previos, informes institucionales emitidos por entidades como ProColombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como organismos internacionales.

Asimismo, se analizaron reportes de comercio exterior relacionados con el sector cacaotero, con el fin de contextualizar la dinámica exportadora del producto.

De manera complementaria, se llevó a cabo un análisis de contenido aplicado a fuentes digitales y bases de datos comerciales, lo cual permitió identificar patrones asociados a los requisitos de acceso, oportunidades de mercado, estrategias de internacionalización y posicionamiento del cacao producido en el departamento del Cesar, específicamente en relación con los países que conforman la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).

Como sostiene Sabino (2002), el análisis documental riguroso requiere validar los datos contrastando más de una fuente, y ante las inconsistencias, se realizó una revisión crítica que permitió seleccionar de forma criteriosa la información más confiable y pertinente para el desarrollo del estudio. Teniendo en cuenta lo anterior, la fiabilidad del análisis se aseguró al triangular fuentes académicas, regulaciones institucionales y datos de comercio internacional, lo que facilitó la validación de los patrones detectados.

En esta etapa de síntesis, se plasmaron los resultados obtenidos en subcategorías que correspondían con las cinco categorías de análisis previamente definidas al inicio del estudio. Con este marco de referencia, se construyó el manual de exportación, cuyo propósito fue contribuir al proceso de internacionalización del cacao en el departamento del Cesar con una base para que el producto pueda insertarse de manera competitiva en los mercados de los países miembros de la EFTA. Cada categoría abordada ofreció insumos detallados para la construcción de los elementos del manual, la cual arrojó un instrumento real, contextualizado a las características del sector cacaotero regional y ajustado a las condiciones técnicas y normativas del tratado.

3.7 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Ilustración 3. Procedimiento de la investigación.



Esta etapa consistió en la recopilación, selección y análisis de fuentes secundarias relevantes, tales como artículos académicos, informes institucionales, estudios de comercio exterior y documentos oficiales relacionados con la exportación de cacao, el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la EFTA, y las condiciones de acceso a dichos mercados. El análisis de esta documentación permitió construir un marco contextual y normativo que fundamentó las etapas posteriores del estudio.

Se llevó a cabo la búsqueda y sistematización de información proveniente de entidades como ProColombia, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), así como de bases de datos internacionales y estadísticas especializadas del comercio de cacao. Esta información fue clave para identificar los requisitos logísticos, sanitarios y fitosanitarios exigidos por los países miembros de la EFTA.

El análisis de la información se realizó desde una perspectiva cualitativa mediante la técnica de análisis de contenido. Los hallazgos fueron organizados en categorías temáticas clave: normativas de exportación de cacao hacia la EFTA, logística internacional, procedimientos administrativos, análisis de mercado y estrategias de promoción. Esta categorización permitió identificar los factores determinantes que inciden en la viabilidad y proyección del cacao producido en el departamento del Cesar en los mercados europeos.

Con base en el análisis desarrollado, se sintetizaron los principales hallazgos y se formularon conclusiones sustantivas. Como resultado final, se diseñó una propuesta de manual de exportación que incluye recomendaciones estratégicas y operativas, orientadas a facilitar el acceso del cacao producido en el departamento del Cesar a los mercados de la EFTA, contribuyendo así a fortalecer su competitividad y sostenibilidad en el ámbito internacional.

3.8 CONSIDERACIONES ÉTICAS

La investigación fue realizada con pleno respeto a los principios éticos que rigen la producción académica, asegurando la originalidad del contenido y previniendo cualquier forma de plagio mediante la adecuada y rigurosa citación de todas las fuentes consultadas.

Asimismo, al utilizar bases de datos secundarias, la preferencia radicó en los informes e informaciones de libre acceso público y aquellas ofrecidas por bases de datos académicas autorizadas.

De igual manera, se acogió a la veracidad y transparencia de los datos, para que, los resultados propuestos, sean los rescatables del análisis expuesto; es decir, que no exista una información manipulada bajo los intereses del estudio. Para el análisis en sí, también se mantuvo una postura crítica, reflexiva y respetuosa para con los actores sociales y económicos concernientes al objeto de estudio.

Por último, la presente investigación se formula en el marco de la responsabilidad social, de modo que, los hallazgos propuestos coadyuven al fortalecimiento del cacao en el departamento del Cesar, desde un punto de vista ético, sustentable e inclusivo.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 NORMATIVAS FITOSANITARIAS, CERTIFICACIONES Y REQUISITOS TÉCNICOS EXIGIDOS POR LA EFTA PARA LA EXPORTACIÓN DE CACAO.

4.1.1 Requisitos sanitarios y fitosanitarios exigidos por la EFTA. Los países miembros de la EFTA presentan requisitos iguales respecto a medidas sanitarias y fitosanitarias que aplican a los productos, así como a los establecimientos, equipos y demás elementos involucrados en el proceso de exportación. Además, tales exigencias son reguladas por enmiendas, disposiciones y normativas; para garantizar que los productos ingresen a sus territorios sin contratiempos higiénicos. En este contexto, la *Ordonnance du DFI sur l'hygiène dans les activités liées aux denrées alimentaires* (Ordenanza del Departamento Federal del Interior [DFI] de Suiza sobre higiene en las actividades relacionadas con los alimentos) (2016, actualizada en 2020), establece en su Capítulo 2 lo siguiente:

- **Con respecto a los locales.** En concordancia con lo anterior, en el Artículo 7, el DFI señaló lo siguiente en el lineamiento aplicable a los establecimientos que realicen actividades relativas a los productos alimenticios:

a. Los revestimientos de suelo deberán estar perfectamente mantenidos, ser fáciles de limpiar y desinfectar en caso necesario; deben ser impermeables, repelentes al agua y resistentes a la abrasión y estar fabricados con materiales no tóxicos; cuando sea apropiado, se deberá prever un sistema adecuado para la evacuación de aguas residuales; se permiten otros materiales si el responsable puede demostrar a la autoridad cantonal competente que son adecuados.

b. Las superficies de las paredes deben estar perfectamente mantenidas, ser fáciles de limpiar y desinfectar en caso necesario; deben estar fabricados con

materiales impermeables, hidrófugos, resistentes a la abrasión y no tóxicos; deberán tener una superficie lisa hasta una altura adecuada a las operaciones a que se destinen las instalaciones; el responsable deberá poder demostrar a la autoridad de ejecución cantonal competente que los demás materiales utilizados, en su caso, son adecuados.

c. Los techos, falsos techos y cubiertas expuestas deberán construirse y diseñarse de forma que se evite la suciedad y se reduzca al máximo la condensación, la aparición de moho indeseado y el derrame de partículas.

d. Las ventanas y otras aberturas deben estar diseñadas para evitar la suciedad; las que den acceso al ambiente exterior deberán estar equipadas, en caso necesario, con mosquiteras fácilmente desmontables para su limpieza; si la apertura de las ventanas puede favorecer la contaminación, éstas deberán permanecer cerradas durante las etapas de fabricación, procesamiento o tratamiento.

e. Las puertas deben ser fáciles de limpiar y desinfectar en caso necesario; deben tener una superficie lisa y repelente al agua; el responsable deberá poder demostrar a la autoridad de ejecución cantonal competente que los demás materiales utilizados, en su caso, son adecuados.

f. Las superficies de las zonas en las que se realicen actividades relacionadas con alimentos, en particular las superficies en contacto con alimentos deberán estar perfectamente mantenidas y ser fáciles de limpiar y desinfectar en caso necesario; deben estar fabricados con materiales lisos, resistentes a la abrasión, a la corrosión y no tóxicos.

g. El responsable deberá poder demostrar a la autoridad de ejecución cantonal competente que los demás materiales utilizados, si procede, son adecuados. De

ser necesario, se deberán tomar las medidas adecuadas para limpiar, desinfectar y almacenar las herramientas y equipos de trabajo. Estos dispositivos deben estar fabricados con materiales resistentes a la corrosión, ser fáciles de limpiar y tener un suministro adecuado de agua fría y caliente.

- **Con respecto al transporte.** En el Artículo 12, se menciona lo siguiente:

a. Los contenedores utilizados para el transporte de productos alimenticios deberán estar limpios y en buen estado, de manera que los productos alimenticios queden protegidos de cualquier contaminación. Deben estar diseñados y contruidos de manera que puedan limpiarse o desinfectarse adecuadamente.

b. Si existe el riesgo de que los productos alimenticios se contaminen con otras mercancías transportadas, los contenedores utilizados deberán reservarse exclusivamente para el transporte de productos alimenticios.

c. Cuando se utilicen contenedores para transportar simultáneamente productos alimenticios y otras mercancías o productos alimenticios diferentes, dichos productos deberán mantenerse, cuando sea necesario, estrictamente separados.

d. Cuando los contenedores también se utilicen para transportar productos distintos de los alimenticios o para transportar diferentes productos alimenticios, deberán limpiarse cuidadosamente entre cargas.

e. Para los productos alimenticios que se transporten a granel en forma líquida, granulada o en polvo, se deberán utilizar contenedores reservados para el transporte de productos alimenticios. Estos contenedores deberán llevar una marca claramente visible e indeleble, en una de las lenguas oficiales de la

confederación, que indique que se trata de un contenedor reservado exclusivamente al transporte de productos alimenticios.

f. Los productos alimenticios cargados en contenedores deberán disponerse y protegerse de tal forma que se reduzca al máximo el riesgo de contaminación.

g. Los contenedores destinados al transporte de productos alimenticios que deban mantenerse a una temperatura controlada deberán diseñarse de tal manera que los productos alimenticios puedan mantenerse a la temperatura adecuada y que sea posible controlar la temperatura de transporte.

- **Con respecto a los equipos.** En el Artículo 13 hace referencia a que, los equipos, tales como recipientes, aparatos, instrumentos, dispositivos y otros objetos que entren en contacto con productos alimenticios deberán cumplir los siguientes requisitos:

a. Deberán limpiarse cuidadosamente con regularidad y desinfectarse si es necesario para evitar cualquier contaminación; excepto los contenedores y embalajes perdidos.

b. Deberán diseñarse, construirse y mantenerse de forma que se reduzca máximo el riesgo de contaminación.

c. Deberán instalarse de forma que permitan su adecuada limpieza y la del entorno inmediato.

d. Deberán estar equipados con dispositivos de control adecuados en caso necesario.

e. Si es necesario utilizar aditivos químicos para evitar la corrosión de los equipos, estos deberán utilizarse de acuerdo con las buenas prácticas profesionales.

- **Con respecto a los animales.** De acuerdo con el Artículo 14, se establece que, a los locales en los que se realicen actividades relacionadas con productos alimenticios se les prohíbe el acceso a los animales, incluso si se encuentran alojados o acompañados. Con la excepción:

a. Perros guía que conduzcan o acompañen a una persona discapacitada.

b. Perros, en compañía de un cliente, en el comedor de los establecimientos de restauración, siempre que el responsable lo autorice.

c. Animales mantenidos en los comedores de los establecimientos de restauración de forma que no exista riesgo de contaminación, especialmente en acuarios y terrarios.

- **Con respecto a los desperdicios.** El Artículo 15 dispone lo siguiente:

a. Los residuos de alimentos, los subproductos no comestibles y otros desechos deben eliminarse o retirados lo más rápidamente posible de los locales en los que se realizan actividades en vínculo con los productos alimenticios.

b. Deben almacenarse en contenedores con dispositivo de cierre. Estos contenedores deben ser adecuados, poder mantenerse en perfecto estado y ser fáciles de transportar, limpiar y desinfectar si es necesario.

c. Se deben prever medidas adecuadas para el almacenamiento y la eliminación de desperdicios de alimentos, subproductos no aptos para el consumo humano y otros residuos.

d. Los cuartos de desechos deben diseñarse y mantenerse de tal manera que puedan mantenerse limpios y libre de animales y otras plagas. Se enfrían si es necesario.

e. Los residuos deberán eliminarse en impecables condiciones higiénicas.

f. Para cualquier otro tipo de contenedor u otros sistemas de eliminación, la persona responsable debe poder demostrar a la autoridad de ejecución cantonal competente que esta es una solución adecuada.

• **Con respecto a las materias primas, ingredientes y productos alimenticios.** Conforme al Artículo 17, se dispone lo siguiente:

a. La persona responsable no debe aceptar materias primas ni ingredientes que sabe por experiencia o tiene todos los motivos para suponer que están contaminados por parásitos, microorganismos patógenos o sustancias tóxicas, descompuestas o extranjeros, hasta el punto de que resulten no aptos para el consumo humano, incluso después de su clasificación normal, pretratamiento o procesados higiénicamente impecable.

b. Los alimentos crudos, no listos para consumir, deben almacenarse por separado de los alimentos listos para el consumo. Durante la transformación y la preparación, especialmente al lavar y pelar, es necesario tener en cuenta disposiciones necesarias para separar los alimentos crudos de los alimentos listos para comer.

c. Materias primas e ingredientes almacenados en un establecimiento del sector. Los alimentos deben almacenarse en condiciones adecuadas para evitar cualquier deterioro perjudicial y protegerlos contra cualquier contaminación.

d. Los productos alimenticios deben protegerse contra cualquier contaminación que los haga no aptos para el consumo humano durante su fabricación, procesamiento, almacenamiento, embalaje, entrega y transporte.

e. Las sustancias nocivas para la salud o no aptas para el consumo deberán ser etiquetadas adecuadamente y almacenadas por separado en contenedores cerrados.

En el Capítulo 4 de la *Ordonnance du DFI sur l'hygiène dans les activités liées aux denrées alimentaires* (Ordenanza del DFI sobre higiene en las actividades relacionadas con la alimentación) (2016, actualizada en 2020), se establecen los requisitos para los procesos térmicos e higiene del procesamiento de los alimentos:

- **Con respecto a la refrigeración.** El contenido del Artículo 24 señala lo siguiente:

a. Las temperaturas de refrigeración deberán fijarse de forma que se garantice la seguridad de los alimentos en todo momento.

b. La cadena de frío no debe interrumpirse. No obstante, los requisitos de temperatura podrán suspenderse temporalmente por un breve periodo, únicamente si las condiciones de preparación, el transporte, el almacenamiento y la entrega del producto alimenticio o el servicio así lo requieren, y siempre que dicha excepción no sea perjudicial para la salud de los consumidores.

4.1.2 Certificaciones obligatorias para la exportación (UTZ, Fair Trade, Rainforest Alliance). Las certificaciones obligatorias constituyen un elemento esencial para ingresar a los mercados internacionales, particularmente en áreas con rigurosos estándares regulatorios como la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA). Estos países requieren que los productos importados se adhieran a regulaciones rigurosas en cuanto a calidad, seguridad, salud y medio ambiente.

Por esta razón, obtener las certificaciones adecuadas no solo es un requisito legal, sino también un instrumento necesario para asegurar la competitividad y la confiabilidad de los exportadores ante consumidores rigurosos. En este escenario, las certificaciones exigidas en estos mercados para el cacao son UTZ (que hace parte ahora de Rainforest Alliance), Fair Trade, Rainforest Alliance.

4.1.2.1 UTZ (Rainforest Alliance). La certificación UTZ-Rainforest Alliance es un programa de sostenibilidad para la producción de cacao que busca promover buenas prácticas agrícolas, la protección del medio ambiente y mejores condiciones de vida para los agricultores (Wenda et al., 2024). Los estudios muestran diferentes niveles de adopción entre los productores de cacao, y factores como el tamaño de la finca, la educación y la experiencia influyen en la participación (Wenda et al., 2024; Iddrisu et al., 2020). Se ha descubierto que la certificación aumenta el rendimiento y los ingresos familiares de los agricultores participantes (Iddrisu et al., 2020).

Desde 2018, la entidad de UTZ colabora con Rainforest Alliance con el objetivo de edificar un futuro más prometedor para las personas y la naturaleza, así como de fortalecer las alianzas con los distintos actores involucrados. Es de esa manera que, Rainforest Alliance (2022) estableció que:

La etiqueta de UTZ representa una agricultura más sostenible con mejores oportunidades para los agricultores, sus familias y nuestro planeta. El programa de certificación UTZ permite que los agricultores usen mejores métodos agrícolas, produzcan mejores cultivos y generen más ingresos. Con el programa, los productores aprenden a mejorar las condiciones de trabajo, adaptarse al cambio climático y proteger el medioambiente. (párr. 1)

Para obtener el certificado, los agricultores deben participar en el programa de certificación UTZ, que les permite usar mejores métodos agrícolas, producir mejores cultivos y generar más ingresos. Los productores aprenden a mejorar las condiciones de trabajo, adaptarse al cambio climático y proteger el medio ambiente.

Entre los requisitos que se desarrollan en el programa se encuentran “las buenas prácticas agrícolas y de manejo de fincas, condiciones laborales sanas y seguras, abordar el tema del trabajo infantil, el trabajo forzado y la protección de la naturaleza” (Rainforest Alliance, 2022, párr. 3). En cuanto al sello de la certificación con la unión a Rainforest Alliance, “el programa de certificación UTZ y su correspondiente etiqueta están siendo retirados de manera gradual” (Rainforest Alliance, 2022, párr. 7).

Cuadro 3. Logos comparativos de UTZ.



Fuente: Rainforest Alliance, (2022).

4.1.2.2 *Fairtrade*. La certificación de Fairtrade (Comercio Justo) tiene como objetivo promover prácticas de producción éticas y responsables, beneficiando a los pequeños productores y fomentando el desarrollo local (Bolandini et al., 2023; García y Tablada, 2020). “Fairtrade es conocido por su sello azul y verde, pero somos más que un simple sello” (Fairtrade, 2025, párr. 1).

Esta certificación “apoya a los agricultores y trabajadores a través de un modelo de precios único, establece estándares rigurosos en toda la cadena de suministro y fomenta comunidades de productores sólidas mediante redes locales y regionales” (Fairtrade, 2025, párr. 1). En ese sentido, Fairtrade propone una opción distinta al comercio tradicional y se fundamenta en un convenio entre productores y consumidores con la meta de mejorar las vidas y disminuir la pobreza a través de prácticas de comercio éticas. El objetivo del sistema de certificación Fairtrade es asegurar a los consumidores que el producto que compran satisface estándares sociales, económicos y medioambientales específicos.

El proceso para la obtención de esta certificación empieza al ponerse en contacto con la entidad Certificación Fairtrade, quienes establecen los siguientes pasos para lograr la certificación:

1. *Solicitud de FLOCERT*. Se debe contactar a FLOCERT, la auditora externa con la que colabora Fairtrade de manera exclusiva. Estos asisten en la determinación de lo que es más beneficioso para la empresa: certificar la cadena de suministro actual u optar por una ya certificada. Con un mejor entendimiento de lo que se requiere, se envía una petición a FLOCERT junto con los costos relacionados.

2. *Permiso para comercializar*. La solicitud será revisada y, si es aprobada, se recibirá un permiso para comercializar, lo que significará que ya se podrá

empezar a abastecerse oficialmente de productos certificados Fairtrade. Sin embargo, la marca aún no puede utilizar el Sello Fairtrade en sus envases.

3. *Audidores de confianza.* FLOCERT es el organismo mundial de certificación para Fairtrade. Estos trabajan exclusivamente con esta empresa auditora externa porque la verificación independiente e imparcial es fundamental para la transparencia. FLOCERT cuenta con una gran experiencia en una amplia variedad de productos, por lo que no sólo puede evaluar si se cumplen los estándares Fairtrade, sino que también puede proporcionar una opinión reflexiva sobre las mejoras en caso de que se produzcan incumplimientos. Luego de pasar exitosamente la auditoria, se expedirá la certificación.

4. *Auditorías periódicas.* Las cadenas de suministro pueden cambiar en un instante. Por eso, FLOCERT audita regularmente todos los pasos de la cadena de suministro (organizaciones de productores y empresas por igual) para garantizar que todos siguen los estándares Fairtrade.

Ilustración 4. Logo de Fairtrade.



Fuente: Certificación Fairtrade, (2025).

4.1.2.3 *Rainforest Alliance.* La certificación Rainforest Alliance (RA) es una estrategia de sostenibilidad destinada a promover prácticas agrícolas

respetuosas con el medio ambiente y socialmente responsables. Contribuye significativamente a la protección del medio ambiente, la equidad y la viabilidad económica de las empresas certificadas (Roblez et al., 2021). La certificación ayuda a mejorar las prácticas de gestión agrícola, la calidad del producto y el control de costes (Oktami et al., 2014). Según Rainforest Alliance (2025), la certificación es aquella que:

Ayuda a los agricultores a producir mejores cultivos, adaptarse al cambio climático, aumentar su productividad y reducir costos. Estos beneficios proporcionan a las empresas un suministro constante y seguro de productos certificados. Abastecerse con productos Rainforest Alliance Certified también ayuda a las empresas a cumplir las expectativas de los consumidores y salvaguardar la credibilidad de su marca. (párr. 1)

La certificación Rainforest Alliance (RA) es adoptada cada vez más por los exportadores agrícolas como una estrategia competitiva para satisfacer las demandas del mercado internacional y mejorar la sostenibilidad (Roblez et al., 2021). Teniendo en cuenta la relevancia de la certificación, es necesario cumplir con una serie de pasos para su obtención. En este contexto, Rainforest Alliance (2024) establece los siguientes:

1. *Prepararse para la auditoría de certificación de la finca.* Para obtener la certificación, la finca necesitará una auditoría. El primer paso es prepararse para la auditoría. Revisar y asegurarse de cumplir con todos los requisitos de la Norma de Rainforest Alliance para la Agricultura Sostenible. Asegurarse de revisar todas las reglas y políticas de respaldo. Para apoyarse, Rainforest Alliance ofrece capacitación en línea que sirven de guía. En algunos países, también se cuenta con expertos en campo que pueden ayudar. Se puede poner en contacto con el representante local o entrenador para comenzar.

2. *Encontrar un ente de certificación autorizado por Rainforest Alliance.* Cuando se está listo, el siguiente paso para lograr que la finca sea certificada Rainforest Alliance es comunicarse con un organismo de certificación autorizado en su área. Este organismo de certificación auditará la finca. Esta auditoría determinará si está cumpliendo con la Norma de Rainforest Alliance para la Agricultura Sostenible.

Los agricultores son responsables de pagar la auditoría. Los costos de esta pueden variar y dependen en parte del tamaño de la finca, su ubicación geográfica y su complejidad. Por ejemplo, una finca que solo produce un cultivo es más simple que una finca que produce procesa y empaca ese mismo cultivo. Para lograr encontrar un ente que certifique cerca de la región, se puede hacer a través del siguiente enlace: <https://www.rainforest-alliance.org/es/business-es/certificacion/organismos-de-certificacion-autorizados/>

3. *Organizar la auditoría de la finca.* Una vez que se haya elegido un ente de certificación, los auditores programarán una visita a la finca. Durante esta visita, llevarán a cabo auditorías de campo y se asegurarán de que siga la Norma de Rainforest Alliance para la Agricultura Sostenible. Después de la auditoría, el organismo certificador informará si la finca cumple con todos los requisitos de la norma. Si pasa, ¡genial! Está listo para el siguiente paso. Pero si no pasa la primera vez, no hay necesidad de preocuparse, el auditor dará una retroalimentación sobre lo que se necesita mejorar. Entonces, se puede intentar de nuevo.

4. *Vender el cultivo certificado Rainforest Alliance.* Concluido exitosamente el proceso de auditoría de la finca, la certificación finaliza, permitiendo comercializar el cultivo con el sello Rainforest Alliance Certified (Ver Ilustración 5). Para que la finca pueda vender productos certificados, debe firmar el Acuerdo Legal utilizando la Plataforma de Certificación Rainforest Alliance (RACP), el cual es un

requisito para el uso del sello oficial. Según los términos del Acuerdo Legal 2020, las fincas pueden solicitar aprobación para el uso del sello en sus productos, mediante la presentación de la solicitud a la plataforma a cargo del proceso de declaraciones.

Ilustración 5. Sello de Rainforest Alliance.



Fuente: Rainforest Alliance, (2025).

4.1.3 Regulaciones sobre residuos químicos y trazabilidad en el cacao.

4.1.3.1 Regulaciones sobre residuos químicos. Las regulaciones sobre residuos químicos en el cacao para la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), se alinean con las normativas de la Unión Europea (UE) debido a los acuerdos del Espacio Económico Europeo (EEE). Estas regulaciones “han establecido límites máximos de residuos para garantizar que los productos químicos aplicados durante el cultivo, el almacenamiento o el transporte no comprometan la salud alimentaria.” (Rojas, 2024, párr. 4).

Según el Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI, 2024), la Unión Europea regula el contenido de residuos químicos en los productos derivados del cacao al establecer límites mínimos y máximos según el caso. La regulación es de aplicación obligatoria, y su violación significa que un

país en cuestión no proporciona alimentos seguros para el mercado. Entre estas regulaciones se encuentran:

Cadmio

- Chocolate con menos del 30% de sólidos secos de cacao: 0.10 mg/kg.
- Chocolate con menos del 50% de sólidos secos de cacao; chocolate con más del 30% de sólidos secos de cacao: 0.30 mg/kg.
- Chocolate con más del 50% de sólidos secos de cacao: 0.80 mg/kg.
- Cacao en polvo vendido al consumidor final o como ingrediente en cacao en polvo azucarado vendido al consumidor final: 0.60 mg/kg.

Plomo: el límite máximo permitido es de 2 mg/kg en la fracción de cacao.

Hexano: en productos como el cacao en polvo, el límite máximo permitido es de 1 mg/kg.

Hidrocarburos aromáticos policíclicos (HAP): límite máximo: 5,0 kg.

Benzoapirenoy: 30 kg de grasa en total.

4.1.3.2 Trazabilidad del cacao. En lo referente a la trazabilidad del cacao, existen normativas puntuales sobre cómo se deben manejar en los países miembros de la EFTA, es decir que cada país establece en sus normativas nacionales artículos que determinan como se debe abordar la trazabilidad. Si bien no todas hablan literalmente del cacao, se interpretan para este al encajarse en alimento o materia prima destinado al consumo humano.

- **NORUEGA.** La normativa Forskrift om næringsmiddelhygiene (Reglamento sobre higiene de alimentos), (Nærings- og fiskeridepartementet, Landbruks- og matdepartementet, Helse- og omsorgsdepartementet, (2009, actualizado 2019) determina lo siguiente sobre la trazabilidad:

1. *Identificación de productos y lotes.* El Artículo 1 establece que todos los productos alimenticios, incluido el cacao, deben ser identificables y etiquetados adecuadamente para garantizar la trazabilidad a lo largo de toda la cadena de suministro. "Hver næringsmiddel skal kunne identifiseres med passende etikett for å sikre sporbarhet." (Nærings- og fiskeridepartementet, Landbruks- og matdepartementet, Helse- og omsorgsdepartementet, (2009, actualizado 2019). Cada lote de cacao debe estar acompañado de registros que incluyan: origen del producto, identificación del productor/exportador, detalles sobre las condiciones de transporte e información sobre los procesos de manejo y almacenamiento.

2. *Registros de origen y destino.* El Artículo 5.a menciona que se exige a los operadores mantener registros que identifiquen claramente: el proveedor que entregó el producto, los clientes que recibieron el producto y las condiciones de transporte y almacenamiento.

3. *Procedimientos en caso de riesgo alimentario.* El Artículo 8.b indica que, si se detecta algún riesgo en un producto alimenticio, los operadores están obligados a informar a las autoridades competentes de forma inmediata y a retirar el producto del mercado.

4. *Acceso a registros por parte de autoridades.* El Artículo 6.c establece que los registros deben estar disponibles para las autoridades competentes en todo momento, asegurando transparencia y control efectivo. "Registre skal være tilgjengelige for myndigheter til enhver tid." (Nærings- og fiskeridepartementet, Landbruks- og matdepartementet, Helse- og omsorgsdepartementet, (2009, actualizado 2019).

- **SUIZA.** En lo que respecto a cómo maneja este país la trazabilidad de sus importaciones, en este caso el cacao la normativa Ordonnance du DFI sur

l'hygiène dans les activités liées aux denrées alimentaires (OHyg) (Ordenanza del DFI sobre higiene en las actividades relacionadas con la alimentación), (Département fédéral de l'intérieur (DFI), 2016, editada 2020), determina lo siguiente:

1. *Identificación de lotes.* El Artículo 3.1 dicta que lotes de alimentos deben estar claramente definidos e identificados para garantizar su trazabilidad. Esto incluye la posibilidad de rastrear cada lote desde su producción inicial hasta el consumidor final. "La dénomination des produits doit permettre une identification claire afin d'assurer la traçabilité." (Département fédéral de l'intérieur (DFI), 2016, editada 2020).

2. *Documentación sobre el origen y destino.* El Artículo 17 señala que los operadores alimentarios están obligados a conservar registros que permitan identificar el origen de los productos, el destino y las condiciones en las que se manipulan y transportan. Esto es esencial para garantizar la seguridad alimentaria y la confianza del consumidor. "Les documents relatifs aux denrées alimentaires doivent inclure toutes les informations permettant de garantir leur provenance et leur conformité." (Département fédéral de l'intérieur (DFI), 2016, editada 2020).

3. *Obligación de informar sobre riesgos.* El Artículo 8.c cita que, si se detecta algún riesgo o incumplimiento normativo relacionado con un lote, el operador debe informar de inmediato a las autoridades y retirar el producto del mercado. Este procedimiento garantiza que los productos inseguros no lleguen al consumidor. "Les opérateurs doivent notifier les risques sanitaires éventuels et retirer les produits affectés conformément aux règles." (Département fédéral de l'intérieur (DFI), 2016, editada 2020).

4. *Transparencia y acceso a registros.* El Artículo 18 especifica que los registros de trazabilidad deben estar disponibles para las autoridades competentes en todo momento. Esto asegura que la cadena de suministro pueda ser inspeccionada con facilidad y rapidez. "Les données de traçabilité doivent être accessibles aux autorités compétentes sur demande." (Département fédéral de l'intérieur (DFI), 2016, editada 2020).

- **ISLANDIA.** En la normativa Lög um matvæli (Ley sobre alimentos) de Islandia, se establece un marco claro para la trazabilidad de los productos alimenticios, incluida la producción y distribución de cacao. Según el contenido, se destaca lo siguiente:

1. *Requisitos de trazabilidad.* En el Artículo 13.a se destaca que, la trazabilidad debe garantizarse en todas las etapas de producción y distribución. Esto incluye materias primas, productos intermedios y finales. Los operadores alimentarios deben tener sistemas para rastrear a los proveedores que les entregaron productos o materias primas y los clientes a los que entregaron sus productos. Los productos deben estar etiquetados y ser identificables para facilitar el rastreo mediante documentos o información relevante.

2. *Responsabilidades de los operadores.* Los Artículos 8.c y 13.a hacen referencia a que, si un operador detecta que un producto no cumple con los requisitos de seguridad alimentaria, está obligado a retirar el producto del mercado, informar a las autoridades competentes y tomar medidas para evitar riesgos al consumidor, incluyendo la notificación inmediata a clientes y consumidores si es necesario.

3. *Transparencia y documentación.* El Artículo 13.a señala que es obligatorio implementar sistemas y procedimientos para proporcionar la información de trazabilidad a las autoridades cuando sea requerido. Además, los productos

deben ser etiquetados de manera que permitan su rastreo con documentación adecuada, asegurando conformidad con los estándares.

- **LIECHTENSTEIN.** La Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (ODAIIOUs), traducida como Prescripción sobre alimentos y objetos de uso común, emitida por el Departamento Federal de Asuntos Internos (DFI) y actualizada en 2020, dispone lo siguiente en relación con la trazabilidad:

1. *Identificación y seguimiento de lotes.* En el Artículo 1 se establece que la fabricación, transformación, transporte y comercialización de los productos alimenticios deben garantizar que los productos sean identificables y rastreables. Esto incluye el etiquetado adecuado y la información necesaria para seguir cada lote.

2. *Documentación sobre el origen y destino.* En el Artículo 2 se definen los establecimientos del sector alimentario y se exige que cada unidad sea responsable de proporcionar información clara sobre el origen, el destino y las condiciones de manipulación de los productos. Esto asegura una trazabilidad efectiva.

3. *Autocontrol de los operadores.* El Artículo 1.f menciona que los operadores están obligados a realizar controles internos para garantizar la trazabilidad de los productos, incluyendo el muestreo y las evaluaciones necesarias.

4. *Obligación de acceso para las autoridades competentes.* El Artículo 8 resalta que los operadores deben garantizar que los datos de trazabilidad estén disponibles para las autoridades competentes en cualquier momento, especialmente en casos de inspección o evaluación de riesgos.

4.2 PROCEDIMIENTOS LOGÍSTICOS, DOCUMENTALES Y ADMINISTRATIVOS NECESARIOS PARA EXPORTAR CACAO DESDE EL DEPARTAMENTO DEL CESAR HACIA LOS PAÍSES DE LA EFTA.

La exportación de cacao desde el departamento del Cesar hacia los países miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) requiere una planificación meticulosa y el cumplimiento de procedimientos logísticos, documentales y administrativos específicos. Estos procedimientos garantizan que el cacao cumpla con los estándares internacionales de calidad, seguridad y trazabilidad, asegurando así el acceso al mercado EFTA. Este proceso involucra desde la correcta cosecha y almacenamiento del cacao hasta la gestión documental y aduanera necesaria para su transporte y comercialización en países como Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein.

4.2.1 Logística de exportación.

4.2.1.1 Preparación del producto.

- **Selección y cosecha del cacao.** La selección y la cosecha del cacao son necesarios dentro del proceso de exportación porque aseguran la calidad y consistencia del grano, lo que es relevante para el cumplimiento de las normas, reglamentos internacionales y para la satisfacción de las expectativas del mercado. Un cacao bien seleccionado es capaz de evitar defectos y obtener un sabor y aroma óptimos, lo que agrega valor al producto vendido maximizando las ganancias. Por otro lado, la cosecha en el punto óptimo de la maduración asegura que el cacao conserve sus características distintivas para competir en los mercados internacionales que priorizan la excelencia y sostenibilidad.

La Compañía Nacional de Chocolates S.A.S. (2019), en adelante “CNCh”, desarrolló una cartilla titulada “*Cosecha, beneficio y calidad del grano de cacao (Theobroma cacao L.)*”, en la cual se destacan prácticas sostenibles y técnicas

para mejorar la producción en el sector cacaotero colombiano. Con respecto a la cosecha, plantearon que “los frutos o mazorcas de cacao se cosechan cuando éstas han llegado a su punto de madurez fisiológica, entre los 5 a 6 meses después de floración.” (p. 8). Además de eso, plantearon que sería dañino para la mazorca el ser cosechadas con las manos o con algún machete. Como recomendación, se debe realizar la cosecha con herramientas diseñadas para este procedimiento. Aunado a lo anterior, también establecieron que:

Cuando la mazorca de cacao ha llegado a su punto de maduración óptima (variedades con frutos verdes se tornan amarillos y variedades con frutos rojos o vino tinto se tornan rojo intenso o anaranjados), se procede con la cosecha de los frutos, con una tijera podadora manual u horquilla (media luna), cortando adecuadamente el pedúnculo sin afectar los cojines florales. (p. 8)

Para realizar una cosecha que mantenga en óptimas condiciones la calidad del cacao, la cartilla establece cuatro (4) aspectos que deben atenderse para que tanto la mazorca como el grano sean de alto valor. Estos aspectos son madurez, recolección, herramientas y desgrane de mazorca.

1. Recolección. Para obtener granos de calidad, la CNCh (2019) planteó los siguientes criterios en cuanto a la cosecha en el aspecto de madurez:

- Cosechar solo las mazorcas maduras, ya que las inmaduras o biches producen un sabor - amargo y astringentes.
- La recolección debe hacerse en costales, canastas, carretillas o baldes limpios y en buen estado.
- Recolectar cada 15 días en épocas de alta cosecha y cada 20 o 30 días en épocas de baja producción.
- Se deben cosechar solo las mazorcas sanas, si hay frutos enfermos que tienen algunos granos sanos, estos se deben cosechar y desgranar en el

sitio para evitar diseminar el hongo por el lote, garantizando desde el árbol la calidad del grano.

2. Herramientas. Contar con herramientas óptimas para el manejo y apertura de la mazorca beneficia en gran rango la oportunidad de obtener granos de alta calidad. Respecto a lo anterior, la CNCh (2019) estableció la siguiente recomendación: utilizar las herramientas adecuadas (tijeras podadoras manuales, horquillas o media luna) para evitar causar daños a la planta y disminuir los riesgos de infección por patógenos; además, evitar daños a los cojines florales.

Ilustración 6. Herramientas para manipulación de mazorca de cacao.



Hacer montones de mazorcas pequeños a lo largo del terreno, para evitar el traslado de grandes.

Fuente: Compañía Nacional de Chocolates S.A.S. (2019).

Ilustración 7. Pila de mazorcas de cacao.



Cantidades de cáscara y mejorar los rendimientos de la labor.

Fuente: Compañía Nacional de Chocolates S.A.S. (2019).

Ilustración 8. Corte de una mazorca de cacao.



Los cortes se deben hacer en la base del pedúnculo cerca de la mazorca, protegiendo el cojín floral.

Fuente: Compañía Nacional de Chocolates S.A.S. (2019).

3. Desgrane de las mazorcas. Este es uno de los procesos más importantes porque implica que el grano será procesado para obtener el producto final (cacao en grano). Es por ese motivo que, este proceso se debe hacer con especial cuidado y teniendo en cuenta las recomendaciones dadas por la CNCh (2019):

- El corte de las mazorcas debe ser transversal y sobre una plataforma de corte sin filo. Este es un método seguro que evita que se dañe el grano el cual puede ser susceptible a la infección por hongos y a contribuir con la seguridad del recolector.
- Para el desgrane de las mazorcas es necesario que las personas que realizan esta labor se ubiquen de forma cómoda y cuenten con los materiales y elementos de protección personal (EPP) necesarios y accesibles en el sitio.
- Los granos se depositan en un recipiente limpio de plástico o fibra exclusivos para la labor de cosecha, con la finalidad de evitar la contaminación cruzada por tierra o basura.

- Es recomendable que si usan costales para la recolecta o el transporte de cacao en baba, poner dichos costales sobre un plástico, hojas de plátano u hojarasca en el sitio de la recolecta, para garantizar así inocuidad del producto.
- Se recomienda no dejar cáscaras junto a los tallos de los árboles, ya que se aumenta la incidencia de Phytophthora en las mazorcas cercanas.
- La cacota (residuo de la mazorca de cacao) debe disponerse en el sitio de recolección apilada para su descomposición. Este proceso es una rica fuente de abono orgánico y el principal sitio donde se realiza el ciclo de vida del principal polinizador del cacao (*Forcipomyia* sp).
- Luego de tener el grano en baba debidamente recolectado y separados los sanos de los enfermos, son llevados al sitio dispuesto en la finca para el proceso de fermentación.

ILUSTRACIONES PRÁCTICAS DE LAS RECOMENDACIONES ANTERIORES

Ilustración 9. Cosechador con silla para manipular la mazorca.



Fuente: Butaco o silla plegable para el proceso de desgrane (CNCh, 2019).

Ilustración 10. Recolector manipulando mazorca.



Fuente: Desgrane de mazorcas de cacao (CNCh, 2019).

Ilustración 11. Recolector abriendo mazorca con herramienta.



Fuente: Uso de guantes para desgrane de cacao (CNCh, 2019).

Ilustración 12. Mazorca de cacao abierta.



Fuente: Angulo o caballete para apertura de mazorcas de forma segura (CNCh, 2019).

Ilustración 13. Granos de cacao recién sacados de la mazorca.



Fuente: Grano en baba debidamente recolectado y separados los sanos de los enfermos (CNCh, 2019).

Fuente: elaboración propia (2024).

- **Postcosecha.** La postcosecha también denominada beneficio, es el proceso más importante del tratamiento del grano del cacao. En esta etapa se acentúan el sabor y el aroma característicos, así como las propiedades físicas y organolépticas de cada tipo de cacao. Según la Asociación Cámara Nacional de Cacao Fino de Costa Rica (2014), el proceso de maduración o postcosecha es el garante de que el grano sea apreciado, apetecido por la industria y garantiza su comercialización, tanto a nivel nacional como internacional, justificando un mejor precio.

La Compañía Nacional de Chocolates S.A.S. (2019), planteó que “este proceso postcosecha del cultivo de cacao está compuesto por dos actividades fundamentales (fermentación y secado) que permiten activar las características organolépticas de la almendra de cacao en cuanto a los precursores de sabor, color y aroma a chocolate” (p. 14). En ese orden de ideas, se estableció lo siguiente para dichas actividades:

1. *Fermentación.* Es un proceso bioquímico fundamental en el beneficio donde se producen alcoholes (etanol) y ácidos (láctico y acético), con la participación de microorganismos benéficos como levaduras y bacterias en ambientes aeróbicos y anaeróbicos (CNCh, 2019). Por otro lado, la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER, 2021), junto con otras entidades, elaboraron un manual técnico para la postcosecha de cacao fino y de aroma, donde se determina que la fermentación es un paso crucial del proceso, dado que facilita la formación de los precursores del sabor y aroma característicos del cacao de alta calidad.

La Compañía Nacional de Chocolates S.A.S (2019) y PROCOMER (2021) están de acuerdo en destacar las ventajas esenciales que brinda la fermentación al grano de cacao, considerándola un paso crucial para el desarrollo de sus características físicas, químicas y sensoriales. A continuación, se muestra una

comparación entre las sugerencias técnicas de ambas entidades, mostrando analogías y perspectivas complementarias en relación con este proceso:

Cuadro 4. Comparación de recomendaciones de fermentación.

COMPAÑÍA NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S (2019)	PROCOMER (2021)
Desdoblar los azúcares de la pulpa en alcohol y luego en ácido acético	Eliminar la pulpa azucarada (mucílago), para provocar la aireación de la semilla en la fermentación.
Incrementar de temperatura permitiendo el fisuramiento del grano y la muerte del embrión.	Facilitar el secado y proporcionar calor para la formación de ácido acético. Esto es necesario para matar el embrión de cacao e inhibir la germinación de la semilla.
Transformar el color interno y externo de la almendra activando así los sabores, colores y aromas característicos del chocolate	Desarrollar cambios de coloración de los granos en su interior dependiendo de la variedad.
Reducir los sabores amargos y astringentes del grano.	Eliminar el exceso de humedad que posee el grano inicialmente (60%) y que al final del proceso de fermentación y secado debe de ser entre un 6,5 y hasta un máximo de 8,0%.

Fuente: elaboración propia (2025).

- **Infraestructura requerida para la fermentación.** Para que el grano de cacao se desarrolle de manera eficiente y cumpla con los estándares de alta calidad, es imprescindible disponer de una infraestructura que asegure que el proceso de fermentación se lleve a cabo en las condiciones adecuadas y con los equipos requeridos para ello. En concordancia con ello, PROCOMER (2021) plantea que este ambiente debe ser un lugar protegido de la lluvia y el viento para prevenir corrientes de aire extendidas que provocan bajas temperaturas en la masa del cacao durante la fermentación. Siguiendo esa perspectiva, la Compañía Nacional de Chocolate (2019) detalla que:

El proceso de fermentación se debe realizar en infraestructuras elaboradas con maderas blancas, secas, libres de olores y procesos que requieran aplicar químicos, deben estar ubicadas bajo techo y en un espacio cerrado. Los cajones deben estar levantados del piso 15 a 20 cm, deben tener huecos en el fondo para escurrir los azúcares o baba del

cacao y deben tener unas dimensiones máximas de 70 cm de profundidad y de 80 cm de ancho. (p. 16)

En ese mismo sentido, PROCOMER (2021) propone que este proceso también se puede hacer en paredes con mantas de polipropileno, pared de ladrillo, machimbrado de bambú, bodegas cerradas con una adecuada ventilación, entre otras.

Cuadro 5. Cajones utilizados para la fermentación.



Fuente: CNCh (2019).

2. *Secado.* El siguiente paso a la fermentación es el secado, en este “luego de tener granos suficientemente fermentados se pasa al proceso de secado, en las infraestructuras habilitadas según los requerimientos de cada productor. Esto permitirá bajar los índices de humedad en el grano de cacao” (CNCh, 2019, p.

20). Además, elimina el contenido de ácido acético del grano y promueve la oxidación que conllevan a continuar con las reacciones bioquímicas propias de la fermentación que contribuyen al desarrollo del sabor característico a chocolate (PROCOMER, 2021).

Cuadro 6. Recomendaciones para el secado.

RECOMENDACIONES	
UBICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - El secador no debe instalarse cerca de áreas con vegetación densa, ya que esta dificulta la circulación adecuada del aire, lo que incrementa la humedad ambiental en el proceso de postcosecha de cacao fino y de aroma, reduciendo así la eficiencia del secado. - Es importante evitar ubicar el área de secado en lugares cercanos a fuentes de olores o gases que puedan contaminar los granos de cacao, ya que este tiene la capacidad de absorber tanto los olores como la humedad del entorno. - El área de secado debe estar alejada de zonas de cultivo donde se utilicen agroquímicos sin los protocolos adecuados para evitar la contaminación cruzada. - Se debe evitar colocar el área de secado en lugares donde puedan presentarse lluvias frecuentes o corrientes de aire extremadamente frías. - Es fundamental impedir la presencia de animales domésticos, como perros, gatos y aves de corral, para prevenir la contaminación por sus excrementos.
TIEMPO	<ul style="list-style-type: none"> - Una velocidad muy alta (2-4 días) favorece que los granos guarden ácido acético en su interior y se sequen únicamente en el exterior, provocando que los granos se aplasten rápidamente y tengan una mayor acidificación. - Una velocidad muy bajas velocidades de secado (10-15 días) se promueven el desarrollo de hongos en el interior y exterior del grano, haciéndolos no comerciales y alterando su calidad final. - La cantidad de días dependerá de las condiciones de brillo solar, nubosidad y humedad relativa del lugar.

Fuente: elaboración propia, basada en PROCOMER (2021).

- **Tipos de secado.**

Secado natural: se caracteriza por emplear la energía del sol como la principal fuente de calor, de modo que el aire se mueve naturalmente sin intervención de las personas. Se debe tomar en cuenta que las áreas y superficie que serán utilizadas para secar los granos deben mantenerse limpias y realizar una desinfección por lo menos una vez cada 15 días (PROCOMER, 2021). Para el

secado natural, existen distintas maneras de realizarlo. PROCOMER (2021) establece las siguientes (Ver Cuadro 7):

Cuadro 7. Tipos de secado.

FORMAS DE SECADO	CONCEPTO	ILUSTRACIÓN
Secado sobre mantas de lona o polipropileno	<p>En un piso plano se colocan mantas de gran tamaño, confeccionadas con materiales que no transfieren olor al cacao. Generalmente son de lona o polipropileno y de un calibre que las hace resistentes a la manipulación. El cacao se coloca en la superficie y se remueve con distintas herramientas. Por las noches el cacao se debe recoger en hileras altas y taparlo con las mismas mantas.</p>	<p>Ilustración 14. Cacao en secando en polipropileno.</p>  <p>Fuente: Nogales (2024).</p>
Secado en camas levantadas con superficie en madera	<p>Consiste en usar mesones levantados en una estructura de madera directamente sobre la tierra. Generalmente la superficie de secado son construcciones de madera con esterillas de bambú o caña brava . Una particularidad que tienen estas estructuras es no tener paredes, por lo que generalmente usan plásticos o telas de polipropileno para proteger el área de los vientos y la lluvia.</p>	<p>Ilustración 15. cacao secando en superficie de madera.</p>  <p>Fuente: Nogales (2024).</p>
Secadores tipo túnel con camas levantadas	<p>Este sistema generalmente son estructuras en madera con cubierta de plástico que permite una continua radiación solar.</p> <p>Se define como un sistema muy eficiente en el secado del cacao, debido a que funciona con el principio del equilibrio de temperatura en las masas de aire interna y externa, manteniendo una ventilación continua.</p> <p>En el interior del invernadero siempre hay una mayor temperatura, que la temperatura en el exterior, por lo tanto, el aire se mueve de afuera hacia</p>	<p>Ilustración 16. Túneles utilizados para el secado de cacao.</p>  <p>Fuente: Nogales (2024).</p>

adentro tratando de igualar la temperatura y la densidad del aire.

Ilustración 17. Túnel de secado en el interior.



Fuente: Nogales (2024).

Fuente: elaboración propia (basada en PROCOMER, 2021).

Secado artificial: utiliza recursos energéticos distintos al sol para calentar el aire. Aunque los gastos de inversión en el secado artificial son superiores debido a la necesidad de maquinaria que demanda energía constante (Ver Ilustración 18), los gastos en mano de obra son significativamente inferiores, ya que estos secadores suelen contar con sistemas automatizados para llevar a cabo las remociones (PROCOMER, 2021).

Ilustración 18. Máquina para secado artificial de cacao.



Fuente: KHUEANKAEW (s.f.)

4.2.1.2 Embalaje y etiquetado. En este punto, se deben considerar las demandas de cada país miembro de la EFTA respecto al empaquetado y etiquetado que los productos deben satisfacer para entrar a sus territorios. En tal caso, por país se determina lo siguiente:

LIECHTENSTEIN Y SUIZA. En estos países, la normativa de etiquetado está regulado por la *Ordonnance du DFI sur les denrées alimentaires d'origine végétale, los champignons* (Ordenanza DFI sobre alimentos de origen vegetal, setas y sal comestible) (2022). Esta ordenanza establece en su Capítulo 1, Artículo 1, que el etiquetado debe cumplir con las disposiciones generales aplicables a los alimentos de origen vegetal, lo que incluye el cacao. Esas disposiciones se dividen tal como se puede observar en la Ilustración 19.

Ilustración 19. Disposiciones para el etiquetado (Liechtenstein y Suiza).

- 01** **Denominación específica:** los productos de cacao y chocolate deben ser etiquetados con nombres específicos como cacao en polvo, cacao en grano, chocolate con leche, chocolate blanco, entre otros, según su composición y características.
- 02** **Contenido de ingredientes:** la etiqueta debe indicar claramente los ingredientes, incluyendo el porcentaje de manteca de cacao y otros componentes como grasas vegetales, si se utilizan.
- 03** **Información adicional:** en caso de que el producto contenga grasas vegetales distintas de la manteca de cacao, debe incluir la mención visible y legible de "contiene grasas vegetales además de manteca de cacao".
- 04** **Contenido de materia seca de cacao:** para productos como chocolates en polvo y cacaos azucarados, la etiqueta debe especificar el contenido total de materia seca de cacao.

Fuente: elaboración propia (2025).

En lo que respecta al embalaje, el *Département fédéral de l'intérieur (DFI)*, (2016, actualizado en 2020), en su Artículo 18, establece que la entrega a granel de productos alimenticios (ya sea en puntos de venta con autoservicio, establecimientos de restauración o cualquier modalidad de acceso directo por parte del consumidor), solo se permite cuando no suponga un daño para el consumidor debido a la falta de empaquetado. Para ello, es necesario asegurar la existencia de utensilios y empaques apropiados que posibiliten un autoservicio seguro e higiénico. Además, es preciso señalar que, según Procolombia (2023):

Suiza aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de julio de 2004. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional. (p. 9)

Para lograr introducir el producto, teniendo en cuenta esta normativa, se debe presentar un certificado que compruebe que el material utilizado (en este caso las estibas o embalajes de madera) cumplen con las exigencias establecidas en la NIMF-15. En Colombia, dicho certificado lo emite el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). La NIMF-15 (2004), establece que la normativa en lo referente al embalaje se aplica a los siguientes:

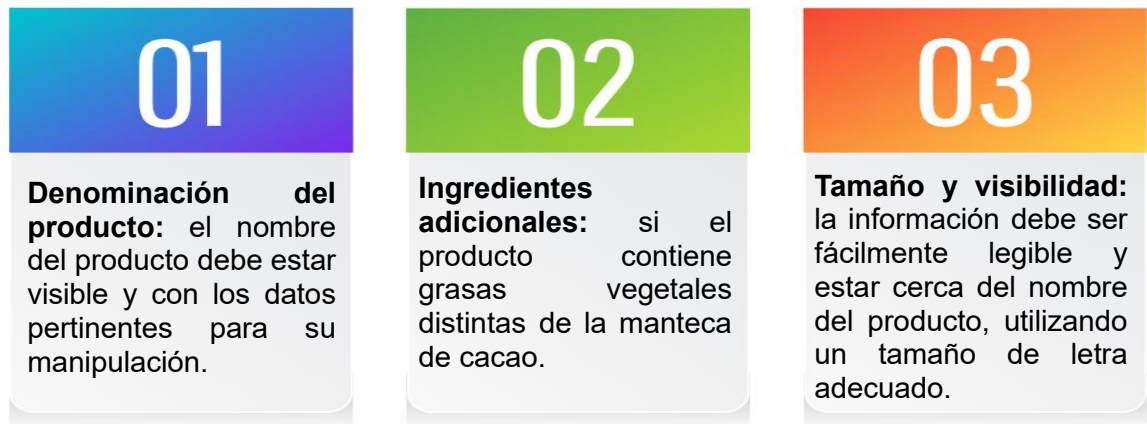
- Embalaje de madera compuesto de madera en bruto de coníferas y no coníferas que pueda representar una vía para las plagas de plantas, constituyendo una amenaza principalmente para los árboles vivos. Atañen al embalaje de madera como las paletas, la madera de estiba, las jaulas, los bloques, los barriles, los cajones, las tablas para carga, los collarines de paleta y los calces, embalaje que puede acompañar a casi cualquier envío importado, incluso a envíos que normalmente no sean objeto de inspección fitosanitaria.

- El embalaje de madera fabricado en su totalidad de productos derivados de la madera tales como el contrachapado, los tableros de partículas, los tableros de fibra orientada o las hojas de chapa que se han producido utilizando pegamento, calor y presión o una combinación de estos, deberá considerarse lo suficientemente procesado para haber eliminado el riesgo relacionado con la madera. Como es poco probable que esta madera se vea infestada por plagas de la madera durante su utilización, no deberá reglamentarse para estas plagas.

- El embalaje de madera como los centros de chapa, el aserrín, la lana de madera, las virutas y la madera en bruto cortada en trozos de poco espesor quizás no constituya vías de introducción de plagas cuarentenarias y no deberá reglamentarse, a menos que se cuente con justificación técnica para ello.

ISLANDIA. La regulación “Reglugerð um kakó- og súkkulaðivörur” (Reglamento sobre los productos de cacao y chocolate), emitida por el Ministerio de Medio Ambiente de Islandia (2002), establece en su Artículo 3 los requisitos aplicables al etiquetado del cacao en grano. Según esta disposición, el etiquetado debe incluir la información que se evidencia en la Ilustración 20.

Ilustración 20. Requisitos aplicables al etiquetado del cacao en grano en Islandia.



Fuente: elaboración propia (2025).

En lo referente al embalaje, se establece en Lög um matvæli¹ (Derecho alimentario), (Parlamento de Islandia (Alþingi), 2019) lo siguiente: el embalaje de alimentos debe estar marcado con el nombre y la dirección del fabricante de alimentos o su distribuidor. Se debe indicar el nombre del producto junto con la información sobre el contenido, condiciones de almacenamiento, vida útil y peso neto o dimensiones legales. Además, es necesario definir normas adicionales en relación con las etiquetas de los recipientes cuando se requiera que estos contengan información acerca de la concentración de componentes individuales, valor nutricional, condición del producto y el tratamiento que ha sido objeto de un producto durante su elaboración.

NORUEGA. Noruega maneja la normativa de la Unión Europea (EU) en lo referente a etiquetado y embalaje. Dicha normativa, según Vásquez y Subiaga (2019), establece los siguientes elementos obligatorios del etiquetado:

- Denominación de venta.
- Lista de ingredientes.
- Cantidad neta.
- Fecha de duración.
- Nombre o razón social y la dirección de fabricante.
- Lugar de origen.
- Instrucciones de grado de alcohol (bebidas que contengan más de 1.2% por volumen).

En lo referente al embalaje, “que son de madera como los cajones, cajas deberán tener un tratamiento que se detalla en la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias (NIMF-15) que es para reducir riesgos de plagas.” (Vásquez y Subiaga, 2019, p. 7). Esta norma describe las medidas fitosanitarias que disminuyen el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias asociadas con la movilización en el comercio internacional de embalaje de

madera fabricado de madera en bruto (Instituto Colombiano Agropecuario - ICA, s.f).

El embalaje de madera deberá contener un sello que cumpla con los siguientes requisitos según el Instituto Colombiano Agropecuario - ICA, (s.f):

- El tamaño, los tipos de letra y la posición de la marca podrán variar, pero su tamaño debe ser suficiente para que resulte visible y legible a los inspectores sin necesidad de una ayuda visual.
- La marca debe tener forma rectangular o cuadrada y estar contenida dentro de un borde con una línea vertical que separe los símbolos de los elementos del código.
- Para facilitar el uso de una plantilla se podrán admitir la presencia de espacios vacíos pequeños en el borde y la línea vertical, así como en otras partes de los elementos que componen la marca.

Ilustración 21. Etiquetado de embalaje de madera.



Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario - ICA, (s.f).

4.2.1.3 Modos de transporte recomendados (marítimo vs. aéreo) y costos asociados. Las empresas de transporte internacional suelen ser las que más conocen las maneras de transportar esta mercancía. En ese sentido, la empresa ASSTRA (2023) afirma que, para el transporte internacional de granos de cacao, se emplean sacos robustos fabricados con fibras gruesas naturales como yute o sisal. Este resistente embalaje contribuye a preservar las cualidades consumibles de los productos.

Dado que el cacao tiende a absorber olores y es susceptible a procesos como la autólisis, el calentamiento propio, la descomposición y el moho, es esencial cumplir estrictamente con todas las condiciones durante su transporte. Las bolsas multicapa y otros tipos de envases utilizados para el transporte de cacao en polvo garantizan un sellado adecuado y protección contra los impactos perjudiciales externos.

En sintonía con lo anterior, la Organización Internacional del Cacao (ICCO, 2021) señala que cada bolsa de cacao debe tener etiquetas claras y legibles que suministren información esencial, como el lugar de origen, la variedad de cacao, la fecha de envasado y la fecha de caducidad o consumo preferente. Este etiquetado es crucial para seguir y mantener el control de la calidad del producto.

Además, para evitar la propagación de plagas durante el transporte, es fundamental que el cacao esté libre de insectos y otros organismos. También resulta esencial que las bolsas estén selladas herméticamente para prevenir la entrada de aire y humedad, factores que podrían propiciar el desarrollo de hongos y el deterioro del producto. Asimismo, es de suma importancia que las bolsas de cacao tengan dimensiones y pesos uniformes, facilitando su manipulación y transporte. Este enfoque contribuye a evitar complicaciones logísticas y daños durante la manipulación.

Una vez hecha las aclaraciones anteriores, se puede establecer las diferencias en cuanto a las características ofrecidas por cada modo de transporte, teniendo en cuenta que deben cumplir con cada una de las especificaciones anteriormente mencionadas. Basado en lo anterior, González (2021) estableció unas ventajas y desventajas que permiten establecer qué modo de transporte funcionaria mejor dependiendo las necesidades del producto.

Cuadro 8. Comparación de los modos de transporte.

MODO DE TRANSPORTE	MARÍTIMO	AÉREO
Rapidez	Es relativamente lento; a menudo el proceso logístico se completa tomando un modo de transporte complementario, ferroviario o terrestre.	El más rápido posible. Es relevante para bienes en tránsito o aquellos con plazos de entrega críticos.
Costos	Bajo costo operativo; la conveniencia de los grandes volúmenes y entregas.	Alto costo; inalcanzable para productos de bajo valor y grandes volúmenes.
Capacidad	Sin restricciones de peso o tamaño; conveniencia de pequeños envíos y grandes contenedores.	Su capacidad de carga real está bastante limitada, por disponer de recintos más pequeños.
Seguridad	Debido a una manipulación más complicada de la carga, hay más posibilidades de que se produzca una mala manipulación de los paquetes (Huang, 2023).	La manipulación del flete aéreo es mínima, por lo que el riesgo de dañar la carga es mínimo (Huang, 2023).
Documento de transporte	Bill of Landing	Air Waybill (AWB)

Fuente: elaboración propia (2025).

- **Costos marítimos.** Este modo de transporte usualmente suele incluir los siguientes costos, según Abraham (2025):
 - Recargos por seguridad aduanera (Sistema de manifiesto automático [Automated Manifest System, AMS], Declaración de seguridad del importador [Import Security Filing, ISF]).
 - Depósito para carga de contenedores (estos son los cargos de consolidación y solo se aplican a LCL).
 - Cargos de manipulación en terminal (cargos de la autoridad portuaria).

- Agencia de aduanas.
- Retiro y entrega.
- Seguro.
- Cargos accesorios (recargos por combustible, manipulación de materiales peligrosos, almacenamiento, etc.).
- Cargos por utilización de ruta (por ejemplo, canal de Panamá, corredor de Alameda).

Ilustración 22. Transporte marítimo.



Fuente: Abraham (2025).

Por otro lado, Amarillolimon (2024) establece que el tipo de flete marítimo contratado también influye en el precio final y en las responsabilidades de las partes involucradas:

1. *Free In (FI)*: el remitente asume los costos de carga en el puerto de origen, mientras que el transportista se encarga del transporte y la descarga en destino.
2. *Free Out (FO)*: la naviera cubre el transporte y la carga inicial, dejando los costos de descarga al importador.
3. *Free In and Out (FIO)*: el remitente y el destinatario cubren los costos de carga y descarga, respectivamente. La naviera solo se encarga del transporte.

- **Costos aéreos.** Para determinar el valor que se deberá pagar a la aerolínea, Shuman (2021) afirma que:

Las empresas aéreas cobrarán por peso volumétrico (también conocido como peso dimensional) o peso real, según cual sea más costoso. Para calcular el peso volumétrico para el envío aéreo, se debe multiplicar el volumen del artículo en metros cúbicos por 167. Si el peso volumétrico excede el peso real del producto, el peso volumétrico se convierte en el peso tasable. (párr. 1 y 2)

En esta misma línea, Shuman (2021) señala que los costos asociados al transporte de carga aérea no se limitan al peso tasable, sino que también abarcan otros cargos adicionales. La Ilustración 23 presenta de forma esquemática los elementos que componen estos costos y que pueden incidir significativamente en el precio final del servicio.

Ilustración 23. Transporte de carga aérea.



Fuente: generado con IA (2025)

Además de lo mencionado, se deben considerar: cargos por manejo en terminales o estaciones de transporte de contenedores, traslados al aeropuerto,

servicios de agencia de aduanas, retiro y entrega, seguro de carga, cargos accesorios, recargos por combustible y recargos de seguridad.

4.2.1.4 Infraestructura y tiempos de tránsito hacia los países de la EFTA. Al momento de la firma del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la EFTA, se firmaron acuerdos bilaterales entre Colombia y tres de los países miembros (Suiza, Islandia, Noruega). Por esa razón, existen perfiles logísticos desarrollados por Procolombia, en busca de contribuir al interés del desarrollo comercial entre estos países el aprovechamiento del tratado.

SUIZA. Procolombia (2023), elaboró una guía titulada “*Perfil de logística desde Colombia hacia Suiza*”, en la cual se establece todo lo relacionado con las rutas disponibles, tanto aéreas como marítimas, para facilitar el comercio entre ambos países, incluyendo información sobre operadores, tiempos estimados y características de cada vía. La Ilustración 24 presenta un mapa de conexión logística entre Colombia y Suiza, que permite visualizar las rutas comerciales y nodos estratégicos de transporte internacional entre ambos territorios.

Ilustración 24. Mapa conexión Colombia – Suiza.



Fuente: Procolombia (2023).

Para que la exportación de productos como el cacao sea eficiente desde Colombia hasta Suiza, se debe contar con una infraestructura logística bien planificada y articulada con los diferentes medios de transporte. Estos pueden ser marítimos, aéreos y terrestres o ferroviarios. Por lo tanto, los conocimientos sobre los puntos de entrada, tiempos de tránsito, operadores y alternativas de conexión se convierten en una necesidad estratégica para los exportadores debido a la complejidad que implica el transporte, especialmente para productos de alto valor, como el cacao fino de aroma.

Rutas Marítimas.

El Rin, cuya fuente brota en los Alpes suizos, es la frontera natural entre Suiza, Alemania y Francia. Sin embargo, el río es navegable sólo a partir del Puerto Fluvial de Basilea, por lo cual es considerado como uno de los centros de trasbordo más importante de la navegación en territorio suizo, es ahí donde se embarcan y descargan las mercancías (Procolombia, 2023, p. 2). En lo que se refiere al acceso marítimo dentro del país, Procolombia (2023) ha especificado que:

Por su ubicación geográfica, el país no cuenta con puertos marítimos. El puerto de Rotterdam en Holanda, principalmente, podría considerarse como la puerta marítima de entrada a Suiza, desde donde la mercancía es reexpedida hacia Zúrich, Ginebra y Basilea, vía terrestre, férrea o fluvial. (p. 3)

En Colombia, según lo expuesto por Procolombia (2023), para llegar a territorio suizo vía mar se puede hacer desde la Costa Atlántica y desde Buenaventura de la siguiente manera:

- Desde la Costa Atlántica, existen cuatro (4) navieras, cuyos tiempos de tránsito se encuentran desde los 13 días con trasbordos en los puertos de Países Bajos, Panamá, Suiza, Bélgica, Reino Unido, Alemania y Francia.
- Desde Buenaventura hacia los puertos de Suiza existen cuatro (4) navieras. Las conexiones se realizan en los puertos de Panamá, Países Bajos, República Dominicana, Suiza y Ecuador.

ProColombia (2023), también ofrece un análisis más detallado de las rutas marítimas, el cual incluye información sobre los puertos de origen y destino, así como de las conexiones intermedias y el tiempo de tránsito estimado. Esta información es crucial para que las empresas interesadas en exportar productos a Suiza puedan optimizar su logística en términos de costo, eficiencia y tiempo de entrega. A continuación, en el Cuadro 9, se muestra un resumen de las rutas marítimas.

Cuadro 9. Rutas marítima Colombia – Suiza.

NAVIERA	PUERTO DE ORIGEN	PUERTO DE DESTINO	CONEXIONES	TIEMPO DE TRÁNSITO (DÍAS)
Maersk	Cartagena	Ginebra	Róterdam - Países Bajos	13
Hapag-Lloyd			Róterdam - Países Bajos	19
Hamburg Sud			Manzanillo - Panamá, Róterdam - Países Bajos, Basel - Suiza*	28
Maersk	Buenaventura	Ginebra	Balboa - Panamá*, Manzanillo - Panamá, Róterdam - Países Bajos	22
Hapag-Lloyd			Cartagena - Colombia, Caucedo - República Dominicana, Róterdam - Países Bajos	27
Hamburg Sud			Balboa - Panamá*, Manzanillo - Panamá, Róterdam - Países Bajos	28
Maersk	Cartagena	Basel	Róterdam - Países Bajos	20
Hapag-Lloyd			Róterdam - Países Bajos	20
Cma Cgm			London Gateway - Reino Unido, Hamburgo - Alemania*	27

Hamburg Sud			Manzanillo - Panamá, Róterdam - Países Bajos	28
Hamburg Sud	Buenaventura		Balboa - Panamá, Róterdam - Países Bajos	28
Maersk			Balboa - Panamá, Róterdam - Países Bajos	30
Cma Cgm			Posorja - Ecuador, Róterdam - Países Bajos*	30
Hapag-Lloyd			Cartagena - Colombia, Róterdam - Países Bajos	32
<p>* Conexión terrestre en camión o tren. * La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.</p>				

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad– ProColombia (2023).

Como se evidencia en el Cuadro 9, los exportadores colombianos disponen de diversas opciones logísticas por transporte marítimo para acceder al mercado suizo. Sin embargo, la mayoría de las alternativas involucran el tránsito por el puerto de Róterdam, para ser reembarcadas por carretera o vía fluvial hasta destinos finales como Ginebra, Basilea o Zúrich, principalmente. La variedad de rutas conduce a la elección de la más eficiente según la naturaleza de la mercancía, el volumen de envío y el plazo de entrega, entre otros criterios.

Rutas Aéreas.

Suiza posee una eficiente infraestructura aeroportuaria compuesta principalmente por los aeropuertos de Zúrich, Basilea y Ginebra. Actualmente, desde Bogotá existen más de 10 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Suiza. Las conexiones se realizan principalmente desde ciudades como Canadá, Francia, Estados Unidos, España, Países Bajos, Alemania y Turquía (Procolombia, 2023).

Cuadro 10. Ruta aérea Colombia – Suiza.

AEROLÍNEA	DESTINOS	CONEXIONES	FRECUENCIAS
Air Canada	Zurich (ZRH)	Montreal - Canadá	Ma
Air France		Paris – Francia	Lu, Ma, Mi, Ju, Vi, Do
Delta Airlines		Nueva York - Estados Unidos	Todos los días

Iberia		Madrid - España	Todos los días
KLM		Ámsterdam - Países Bajos	Lu, Ma, Mi, Ju, Vi, Do
Lufthansa		Frankfurt - Alemania	Ma, Mi, Vi, Sa, Do
United Airlines		Newark - Estados Unidos	Todos los días
Turkish Airlines		Estambul - Turquía	Ma, Mi, Vi, Sa, Do
Latam Airlines		Madrid - España	Todos los días
Air Europa		Madrid - España	Todos los días
Avianca		Miami - Estados Unidos	Lu, Ma, Ju

Fuente: Aerolíneas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad, ProColombia (2023).

Aunque el transporte aéreo implica un mayor costo en el flete en comparación con el marítimo, tiene ventajas significativas en términos de tiempo y menor manipulación del producto. Es posible que el cacao de especialidad, que es perecedero y tiene plazos de entrega cortos, se beneficie de esta ventaja. Además, la variedad de líneas aéreas de Bogotá, así como la frecuencia, aseguran la conexión permanente con las ciudades suizas más importantes.

Rutas Ferroviarias.

Una vez que ingresan las mercancías a Suiza, el sistema ferroviario es el pilar de la distribución interna del país. De forma periódica, recorre de un estado a otro en una red de ciudad e importante industria interconectada. De acuerdo con ProColombia (2023), “la red férrea de Suiza comprende 5.200 km en total, de los cuales el 57% es de propiedad estatal y la mayor parte se encuentra electrificada” (p. 6). La estación de tren central de Zúrich es el “corazón” del sistema ferroviario suizo, por la bahía se realizan y cruzan las rutas a Alemania, Francia, Italia y otros estados miembros de la UE.

NORUEGA. ProColombia (2023), diseñó una guía titulada “*Perfil de logística desde Colombia hacia Noruega*”, en la que se establece todo lo relacionado con las rutas disponibles, tanto aéreas como marítimas, así como datos de cada una de estas.

La Ilustración 25 muestra un mapa de vinculación logística entre Colombia y Noruega, facilitando la visualización de las rutas de comercio y puntos estratégicos de transporte internacional entre ambos países.

Ilustración 25. Mapa conexión Colombia – Noruega.



Fuente: ProColombia (2023).

Rutas Marítimas.

La infraestructura portuaria de Noruega está compuesta por más de 70 puertos para su intercambio comercial. Oslo, Alesund, Stavanger y Bergen son los principales puertos de entrada, los cuales poseen una ubicación geográfica única. ProColombia (2023) menciona que, para llegar a territorio noruego vía mar se puede hacer desde la Costa Atlántica y desde Buenaventura de la siguiente manera:

- Desde la Costa Atlántica se ofrecen rutas marítimas a través de seis (6) navieras, con tiempos de tránsito competitivos desde 16 días. Las conexiones se realizan en los puertos de Países Bajos, Alemania, Panamá, entre otros.

- Desde Buenaventura hacia los puertos de Noruega, seis (6) navieras ofrecen servicio con tiempos de tránsito competitivos desde 27 días. Las conexiones se realizan en los puertos de Países Bajos, Alemania, Panamá, entre otros.

Cuadro 11. Ruta marítima Colombia – Noruega.

NAVIERA	PUERTO DE ORIGEN	PUERTO DESTINO	CONEXIONES	TIEMPO DE TRÁNSITO (DÍAS)
CMA CGM	Cartagena	Oslo	Róterdam - Países Bajos	18
Hapag-Lloyd			Hamburgo - Alemania	24
MSC			Cristóbal - Panamá, Amberes - Bélgica	27
Cosco Shipping			Hamburgo - Alemania	28
ONE Line			Hamburgo - Alemania	28
Maersk			Manzanillo - Panamá, Bremerhaven - Alemania	38
MSC	Buenaventura	Oslo	Cristóbal - Panamá, Amberes - Bélgica	27
Maersk			Balboa - Panamá*, Manzanillo - Panamá, Bremerhaven - Alemani	30
Hapag-Lloyd			Posorja - Ecuador, Hamburgo - Alemania	35
CMA CGM			Cartagena - Colombia, Hamburgo - Alemania	39
ONE Line			Rodman - Panamá, Hamburgo - Alemania	39
Cosco Shipping			Hamburgo - Alemania	50
Hapag-Lloyd	Cartagena	Alesund	Róterdam - Países Bajos	16
CMA CGM			Róterdam - Países Bajo	19
ONE Line			Róterdam - Países Bajo	29
Maersk	Manzanillo - Panamá, Bremerhaven - Alemania		40	
Hapag-Lloyd	Buenaventura		Posorja - Ecuador, Róterdam - Países Bajos	27
Maersk			Balboa - Panamá*, Manzanillo - Panamá, Bremerhaven - Alemania	32
CMA CGM		Cartagena - Colombia, Róterdam - Países Bajos	35	

ONE Line			Rodman - Panamá, Róterdam - Países Bajos	40
CMA CGM	Cartagena	Stavanger	Róterdam - Países Bajos	17
Hapag-Lloyd			Róterdam - Países Bajos, Tananger - Noruega*	18
Maersk			Manzanillo - Panamá, Bremerhaven - Alemania	37
Hapag-Lloyd	Buenaventura		Posorja - Ecuador, Róterdam - Países Bajos, Tananger - Noruega*	29
Maersk			Balboa - Panamá*, Manzanillo - Panamá, Bremerhaven - Alemania	29
CMA CGM			Cartagena - Colombia, Róterdam - Países Bajos	33
CMA CGM	Cartagena		Bergen	Róterdam - Países Bajos
Hapag-Lloyd		Róterdam - Países Bajos		16
ONE Line		Róterdam - Países Bajos		26
Maersk		Manzanillo - Panamá, Bremerhaven - Alemania		38
Hapag-Lloyd	Buenaventura	Posorja - Ecuador, Róterdam - Países Bajos		27
Maersk		Balboa - Panamá*, Manzanillo - Panamá, Bremerhaven - Alemania		30
CMA CGM		Directo		35
ONE Line		Rodman - Panamá, Róterdam - Países Bajos		37
<i>Nota:</i> La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.				

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad– ProColombia (2023).

Como se observa en el Cuadro 11, Noruega está al alcance de varios puntos en Colombia a través de las rutas marítimas interconectadas con grandes hubs europeos. Con conexiones frecuentes a través de Róterdam y Hamburgo, los exportadores colombianos pueden enviar la mercancía con la mayor frecuencia posible y puede ajustar los envíos para adaptarse a sus necesidades logísticas y comerciales.

Rutas Aéreas.

En lo que respecta al transporte aéreo y la infraestructura logística de Suiza, ProColombia (2023) señala lo siguiente:

Noruega dispone de una amplia red de 98 aeropuertos, dentro de los cuales se encuentran 67 con pistas pavimentadas y 31 con pistas sin pavimentar. Los principales aeropuertos a los cuales se dirigen las exportaciones colombianas son: Oslo, Bergen y Stavanger. Actualmente, desde Bogotá existen siete (7) aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Noruega. Las conexiones se realizan principalmente en Turquía, Francia, Emiratos Árabes, Países Bajos y España. (p. 5)

Cuadro 12. Ruta aérea Colombia - Noruega

AEROLÍNEA	ORIGEN	DESTINOS	CONEXIONES	FRECUENCIAS
Turkish Airlines	Bogotá (BOG)	Oslo (OSL)	Estambul – Turquía	Todos los días
Air France			Paris – Francia	Todos los días
Emirates			Dubái - Emiratos Árabes	Todos los días
Lufthansa			Fráncfort – Alemania	Miércoles, jueves, viernes y domingo
KLM			Ámsterdam - Países Bajos	Martes, miércoles, jueves, viernes, sábado y domingo
Qatar Airways*			Ámsterdam - Países Bajos	Martes
Iberia			Madrid - España	Lunes, miércoles, viernes, sábado
* Ruta con vuelo carguero.				

Fuente: Aerolíneas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad – ProColombia (2023).

En virtud de la necesidad de los tiempos de entrega ultrarrápidos y condiciones de manipulación especializadas por las mercancías de alto valor, perecedero, y urgente, tales como el cacao de aroma fino, el transporte aéreo es una eficiencia de optar. Las frecuencias múltiples semanales y colaboraciones

intercontinentales proporcionan a los exportadores colombianos alternativas logísticas seguras hacia el mercado noruego.

En definitiva, la infraestructura logística entre Colombia y Noruega, en sus vertientes marítima y aérea, es altamente integrada y adaptable. El sinnúmero de operadores, rutas intermodales y centros logísticos de Europa posibilitan el ingreso a la zona y, de esta forma, que los exportadores colombianos, en especial los agroindustriales, maximicen sus procesos de internacionalización tanto en términos de tiempo, costo y de trazabilidad.

ISLANDIA. ProColombia (2023), estructuró una guía titulada “*Perfil de logística desde Colombia hacia Islandia*”, la cual abarca los detalles específicos con respecto a las rutas de conexión logística disponibles, ya sea en términos de mar o por aire. Contiene información sobre los puertos estratégicos, los aeropuertos, los tiempos de tránsito necesarios y los operadores participantes. A continuación, en la Ilustración 26, se evidencia el mapa de conexión logística entre Colombia e Islandia, facilitando la visualización de las principales rutas comerciales y los puntos de tránsito más relevantes entre ambos países.

Ilustración 26. Mapa conexión Colombia – Islandia.



Fuente: ProColombia (2023).

Rutas Marítimas.

Seguendo el perfil logístico elaborado por ProColombia (2023), Islandia dispone de una red de treinta y tres (33) puertos en el ámbito nacional. Principalmente, el país se dedica a la pesca y al cabotaje, aunque se pueden identificar tres puertos que desempeñan un papel importante en el comercio internacional de mercancías desde y hacia la isla:

Reykjavik: es la principal puerta de entrada de transporte de mercancías desde y hacia Islandia, movilizando en 2023 1,625,298 toneladas (Statistics Iceland, 2024).

Grundartangi: se trata de una instalación industrial situada en un área no residencial en la costa norte de Hvalfjörður, a 49 km de Reikiavik. Tiene un embarcadero (muelle) de 250 metros de longitud, con diques de 684 metros. Anualmente, cerca de 300 embarcaciones atracan en este puerto, con un total de 1,4 millones de toneladas.

Akranes: se encuentra a 20 Kilómetros de la capital, el puerto está dividido en dos partes; por un lado, Lambhúsasund en el oeste, y por el otro lado, en el muelle Krossvík en el este.

En cuanto a la conectividad desde Colombia, Procolombia (2023) detalla que para llegar a Islandia vía mar se puede hacer desde la Costa Atlántica y desde Buenaventura de la siguiente manera:

- Desde la Costa Atlántica, existen dos (2) navieras, cuyos tiempos de tránsito se encuentran desde los 25 días, con trasbordos en los puertos de Países Bajos y Reino Unido.

- Desde Buenaventura hacia los puertos de Islandia existen dos (2) navieras. Las conexiones se realizan en los puertos de Perú, Ecuador y Países Bajos.

Cuadro 13. Ruta marítima Islandia – Colombia.

NAVIERA	PUERTO DE ORIGEN	PUERTO DE DESTINO	CONEXIONES	TIEMPO DE TRÁNSITO (DÍAS)
Cma Cgm	Cartagena	Reykjavik	Directo	25
Hapag Lloyd			Róterdam - Países Bajos	25
Hapag Lloyd	Buenaventura		Posorja - Ecuador, Róterdam - Países Bajos	36
Cma Cgm			Cartagena - Colombia, Callao – Perú, Róterdam - Países Bajos	45
Conexión terrestre en camión o tren				

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad– ProColombia. (2023)

Como se vio anteriormente, estas rutas les permiten a los exportadores colombianos llegar a Islandia a través de corredores logísticos consolidados, especialmente en este caso vía Róterdam, quién desempeña un papel importante como nodo de redistribución hacia el norte de Europa. Si bien los tiempos de tránsito son significativamente extensos en comparación con los destinos del continente, los exportadores ven una cobertura lo suficientemente buena de la disponibilidad de las conexiones confiables como para respaldar el enrutamiento logístico de mercancías no perecederas o de volumen.

Rutas Aéreas.

ProColombia (2023) resalta que Islandia dispone de cerca de 50 aeropuertos, de los cuales 30 poseen pistas sin asfaltar, sobre todo en áreas rurales. La infraestructura de los aeropuertos está liderada por dos terminales de importancia global:

- *Aeropuerto Internacional de Keflavik*: es el aeropuerto más grande de Islandia. Se encuentra a 3 km al oeste de Keflavik y a 50 km al suroeste de Reikiavik. El aeropuerto cuenta con tres pistas de aterrizaje, de los cuales dos son operados. La mayoría de los viajes internacionales hacia o desde Islandia pasan por este aeropuerto.
- *Aeropuerto Internacional de Reykjavik*: es el centro para vuelos domésticos en Islandia. El aeropuerto está situado cerca del centro de Reykjavik. Es uno de los cuatro aeropuertos internacionales de Islandia, y una gran cantidad de tráfico internacional viaja a través de él, sobre todo los vuelos privados. Aproximadamente 400 mil pasajeros viajan por el aeropuerto cada año.

En la actualidad, más de cuatro (4) aerolíneas desde Bogotá ofrecen servicios de transporte de carga hacia Islandia. La mayoría de las conexiones se llevan a cabo en ciudades como Alemania, España, Reino Unido, Canadá, Estados Unidos y Panamá.

Cuadro 14. Ruta aérea Colombia – Islandia.

AEROLÍNEA	DESTINO	CONEXIONES	FRECUENCIA
Delta Air Lines	Keflavik (KEF)	Nueva York - Estados Unidos	Todos los días
Iberia		Madrid – España	Ma, Vi, Sa
Lufthansa		Fráncfort – Alemania	Ma, Do
Turkish Airlines		Londres - Reino Unido	Todos los días
Air Canada		Toronto – Canadá	Lu, Mi, Vi, Do
Klm		Ámsterdam - Países Bajos	Ma, Ju, Vi, Sa

Fuente: Oag Cargo, Aerolíneas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad – ProColombia (2023)

Estas rutas presentan al transporte aéreo como una opción factible para productos de gran sensibilidad o valor añadido, que necesitan entregas rápidas y de menor manejo, como el cacao especial, flores o productos farmacéuticos.

- **LIECHTENSTEIN.** Este país, es un microestado y/o principado del centro de Europa que se rige por la monarquía, ubicado entre Suiza y Austria. Según Cafeytren (s.f):

Por restricciones de espacio, no tiene aeropuerto. Lo más común y debido a la estrecha relación del principado con Suiza es volar a Zurich o cualquier otro aeropuerto suizo; y luego dirigirse en coche a Liechtenstein. La otra alternativa es volar a alguno de los aeropuertos de Austria (Viena, Salzburgo, Graz, etc.) y desde allí ir en coche a Liechtenstein. (párr. 1)

En este contexto, el proceso de exportación hacia Liechtenstein está relacionado con los modos de transporte relacionados en el Cuadro 9 y el Cuadro 10, que establecen las rutas para llegar a Suiza. Sin embargo, para llegar a Liechtenstein como destino final se puede realizar a través del alquiler de coches o vía férrea. En lo que respecta a modo férreo, actualmente el país cuenta con una única ciudad (Schaan). Esta localidad ofrece conexiones ferroviarias directas desde importantes ciudades europeas como Viena (Austria) y Zúrich (Suiza), facilitando así el acceso logístico internacional.

Ilustración 27. Mapa conexión Colombia – Liechtenstein.



Fuente: OpenStreetMap (2025).

4.2.2 Procedimientos administrativos. Los procedimientos administrativos son un elemento indispensable en la logística de la exportación, ya que permiten cumplir con las regulaciones legales, técnicas y operativas de los países exportadores. En el caso del comercio con los países de la AELC, los procesos administrativos son los trámites documentales, certificados, registros e inscripciones de los productos y mercancías que serán enviadas. Por lo tanto, esta sección tiene el objetivo de proporcionar una información detallada sobre los procesos administrativos que los exportadores colombianos deben realizar para entrar en los mercados de Suiza, Noruega e Islandia.

4.2.2.1 Documentación requerida para la exportación de cacao a la EFTA.

- **Registro y certificaciones.** El registro ante las autoridades locales y el cumplimiento de los requisitos legales no solo son obligaciones formales, sino que también representan una oportunidad para que los productores y exportadores de cacao fortalezcan su posición en el mercado internacional. Estas acciones aseguran la calidad del producto, promueven la sostenibilidad y permiten que el cacao sea competitivo en los mercados internacionales.

Para poder realizar exportaciones existen una serie de requisitos que deben cumplirse tanto en el territorio aduanero nacional como en el país de destino. En ese contexto, Procolombia presenta un documento titulado *“Guía práctica para conocer el proceso de exportación de bienes”* (s.f), en el cual se pueden seguir las consideraciones indicadas para exportar en Colombia. Se puede identificar en ella los distintos requisitos, tanto documentales como de certificados, que se exigen en el territorio nacional para que el producto cumpla legalmente con todas las exigencias nacionales. De acuerdo con ProColombia:

Es recomendable que la persona se constituya como empresa (si no lo ha hecho aún) para legitimar la actividad de exportación de bienes

colombianos. Se puede ir a la Cámara de Comercio más cercana y a través de los Servicios Empresariales, podrán ofrecerle asesoría y apoyo para crear, formalizar y consolidar la empresa. (p. 3)

En ese sentido, formalizar la empresa no solo le permitirá cumplir con los requisitos legales para la exportación, sino que también les abrirán puertas a beneficios como acceso a financiación, alianzas comerciales y programas de apoyo gubernamental. Otro requisito indispensable es el estar registrado como exportador. Al respecto, la guía de ProColombia lo expresa de la siguiente manera:

En Colombia, cualquier empresa o persona natural que pretenda realizar exportaciones, debe tener un Registro único Tributario -RUT- que lo habilite ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN-; si ya lo tiene debe verificar que esté registrado como exportador, de lo contrario necesitará actualizarlo; además, al ejecutar operaciones de importación y/o exportación estará obligado a operar bajo Régimen Común, por lo cual debe tramitar ante la DIAN su resolución de facturación. No olvide que tendrá responsabilidad tributaria (declaración de IVA, facturación, retenciones, exógena entre otros), estará inscrito en el Muisca y contará con una firma electrónica (DIAN). Estos trámites y documentos se tramitan en las oficinas de la DIAN, o de manera electrónica. (Procolombia, s.f., p. 4)

La guía segmenta los requisitos en tres (3) secciones, dependiendo del momento en que deben cumplirse dentro del proceso de exportación: antes de exportar, en el tiempo de exportación y después de tener que exportar. La clasificación anterior, por lo tanto, le permite a la empresa involucrada identificar los requisitos y necesidades de la etapa concreta y cumplir eficazmente con los actos normativos. Por otro lado, los trámites administrativos para exportar, como los

certificados y registros requeridos para exportar, se encuentran descritos en la sección “Antes de exportar” (Ver Cuadro 15), pues se refieren a los pasos preliminares que todo exportador debe realizar para oficializar su actividad ante las autoridades pertinentes.

Cuadro 15. Documentación aduanera antes de exportar desde Colombia.

ANTES DE EXPORTAR																												
La clasificación arancelaria	<p>Ilustración 28. Clasificación arancelaria del cacao en grano.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">Sección</td> <td style="width: 10%;">IV</td> <td style="width: 75%;">Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados</td> </tr> <tr> <td>Capítulo</td> <td>18</td> <td>Cacao y sus preparaciones</td> </tr> <tr> <td>Partida</td> <td>1801</td> <td>Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1801.00.10</td> <td>- Crudo:</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1801.00.19</td> <td>-- Los demás</td> </tr> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">Código</th> <th style="width: 10%;">Comp</th> <th style="width: 10%;">Supl</th> <th style="width: 40%;">Designación de mercancías</th> <th style="width: 10%;">Perfil</th> <th style="width: 10%;">Notas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1801.00.19.00</td> <td></td> <td></td> <td>-- Los demás</td> <td style="text-align: center;">🔍</td> <td style="text-align: center;">📄</td> </tr> </tbody> </table> <p>Fuente: DIAN - MUISCA - OPERACIÓN ADUANERA (2025).</p>	Sección	IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	Capítulo	18	Cacao y sus preparaciones	Partida	1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.		1801.00.10	- Crudo:		1801.00.19	-- Los demás	Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas	1801.00.19.00			-- Los demás	🔍	📄
Sección	IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados																										
Capítulo	18	Cacao y sus preparaciones																										
Partida	1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.																										
	1801.00.10	- Crudo:																										
	1801.00.19	-- Los demás																										
Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas																							
1801.00.19.00			-- Los demás	🔍	📄																							
Registro ante la ventanilla única de comercio exterior –VUCE-	<p>Como exportador deberá inscribirse en la Ventanilla única de Comercio Exterior, este es la principal herramienta de facilitación del Comercio del País, a través de la cual se canalizan trámites de comercio exterior de los usuarios vinculados a 21 entidades del Estado con el fin de intercambiar información, eliminar redundancia de procedimientos, implementar controles eficientes y promover actuaciones administrativas transparentes. (Procolombia, s.f)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Adquirir previamente su firma digital. ✚ Solicitar su usuario aportando la información que la plataforma le solicite. ✚ Al final el sistema le otorgara un usuario y contraseña para acceder a los servicios de la VUCE. <p>En esta ventanilla virtual, mediante el Formulario Único de Comercio Exterior – FUCE-, los exportadores pueden efectuar algunos trámites asociados a una subpartida arancelaria o para la inspección de policía antinarcóticos en zona primaria</p>																										
Solicitud de vistos buenos	<p>Certificado de inspección sanitaria de exportación alimentos y materias primas - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).</p> <p>Certificado de Exportación - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).</p> <p>Certificado de no obligatoriedad - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.</p>	<p>Este certificado garantiza que los alimentos o materias primas destinadas a la exportación cumplan con las normas sanitarias y de inocuidad exigidas, tanto a nivel nacional como internacional.</p> <p>Es un documento oficial que demuestra que un producto cumple con las regulaciones sanitarias del país y está autorizado para su exportación.</p> <p>Es un documento que confirma que un producto no está sujeto a registro sanitario en Colombia.</p>																										

	Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario (ICA).	Garantiza que los productos de origen vegetal, así como sus derivados, cumplan con los requisitos sanitarios exigidos por el país importador.
	Cuota de fomento de cacao - Federación Nacional De Cacaoteros (FEDECACAO).	Es una contribución obligatoria de carácter parafiscal aplicable a la producción de cacao nacional.
	Suscripción en el Fondo Nacional del Cacao.	Es una cuenta especial creada por ley para el recaudo y manejo de los recursos provenientes de la Cuota de Fomento Cacaotero.
	Convenio de estabilización con el Fondo de Estabilización de Precios del Cacao.	Tendrá por objeto procurar un ingreso remunerativo para los productores, regular la producción nacional e incrementar las exportaciones mediante el financiamiento de la estabilización de los precios del cacao (TÍTULO 1. Fondo de Estabilización de Precios del Cacao, s.f.).
	Registro como exportador en la Federación Nacional de Cacaoteros.	Requisito para ser exportador frente a FEDECACAO.
Términos de Negociación Internacional – (INCOTERMS)	En su contrato o acuerdo incluirá una de las normas de negociación internacional INCOTERMS, los cuales estipulan costos, punto de entrega, documentación y riesgos involucrados en la distribución física de la mercancía, para el importador y el exportador. (ProColombia, s.f).	<p>✚ Multimodales: EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP Y DDP</p> <p>✚ Marítimos: FAS, FOB, CFR, CIF</p>

Fuente: elaboración propia (2024).

PROCEDIMIENTO PARA SOLICITUD DE VISTOS BUENOS.

Certificado de Exportación y Certificado de Inspección Sanitaria para la exportación de alimentos y materias primas. ProColombia presentó la “*Guía práctica para obtener el certificado sanitario de exportación y el certificado de inspección sanitaria de exportación*” (2021), en el cual se plasman los pasos para obtener el certificado de inspección sanitaria para la exportación de alimentos y materias primas y el certificado de exportación ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (en adelante INVIMA) para las exportaciones de materia prima, en este caso específico aplicado al cacao.

En primer lugar, acorde con Procolombia (2021), para la obtención del Certificado de Exportación se deben seguir los siguientes pasos:

✚ *Reunir los documentos necesarios:* para alimentos, materias primas y bebidas alcohólicas de importación y exportación en los sitios de control de primera barrera, se deben reunir los siguientes documentos:

1. Recibo de consignación, una vez realizado el pago.
2. Composición y forma farmacéutica del producto.
3. Descripción del proceso de fabricación del producto.
4. Especificaciones del producto y de las materias primas.
5. Certificado de calidad de producto terminado y de las materias primas que fueron empleadas en la elaboración del producto.
6. Autorización del titular del producto. 1 fotocopia de la cédula de ciudadanía (ampliada 150%).

✚ *Realizar el pago.* Para la obtención del certificado de exportación exigido de alimentos, la persona natural o jurídica deberá cancelar sus obligaciones de exportación de conformidad con los procedimientos definidos por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA–:

1. Certificado de exportación para alimentos: Código: 4002 – 3, tiene un valor aproximado de \$200.000 (valor referencial que puede ser modificado por el INVIMA).

2. Para realizar el pago a través de medios electrónicos, el usuario deberá ingresar al sitio web oficial del INVIMA y dirigirse a la sección de pagos en línea del portal. Para hacer recaudo de la tasa, usar el Código de Servicio 6615. Ese es el camino por seguir. Es importante también guardar el comprobante del pago, ya que es la llave para continuar el trámite de solicitud del certificado. A

continuación, en el Cuadro 16, se presentan los datos bancarios oficiales para realizar el pago correspondiente:

Cuadro 16. Datos para el pago de certificado de inspección sanitario.

ENTIDAD	TIPO DE CUENTA	NÚMERO DE CUENTA	NOMBRE DE LA CUENTA
Banco Davivienda	Corriente	002869998688	Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA

Fuente: Procolombia (2021).

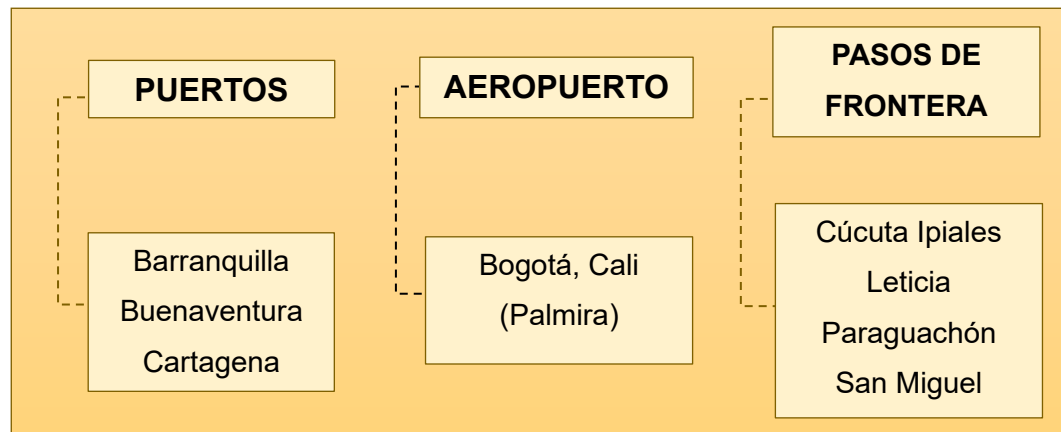
✚ *Radical los documentos.* Debe dirigirse a la ventanilla de atención al usuario, ubicado en la siguiente dirección: CR 10 # 64 – 28 en Bogotá, de lunes a viernes de 7:30 am a 3:30 pm.

✚ *Notificar el acto administrativo.* Al momento de dirigirse para la notificación, debe portar la cédula de ciudadanía o la tarjeta profesional. Después de realizar este proceso, el certificado estará disponible a los 90 días hábiles y se debe recoger de manera presencial. Además, se le puede hacer seguimiento al trámite a través de internet.

En segundo lugar, Procolombia (2021) establece lo siguiente para la obtención de Certificado de Inspección Sanitaria:

✚ *Este proceso de certificación debe tramitarse en el puerto de entrada/salida donde se encuentre la mercancía.* Este requisito se establece como una condición para asegurar la inspección en los lugares de control oficiales, de acuerdo con las normas fitosanitarias vigentes. A continuación, en el Cuadro 17, se evidencian las oficinas del INVIMA ubicados en los puntos de control de primera barrera:

Cuadro 17. Oficinas del INVIMA ubicadas en sitios de control en primera barrera.



Fuente: Procolombia (2021).

✚ *Documentos requeridos para exportación.* A fin de exportar con éxito, es imperativo cumplir con la presentación de una serie de documentos básicos. Según ProColombia (2021), entre ellos se incluyen:

1. Pago electrónico tarifa correspondiente.
2. Solicitud de expedición del certificado de inspección sanitaria.
3. Copia de la factura comercial.
4. Copia de la lista de empaque.

✚ *Realizar el pago.* Antes de iniciar la solicitud formal, el exportador debe realizar el pago correspondiente al trámite (Ver el código de pago en la Ilustración 29).

Ilustración 29. Código de pago.

Descripción	Tipo moneda	Tipo valor	Cantidad	Valor
Tarifa código 4058-1. Certificado de inspección sanitaria para la exportación de alimentos terminados, materias primas o insumos para la industria de alimentos o bebidas por 1 (un) Lote del Cargamento y por 1 (un) Lote a Inspeccionar. Sólo se aceptará el pago de esta Tarifa vía electrónica. SMLDV 5 Nota: Los decimales del valor de la tarifa publicado en pesos, han sido redondeados al número entero superior más próximo.	Pesos (\$)	Fijo	5	130,207.00
Tarifa código 4058-2. Certificado de inspección sanitaria para la exportación de alimentos terminados, materias primas o insumos para la industria de alimentos o bebidas de 2 (dos) a 8 (ocho) Lotes del Cargamento y por 3 (tres) Lotes a Inspeccionar. Sólo se aceptará el pago de esta Tarifa vía electrónica. SMLDV 11,66 Nota: Los decimales del valor de la tarifa publicado en pesos, han sido redondeados al número entero superior más próximo.	Pesos (\$)	Fijo	11.66	303,643.00

Fuente: Procolombia (2021)

✚ *Reunir la documentación.* Se debe revisar cuidadosamente los documentos que se requieren para el caso concreto, pues dependerá de qué producto se quiere exportar y a dónde.

✚ *Una vez reunida la documentación necesaria, se debe radicar para continuar.*

1. Este paso puede hacerse presencial en la oficina del INVIMA en el mismo sitio de control de primera barrera donde se tenga la mercancía.
2. Seguido a lo anterior, se desplegará un menú de creación de usuario. Se ingresa con los datos, si no está registrado se hace clic en “registrarse” y se llena el formulario con los datos que se solicitan.
3. Una vez registrado y hecho el ingreso a la plataforma, aparecerán opciones de solicitud, donde se debe seleccionar la que según sea el caso.


4. Una vez radicados los documentos (virtual o físicamente), si todo está en orden, se expedirá el Certificado de Inspección Sanitaria para exportación.

Certificado fitosanitario. Para conocer el proceso por medio del cual solicitar el certificado fitosanitario ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), Procolombia (2021) desarrolló la *“Guía práctica para la solicitud del Certificado Fitosanitario para exportación ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)”*. En un inicio, la guía resalta lo siguiente:

1. Debe estar inscrito en el SISAP (Sistema de Información Sanitaria para Importación y Exportación de Productos Agrícolas y Pecuarios), a través del cual se expiden vía electrónica los siguientes permisos: permisos fitosanitarios con pago en línea; certificados fitosanitarios de nacionalización; certificados fitosanitarios para exportación, licencias fitosanitarias).

2. Creación importación y/o exportador SISAP. Diligenciar los datos de la empresa.

3. Una de las principales acciones a realizar es la de verificar si el país a exportar exige requisitos fitosanitarios específicos para la entrada de producto. Esta actividad se hace con un oficio presentado por el exportador, el cual se presenta en la oficina del ICA que otorgó su registro, donde el oficio debe expresar la voluntad de exportar mercancía de origen vegetal. En el oficio se debe mencionar el producto y el país a exportar, para que el ICA haga la revisión respectiva si cumple todos los requisitos fitosanitarios, de la cual haga el visto bueno y autorice la exportación.

 *El pago de un permiso fitosanitario.* Para pagos realizados en oficinas de Tesorería del ICA, al iniciar el trámite de la solicitud por SISAP, se ingresa el número de factura expedida por esta entidad. Por el contrario, para el pago en

línea, una vez diligenciado el formulario de solicitud de permiso fitosanitario por SISPAP, se ingresa a la ventana de Pago en Línea.

4. Los predios de producción de productos de origen vegetal deben estar registrados ante el ICA y la empresa o persona natural que realizará la exportación también debe estar registrada.

¿Cómo se puede obtener el registro de predio productor? Para obtener el registro de predio productor, la persona interesada en ello deberá contactar o acudir a la Seccional del ICA correspondiente a la ubicación del predio, de la empresa o de la comercializadora y deberá radicar la documentación requerida y solicitar la programación de una visita técnica de verificación, la cual será efectuada por parte del personal del ICA, de acuerdo con el tipo de trámite solicitado: inscripción, renovación o modificación del registro ICA.

Una vez el ICA revise y verifique toda la documentación y realice la visita técnica, la Seccional ICA procede a emitir su resolución de inscripción, renovación o modificación, con la que podrá inscribirse en el aplicativo SISPAP “Sistema de Información Sanitario para Importación y Exportación de Productos Agrícolas y Pecuarios”.

¿Qué precio tiene obtener el registro de predio productor? El costo depende de la cantidad de hectáreas a registrar (Ver Ilustración 30).

Ilustración 30. Costo por hectárea.

4612	Expedición o renovación del registro de predios o huertos destinados a cultivar especies vegetales destinados a la exportación en fresco (Hasta 3 ha)	\$31.600
4613	Expedición o renovación del registro de predios o huertos destinados a cultivar especies vegetales destinados a la exportación en fresco (mayor de 3 hasta 10 ha)	\$169.100
4614	Expedición o renovación del registro de predios o huertos destinados a cultivar especies vegetales destinados a la exportación en fresco (Mayor de 10 hasta 20 ha)	\$339.300
4615	Expedición o renovación del registro de predios o huertos destinados a cultivar especies vegetales destinados a la exportación en fresco (Mayor de 20 hasta 40 ha)	\$682.100
4616	Expedición o renovación del registro de predios o huertos destinados a cultivar especies vegetales destinados a la exportación en fresco (Mayor de 40 hasta 60 ha)	\$852.200
4617	Expedición o renovación del registro de predios o huertos destinados a cultivar especies vegetales destinados a la exportación en fresco (Mayor de 60 ha)	\$913.200
4618	Expedición del registro de exportador de vegetales frescos.	\$298.700
4619	Certificaciones o constancias relacionadas con los registros de predio exportador y empacadoras	\$24.800

Nota: los precios pueden estar sujetos a cambios por el ICA.

Fuente: Procolombia (2021).

Cuota de Fomento de Cacao. Fedecacao (2025), describe la cuota de fomento cacaotero como una contribución obligatoria de carácter parafiscal, descontado en el momento de la compra a los productores colombianos y que debe ser utilizada en beneficio de estos, en la ejecución o financiamiento de programas de: investigación, transferencia de tecnología y apoyo a la comercialización.

Esta cuota está regida a partir de la Ley 67 de 1983, donde se establece que la Cuota de Fomento Cacaotero corresponde al tres por ciento (3%) sobre el precio de venta de cada kilogramo de cacao de producción nacional, sea en grano, nibs, partido, cacao en baba o pasilla, sin procesamiento industrial (Fedecacao, 2025).


El Artículo 5 del Decreto 1000 de 1984, establece que “los recaudadores de las Cuotas de Fomento serán fiscalmente responsables no sólo por el valor de las sumas percibidas, sino también por las cuotas dejadas de recaudar y por las liquidaciones equivocadas o defectuosas” (p. 1).

A continuación, se describen los aspectos que se deben tener en cuenta para el proceso de recaudo de la Cuota de Fomento Cacaotero (Fedecacao, 2025):

1. Realizar la solicitud del talonario de facturas únicas a los correos electrónicos oficiales y autorizados de FEDECACAO con la información de la empresa: nombre o razón social, Nit, número de contacto, correo electrónico y dirección a la cual se debe enviar el talonario de facturas únicas. Adjuntar a la solicitud copia del RUT, cédula del representante legal y cámara de comercio vigente.
2. Registrar en las facturas únicas (Ver Ilustración 31) todas las compras de cacao en orden consecutivo y cronológico, sin tachones ni enmendaduras, con todos los campos diligenciados. Si se anula alguna factura, deben enviar la original y sus dos (2) copias a la sede principal de FEDECACAO.

Ilustración 31. Modelo de factura única.

FECHA		COMPRADOR Alianza Cacao SAS	
14	01	25	NIT: 911.111.111 REG No.
DIRECCIÓN: Calle 1 #1-1		CIUDAD: Bogotá D.C	
TELÉFONO : 222 2222		E-MAIL: alicacao@gmail.com	




FEDERACION NACIONAL DE CACAOTEROS
FONDO NACIONAL DEL CACAO

FACTURA ÚNICA NACIONAL
LEY 67 DE 1963
DECRETO 1000 DE 1984
DECRETO 502 DE 1998


FACTURA DE
"COMPRA DE CACAO"

NIT. O C.C. DEL PROVEEDOR 11111111111111		NOMBRE DEL PROVEEDOR Gabriela Rodríguez	
DEPARTAMENTO DE PROCEDENCIA Santander	MUNICIPIO DE PROCEDENCIA San Vicente de Chucurí	TIPO DE COMPRADOR PROCESADORA <input type="checkbox"/> EXPORTADOR <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> COMERCIANTE <input type="checkbox"/>	

DETALLE DE COMPRA					
TIPO	KILOS	PRECIO DE KILO	VALOR BRUTO(kilos x precio de kilo)	CUOTA DE FOMENTO (3%)	VALOR NETO
	10.000	\$32.000	\$320.000.000	\$9.600.000	\$310.400.000
SUBTOTAL		10.000	\$320.000.000	\$9.600.000	

ALMACENISTA	AUTORIZÓ EL PAGO 	RECIBI - PROVEEDOR Gabriela Rodríguez NIT. O C.C. 11111111111111	RETENCIÓN EN LA FUENTE <input type="checkbox"/>	VALOR A PAGAR <input type="checkbox"/> \$310.400.000
-------------	---	---	---	---

VALOR A PAGAR EN LETRAS **Trescientos diez millones cuatrocientos mil pesos MCTE**



Fuente: Fedecacao (2025).

3. Consignar o realizar transferencia electrónica a la cuenta corriente del banco BBVA a nombre de la Federación Nacional de Cacaoteros - Fondo Nacional de Cacao – Nit 899.999.175-1; el 3% del valor de las compras de cacao realizadas de forma mensual. Este pago se debe efectuar dentro de los 10 primeros días del mes siguiente a las compras. Si no se realiza en este plazo, se generarán intereses de mora.

4. Enviar mensualmente el documento escaneado al correo autorizado por la entidad y, adicionalmente, en formato físico a la sede institucional correspondiente en Bogotá.

5. Copia del comprobante de la consignación o transferencia.

6. Una de las copias(s) de la(s) factura(s) única(s) del talonario enviado.

7. Relación mensual de las compras de cacao efectuadas (en esta se debe incluir: fecha de la compra, número de factura única, datos del proveedor, kilos, valor unitario, valor bruto, cuota de fomento, municipio y departamento de procedencia del cacao adquirido).

8. Según lo que establece el Decreto 1000 de 1984, Art. 6, las entidades recaudadoras de las Cuotas de Fomento están obligadas a llevar un libro foliado y sellado por el administrador o recaudador de impuestos nacionales del lugar, en cual se anotarán los siguientes datos:

- Fecha y número de comprobante de compra.
- Nombre e identidad del correspondiente enajenado.
- Valor neto de compra del producto adquirido o beneficiado.
- Peso en kilogramos del producto adquirido o beneficiado.
- Valor recaudado en cada caso por concepto de la cuota de fomento respectiva.

Es importante que la compañía recaudadora cuente con un medio de control equivalente para dar cumplimiento a la anterior disposición.

9. Si la compañía NO realiza compras del grano durante un mes o periodo, deberá informar a través de un oficio por correo electrónico remitido al Departamento de Estadística y Recaudo de FEDECACAO.

10. Si la empresa va a exportar, realizar consulta previa con el Fondo de Estabilización de Precios –FEPCACAO, y si aplica, realizar el trámite para firma del convenio con FEPCACAO.

Una vez FEPCACAO asigne el número del convenio, podrá realizar la exportación, adjuntando el Paz y Salvo emitido por el área de Tesorería de FEDECACAO.

11. Solicitud de Paz y Salvo de Exportación, para lo cual debe informar: cantidad de kilos a exportar, procedencia del cacao a exportar (departamento en donde fue cultivado), puerto por el cual se va a realizar la exportación, relación de las facturas únicas con las cuales se compró el cacao a exportar y la cuota de fomento pagada.

Suscripción en el Fondo Nacional del Cacao. Para realizar la suscripción en el Fondo Nacional del Cacao, según Fedecacao (2025), las personas naturales y/o jurídicas envían los siguientes datos y documento a los correos autorizados de Fedecacao: nombre o razón social, Nit, número de contacto, correo electrónico, dirección, RUT, cédula del representante legal y cámara de comercio vigente.

Convenio de Estabilización con el Fondo de Estabilización de Precios del Cacao. En cuanto a la suscripción del Convenio de Estabilización, es preciso tener en cuenta que solo se podrá realizar el trámite cuando las operaciones de exportación se encuentren registradas por la subpartida arancelaria 1801, que comprende cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado. Con respecto a este procedimiento, la norma que lo regula es el Fondo de Estabilización de Precios del Cacao, una entidad cuyo funcionamiento se encuentra determinado por Decreto Único Reglamentario del Departamento Administrativo Agropecuario, Pesquero y de Desarrollo Rural de la República de Colombia – Decreto 1071 de 2015 (FEDECACAO, 2024).

Tendrá por objeto procurar un ingreso remunerativo para los productores, regular la producción nacional e incrementar las exportaciones mediante el financiamiento de la estabilización de los precios de los productos clasificados por la partida arancelaria 18.01 (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural , s.f). Teniendo en cuenta lo anterior, FEDECACAO (2024) establece que, para la

suscripción del convenio de estabilización, se deberá radicar en físico ante la secretaría técnica del FEPCACAO los siguientes documentos:

1. Formato de Convenio de Estabilización diligenciado a mano, sin tachones ni enmendaduras y firmado por el representante legal. No colocar fecha de suscripción ni número de convenio debido a que estos datos son colocados cuando el convenio es firmado por el representante legal de FEDECACAO. Debe remitir (2) dos ejemplares originales según lo descrito, puesto que, al momento de ser suscrito el convenio, uno queda en el archivo de la secretaría técnica y el otro es enviado al exportador. Para descargar el formato de convenio dar clic en el siguiente enlace: <https://www.fepcacao.com.co/formatos>

2. Solicitud del representante legal para firmar el convenio de estabilización.

3. Certificado de Existencia y Representación Legal o de Calidad de Comerciante como persona natural expedido por la Cámara de Comercio donde se encuentre matriculado el productor, vendedor o exportador o el documento equivalente que haga sus veces, con fecha de expedición no mayor a un mes.

4. Acta en la cual el máximo órgano social de la empresa faculte al representante legal del productor, vendedor o exportador para firmar el Convenio de Estabilización. Este documento debe ser adjuntado en el caso de que el representante legal tenga limitaciones establecidas en el certificado de Cámara de Comercio para la celebración de contratos.

5. Copia del documento de identidad del representante legal de la compañía exportadora.

6. RUT completo del exportador, donde se evidencie el nombre del representante legal y revisor fiscal y/o contador.

7. Certificado que acredite el cumplimiento en el pago de los aportes a seguridad social y aportes parafiscales de sus trabajadores por parte del exportador, expedido por el revisor fiscal y/o contador, a la fecha de solicitud de firma del convenio. Anexando copia de la tarjeta profesional del revisor fiscal y/o contador y certificado vigente de antecedentes disciplinarios de la Junta Central de Contadores.

8. Pagaré en blanco, con su respectiva carta de instrucciones, firmado por el representante legal a favor de FEDECACAO - Fondo de Estabilización de Precios del Cacao. La carta de instrucciones debe ser diligenciada en su totalidad y firmada, el pagaré debe ser firmado y los únicos espacios que se diligencian son los ubicados debajo de la firma. Para descargar los respectivos formatos hacer clic en el siguiente enlace: <https://www.fepcacao.com.co/formatos>

9. Comunicación de la comercializadora internacional, donde conste que exporta a nombre de un tercero, beneficiario de las compensaciones o titular de las cesiones (cuando aplique).

10. Todos los documentos que surjan durante la ejecución del objeto del contrato o tengan alguna modificación.

Luego de haber sido tramitado los documentos anteriormente mencionados, se realiza un proceso interno, en el cual FEDECACAO (2024, p. 2), establece que “para la firma del Convenio de Estabilización, FEDECACAO - FEPCACAO revisará por medios virtuales la siguiente información de la entidad y del representante legal de la empresa que solicita el trámite de suscripción del Convenio”:

- a) Certificado de antecedentes fiscales expedido por la Contraloría General de la República.

- b) Certificado de antecedentes disciplinarios expedido por la Procuraduría General de la Nación.
- c) Consulta de deudores morosos del Estado- BDME de la Contaduría General.
- d) Antecedentes en la lista OFAC.

Fedecacao (2024), aclara que podrá abstenerse de firmar el convenio de estabilización en el caso que aparezca reporte en las certificaciones consultadas. Además, la administración cuenta con 15 días hábiles para realizar la debida revisión y verificación de los documentos. En caso de presentarse casos donde se deban realizar modificaciones, correcciones o adiciones, estos 15 días hábiles se empezarán a contar desde el inicio a partir de la entrega del último documento debidamente diligenciado.

FEDECACAO (2024), establece las siguientes recomendaciones para tener en cuenta:

1. Todos los documentos certificados en el momento de ser radicados en físico ante la secretaría técnica del FEPCACAO, su fecha de expedición no debe ser mayor a un mes.
2. Al momento de iniciar el trámite de suscripción, el exportador deberá estar al día con el pago de la cuota de fomento cacaoero con el Fondo Nacional del Cacao, administrado por FEDECACAO. Esta verificación se realizará mediante trámite interno entre FEPCACAO y Fondo Nacional del Cacao.
3. El pagaré en blanco firmado por el representante legal de la empresa productora, vendedora o exportadora, se hará efectivo en el caso de incumplimiento del pago por cesiones.

4. En el caso que dicho pagaré sea diligenciado para su cobro, el suscriptor del Convenio de Estabilización deberá otorgar un nuevo pagaré en blanco a favor de FEDECACAO- Fondo de Estabilización de Precios del Cacao, mientras se otorga el nuevo pagaré. El convenio de estabilización suscrito entre la entidad administradora y el productor, vendedor o exportador quedará suspendido temporalmente y será reactivado en el momento en que el documento sea radicado ante el FEPCACAO.

5. El Convenio de Estabilización de Precios podrá ser suspendido por la entidad administradora cuando la entidad suscriptora incumpla con la normatividad establecida para el funcionamiento del FEPCACAO, para lo cual se regirá por lo estipulado en el respectivo procedimiento diseñado para tal fin.

Registro como exportador en la Federación Nacional de Cacaoteros.

FEDECACAO (2025) establece que cuando un exportador ha completado ambos procesos de registro (la suscripción del convenio con el Fondo de Estabilización de Precios del Cacao y el registro ante el Fondo Nacional del Cacao), el Fondo de Estabilización de Precios del Cacao genera un código alfanumérico que identifica al exportador como "Registrado" y le otorga el visto bueno correspondiente para poder realizar operaciones en el extranjero. Por su parte, para el Fondo Nacional del Cacao, los exportadores deben solicitar una paz y salvo por concepto de la cuota de fomento cacaotero correspondiente a la cantidad de cacao que será exportado. Estos son los dos registros generados por FEDECACAO.

1. *Contratación de servicios y seguro.* Durante el proceso de exportación de cacao, la adquisición de servicios y seguros es crucial para garantizar el éxito y la protección de los granos. Es fundamental contratar servicios especializados, tales como transporte internacional, aduanas y almacenaje, para asegurar que los productos arriben a su destino de forma eficaz y segura. Además, es esencial

tener un seguro apropiado para salvaguardar los bienes frente a peligros como daños, pérdidas o hurtos durante el transporte internacional.

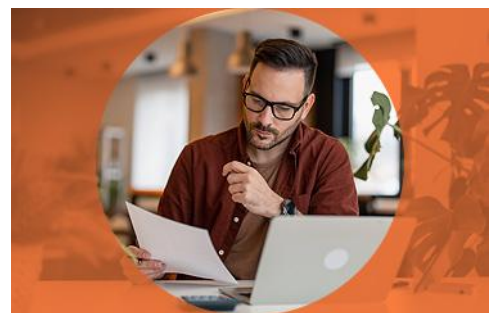
2. *Contratación de un agente aduanero.* “Es altamente recomendable contar con un agente aduanero experimentado para gestionar los trámites aduaneros en su nombre” (CML CARGO, 2024). Además, Bancolombia (2023) establece que estas:

Acompañan al importador o exportador durante la presentación de las declaraciones aduaneras: se aseguran de que sus clientes tengan los documentos de la mercancía en regla, paguen los impuestos necesarios y cumplan con las normas vigentes para que puedan retirar los productos comprados o enviarlos hacia el exterior. (párr. 2)

Para escoger la mejor agencia de aduanas, Grupo Repremundo y Agencia de Aduanas Siaco SAS (como se citó en Bancolombia 2023), sugieren criterios para tener en cuenta (Ver Ilustración 32).

Ilustración 32. Criterios para contratar una agencia de aduanas.

Verificar la experiencia de la agencia mediante la solicitud de referencias o acreditaciones que la avalen.





Cerciorarse de que el personal o talento está siendo capacitado de forma permanente y cuente con el conocimiento aduanero suficiente.

Revisar si tiene una infraestructura técnica con experiencia en temas esenciales como clasificaciones arancelarias, países de origen o destino y proceso aduanero en general.



Comprobar cuál es la cobertura de la agencia de aduanas, si se ajusta a la necesidad de la empresa, y el portafolio de servicios que ofrece.



Verificar si la agencia tiene la autorización de la DIAN, pues este es un requisito obligatorio para que pueda operar.



Fuente: Bancolombia (basado en Grupo Repremundo y Agencia de Aduanas Siaco SAS).

Contratación de un agente de carga. Martínez (2024) define un agente de carga como aquel:

Encargado de conectar a empresas exportadoras e importadoras con los mejores operadores logísticos para garantizar envíos seguros y rentables.

Su objetivo principal es coordinar de manera eficiente el movimiento de mercancías desde su origen hasta el destino final. De esta forma, actúa como un intermediario optimizando los recursos, cumpliendo con la normativa vigente. (p.2)

Una de las particularidades más destacadas de las agencias de transporte es su red de relaciones con transportistas y compañías de logística, lo cual les facilita proporcionar precios competitivos y rutas eficaces para el transporte de los productos. En esa misma línea, Diario del exportador (2015) establece que:

Su principal aportación es la de resolver problemas tanto al usuario (exportador o importador) como al transportista; consigue carga a los transportistas y resuelve al usuario cualquier dificultad vinculada con el transporte de su carga, lo cual incluye asistencia con todo lo relacionado en materia fiscal y aduanera, aseguramiento y recolección de los productos, así como el seguimiento de documentos propios de los productos. (párr. 1)

En cuanto a las funciones que cumplen un agente de carga y como ayuda en las exportaciones, Nowports (2023) presenta las expuestas en la Ilustración 33.

Ilustración 33. Funciones de un agente de carga.



Fuente: Nowports (2023).

Seguro. El seguro de mercancías “es una póliza de seguro que cubre la pérdida o el daño de bienes mientras están siendo transportados de un lugar a otro”. (Legalondo, 2024, párr. 2). Además, en palabras de Admn.Volca (2020):

Cubre posibles daños que pueda recibir la carga transportada, tanto durante el traslado como durante la descarga; de igual modo, la cobertura, dependiendo del servicio contratado, puede cubrir responsabilidad civil por posibles daños a terceros que la mercancía pudiera ocasionar durante su traslado. (párr. 3)

En lo que se refiere a los tipos de seguros, estos varían dependiendo lo que se desea asegurar. En esa misma línea, Correduría Solmassegur (2021), establece que los tipos de seguros se presentan de la siguiente manera:

- **Según el medio de transporte:** marítimo, terrestre, fluvial y lacustre, aéreo.
- **Según el objeto expuesto al riesgo:** medios de transporte, bienes transportados, intereses, responsabilidades.
- **Según duración del contrato:** temporal, por viaje
- **Según la cobertura:** cobertura mínima, contra todo riesgo

Además de los tipos de seguros, Domínguez (2019) establece la necesidad de determinar el tipo de póliza que se cubrirá, es decir una póliza flotante que cubra la mercancía cuando ésta se moviliza continuamente y en grandes volúmenes, o, por otro lado, una póliza específica, la cual se da cuando los embarques son pequeños y de poca regularidad.

En lo referente a las coberturas de las pólizas, estas se pueden abarcar de diferentes formas, dependiendo el alcance. En esa misma línea, el Instituto de Aseguradoras de Londres (ILU) (como se citó en Equipo TATA AIG 2025), presentó las Institute Cargo Clauses (ICC), entre las que más se destacan son las cláusulas tipo A, B y C (Ver Ilustración 34).

Ilustración 34. Tipos de cláusulas.

Parámetro	Cláusula A	Cláusula B	Cláusula C
Alcance de la cobertura	La cobertura más amplia entre las tres cláusulas.	Cobertura media	Cobertura mínima
De primera calidad	La más alta de las tres cláusulas	Prima moderada	Prima más baja
¿Qué está cubierto?	Cubre casi todos los riesgos potenciales excepto aquellos que están explícitamente excluidos.	Cubre incendio/explosión, colisión, rayo, erupción volcánica, terremoto, entrada de agua de mar al barco, embarcación, contenedor, etc.	Cubre riesgos limitados como incendio/explosión, colisión, varamiento, hundimiento, lanzamiento, etc.

Fuente: Equipo TATA AIG (2025).

4.2.2.2 Trámites aduaneros en Colombia y en la EFTA.

- **Preparación de la documentación aduanera en Colombia.** En la “*Guía práctica para conocer el proceso de exportación de bienes*”, dada por Procolombia (s.f) en la sección de “Al momento de exportar”, se logran identificar los documentos requeridos para el procedimiento aduanero en Colombia. Además de esto, en la última sección “Después de exportar”, explican qué se debe hacer con esos documentos luego de haber culminado el proceso de exportación (Ver Cuadro 18).

Cuadro 18. Documentación aduanera en Colombia al momento de exportar y después de exportar.

AL MOMENTO DE EXPORTAR		
Registro para determinación de origen o certificado de origen (si es su caso)	Las exenciones o reducciones arancelarias otorgadas en las negociaciones de los acuerdos de libre comercio exigen la expedición de un Certificado de Origen para gozar de estas preferencias.	Una vez realizada la Declaración Juramentada se procederá a solicitar el respectivo Certificado de Origen, documento que exige la aduana del país de destino para acreditar las exenciones arancelarias; se debe tramitar un certificado para cada despacho o envío. (Procolombia, s.f)
Inspección de policía antinarcóticos	Es el registro, actualización y verificación de información que debe realizar una empresa exportadora ante la Policía Antinarcóticos, incluyendo datos de sus sedes, productos, personal, clientes, agencias logísticas y medidas de seguridad. Este procedimiento busca prevenir actividades ilícitas como el narcotráfico en la cadena de comercio exterior.	
Procedimiento aduanero de exportación de bienes	Este aspecto es de suma importancia al momento de la exportación, en este se plantean los pasos aduaneros que se deben seguir para realizarlos tramites de manera eficiente.	Si el monto de las mercancías que exportará es mayor a 30.000 USD (valor FOB), debe realizar este procedimiento necesariamente a través de una AGENCIA DE ADUANAS que esté autorizada por la DIAN, quien lo representará ante la autoridad aduanera y le guiará detalladamente en el siguiente proceso. (Procolombia, s.f)
	Una vez esté lista la mercancía prepare los siguientes documentos:	
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Factura comercial (escrita en inglés y español (si así se requiere) ✚ Valor (en moneda o divisa fuerte –USD- por ejemplo) ✚ Cantidad de producto ✚ Subpartida arancelaria ✚ Descripción del producto ✚ INCOTERM, forma de pago, etc.) ✚ Lista de empaque (escrita en inglés y español (si así se requiere). ✚ Visto bueno (si es el caso). ✚ Certificado de origen (si se requiere). ✚ Otros documentos exigidos para el producto a exportar (fichas técnicas, por ejemplo). 	
Luego de reunir los documentos se deben pasar a los siguientes pasos:		

	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Aportar los documentos mencionados a la autoridad aduanera o a su agente de aduanas según le sean solicitados. ✚ El exportador o su agente de aduanas, gestiona la solicitud de autorización de embarque SAE- (trámite electrónico DIAN-MUISCA) ante la Dirección Seccional de Aduanas del puerto o aeropuerto donde se ubique la mercancía. ✚ La Solicitud de Autorización de Embarque tiene vigencia de un mes, tiempo durante el cual se hará el traslado e ingreso de la mercancía a Zona Primaria (mediante planilla de traslado a través de los servicios informáticos electrónicos). ✚ Procede el aforo aduanero. El sistema informático de la DIAN arroja tres opciones: aforo físico (revisión física de la mercancía); aforo documental (revisión de documentos) y aforo automático (el sistema informático arroja el número de la Declaración de Exportación –DEX-). ✚ Conforme a lo declarado y contenido en los documentos soporte de exportación, la aduana autoriza el embarque. ✚ Surtidos todos estos trámites el exportador o su agente de aduanas, firmará y presentará la Declaración de Exportación –DEX- (forma 600) generada electrónicamente.
DESPUÉS DE LA EXPORTACIÓN	
Documentos de exportación	<p>En cada proceso exportador que culmine, usted debe conservar la siguiente documentación que usará como soporte de su actividad exportadora y además necesaria para respaldar el reintegro de divisas. Recuerde guardar estos documentos por cinco años, tiempo en el cual la DIAN puede hacer un proceso de verificación (Art. 147 Decreto 390/2016) (Procolombia, s.f)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Factura comercial, Lista de empaque, Vistos buenos, Certificado de origen y demás documentos que utilizó para realizar la exportación. ✚ Documento de transporte (conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte). ✚ Declaración de exportación –DEX- (forma 600).
Reintegro de divisas	<p>Según lo acordado con su cliente en el extranjero, deberá realizarle el pago del valor de su mercancía (generalmente en DÓLAR AMERICANO –USD-) y luego convertir ese monto de dinero expresado en una moneda extranjera a la moneda nacional (PESO COLOMBIANO –COP-).</p> <p>Pactar previamente con su contraparte en el exterior el medio de pago a utilizar, ya sea giro directo, o alguno que utilice una cobertura de riesgo, tal como las cartas de crédito, factoring internacional, cobranzas documentarias entre otros, canalizando los pagos a través de intermediarios financieros autorizados. (Procolombia, s.f)</p>

Fuente: elaboración propia (2024).

PROCESO PARA SOLICITUD DE INSPECCIÓN DE POLICÍA ANTINARCÓTICOS

Según la VUCE (s.f.) en la guía para la presentación y actualización de datos ante policía antinarcóticos a través de la ventanilla única de comercio exterior:

Requisitos previos.

- Conexión a internet.
- Navegador compatible (Edge, Chrome, Firefox).
- Firma digital del Representante Legal o su suplente registrado en la Cámara de Comercio.

Registro de la empresa en la VUCE.

- Ingresar a www.vuce.gov.co y seleccionar el módulo “Presentación y Actualización ante Policía Antinarcoóticos”.
- Dar clic en “Registrar mi empresa”.
- Ingresar el NIT sin dígito de verificación, correo electrónico de notificaciones y datos del representante legal.
- Aceptar términos y condiciones y guardar.
- El sistema envía usuario y contraseña al correo electrónico registrado.

Ingreso y diligenciamiento en el sistema.

- Registrar todas las sedes (plantas, oficinas, etc.) con sus datos de contacto y ubicación.
- Agregar los productos que se exportan, incluyendo descripción, partida arancelaria y consideraciones para la inspección.
- Registrar a representantes legales, suplentes y personas autorizadas para firmar cartas de responsabilidad.
- Registrar clientes en el exterior con información de contacto y dirección.
- Vincular agencias logísticas que participen en la exportación.
- Diligenciar un cuestionario dividido en cinco áreas: acceso, instalaciones, despacho/exportaciones, asociados de negocio y seguridad del personal.
 - Agregar certificados en seguridad o calidad, si se tienen.

Generación y firma del documento.

- Generar el documento con la información registrada.

- Descargarlo y firmarlo digitalmente usando el software JSignPdf.
- Subir el documento firmado al sistema.

Envío a la Policía Nacional.

El sistema confirma que la solicitud ha sido enviada correctamente a la Policía Antinarcoóticos.

Verificación y respuesta.

La Policía Nacional revisa la información y responde en un plazo máximo de dos días hábiles, indicando uno de los siguientes estados:

- En verificación: en proceso de revisión.
- Rechazado: hay errores o datos incompletos.
- Autorizado para exportar: la empresa cumple los requisitos y queda habilitada.

• **Preparación de la documentación en la EFTA.** En el marco del Tratado de Libre Comercio (TLC) y con el objetivo de que los beneficios del acuerdo sean cobijados por los exportadores colombianos, se debe certificar origen de la mercancía. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (s.f):

Existen dos formas de certificar el origen de las mercancías, mediante el certificado de circulación de mercancías (EUR.1) o mediante una declaración de origen emitida por un exportador en una factura, una nota de entrega o cualquier otro documento comercial que describa los productos en cuestión con suficiente detalle.

Procedimiento para la Emisión de los Certificados de Circulación EUR.1. En el Anexo V, en su título IV “Reglas de origen”, en su Artículo 16 del Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y estados de la EFTA (2010), se establece el siguiente paso a paso para obtener dicho certificado.

1. Un certificado de circulación EUR.1 será emitido por la autoridad competente de la parte exportadora a solicitud escrita del exportador, o bajo la responsabilidad del exportador o de su representante autorizado.
2. Para este fin, el exportador o su representante autorizado diligenciará tanto el certificado de circulación EUR.1 como el formulario de solicitud, cuyos ejemplares figuran en el Apéndice 3^a. El certificado de circulación EUR.1 será diligenciado en inglés o en español.
3. El exportador que solicita la emisión de un certificado de circulación EUR.1 estará preparado para presentar en cualquier momento, a solicitud de la autoridad competente de la parte exportadora que emite el certificado de circulación EUR.1, todos los documentos pertinentes que prueben la condición de originario de los productos en cuestión, así como el cumplimiento de los demás requisitos.
4. Un certificado de circulación EUR.1 será emitido por la autoridad competente de la parte exportadora si los productos pertinentes pueden ser considerados como productos originarios en una parte y cumplen los demás requisitos.
5. La autoridad competente emisora tomará las medidas necesarias para verificar la condición de originarios de los productos y el cumplimiento de los demás requisitos. A tal efecto, la misma tendrá derecho a exigir cualquier tipo de prueba e inspeccionar la contabilidad del exportador o llevar a cabo cualquier otra comprobación que se considere necesaria.

La autoridad competente emisora también se asegurará de que los formularios a los que se hace referencia en el párrafo 2 se completen debidamente. En especial, verificará que se haya completado la casilla reservada a la descripción de los productos de manera que se excluya toda posibilidad de adiciones

fraudulentas. Las marcas y los números, y la cantidad y tipo de empaque serán indicados en la Casilla 8 del certificado de circulación EUR.1.

6. La fecha de emisión del certificado de circulación EUR.1 se indicará en la Casilla 11 del certificado.

7. Un certificado de circulación EUR.1 será emitido por la autoridad competente de la Parte exportadora y estará a disposición del exportador tan pronto como se efectúe o garantice la exportación efectiva.

- **Documentación aduanera.** Así como Colombia, la EFTA exige una documentación específica para la mercancía que entra a los territorios de sus países miembros. Esos documentos incluyen la factura comercial, lista de empaque, declaración de exportación y documentos de transporte. Además, se permite la presentación electrónica de declaraciones aduaneras, esto ya que se fomenta la simplificación de los procedimientos aduaneros, permitiendo la presentación electrónica de documentos y el despacho eficiente de mercancías. Esto se encuentra fundamentado en el Artículo 3, del Anexo VII del tratado, donde se plantea lo siguiente:

1. Cada parte minimizará la incidencia y complejidad de los procedimientos comerciales y simplificará los requisitos de documentación en la medida necesaria para cumplir con los requisitos reglamentarios y asegurar una aplicación eficiente.

- a. Cada parte adoptará o mantendrá procedimientos aduaneros simplificados para un eficiente despacho de las mercancías con el fin de facilitar el comercio entre las partes. También, garantizará que las declaraciones de aduanas puedan ser presentadas vía electrónica. En este caso, y siempre que los documentos

sean autenticados por los procedimientos electrónicos y sean recibidos por las aduanas, ningún otro original de estos documentos será normalmente solicitado.




b. Conforme a su legislación, permitirá a los importadores obtener el despacho de las mercancías antes de satisfacer todos los requisitos de importación, siempre y cuando el importador ofrezca las garantías adecuadas. Una parte no está obligada a despachar mercancías si sus requisitos legítimos de importación no se han cumplido.

c. Procurará tener en cuenta la certificación otorgada por alianzas empresariales internacionales dentro de la parte exportadora en toda su cadena de suministro, las cuales se ajusten a los estándares internacionales y promuevan un comercio seguro en cooperación con los gobiernos y las organizaciones internacionales.

2. Las partes procurarán garantizar la inspección simultánea de las mercancías por parte de las autoridades nacionales competentes en un mismo momento y lugar cuando las mercancías entren o salgan del territorio aduanero de las partes en un mismo momento y lugar.

Según Procolombia (2023), los documentos exigidos por cada país son los que se muestran en el Cuadro 19.

Cuadro 19. Documentos exigidos en los países de la EFTA.

PAÍS	DOCUMENTOS
Suiza y Liechtenstein	<ul style="list-style-type: none">  Factura comercial: firmada por el expedidor / proveedor se debe adjuntar a la guía aérea que cubre.  Licencia de importación: se requiere para ciertas clases de mercancías  Para las mercancías originarias de países de la AELC y superior a CHF 520.00, es necesario el certificado de origen.

Noruega	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Se requiere de dos facturas comerciales que incluyan la información de la orden, número de paquetes, peso bruto y neto, condiciones de envío y condiciones de pago, tipos de rebajas (si aplica), número de tarifa estadística de los bienes de acuerdo con el Sistema Armonizado. ✚ Certificado de movimiento EUR 1 es necesario para importar en franquicia mercancías originarias de países de la UE o la AELC. ✚ Licencia de exportación para algunos productos.
Islandia	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Factura comercial: deberá ser firmado por el vendedor. La factura debe contener la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nombre y dirección del expedidor. ✓ Fecha de entrega del envío para su expedición a Islandia, y el medio de transporte utilizado. ✓ Lugar y fecha del comprador ✓ Nombre y dirección del comprador. ✓ Número de paquetes y su peso bruto, el tipo de paquetes, nombres, marcas, números, etc. ✓ Los nombres de los productos cubiertos por la factura. Estos no pueden ser sustituidos por catálogo o de producción números. ✓ País de origen de las mercancías. ✓ Precio de venta de cada producto individual, tanto un precio unitario y una extensión. Todas las cantidades en la factura deben sumarse y una cantidad total claramente. ✓ Peso neto de cada producto individual, y el número de artículos. ✓ Descuentos y otras reducciones concedidas, el monto de dichas reducciones y el motivo de su concesión, no siendo suficiente un término común, como "descuento comercial", etc. ✓ Fecha de venta, condiciones de entrega (FOB, CF, CIF, etc.), y moneda en la que se especifica el precio de la factura. ✓ Condiciones de pago y otras condiciones de pago. ✓ Declaración del vendedor en el sentido de que sólo se ha emitido una factura para cubrir todas las mercancías que se encuentran en un envío concreto a bordo de un medio de transporte determinado, que las mercancías se introducen al precio por el que se venden y que, según su conocimiento, el precio indicado no es inferior al precio de mercado de mercancías idénticas o similares para la exportación en el momento y lugar de la compra. Cuando el precio de mercado es inferior, también debe indicarse en la factura. ✚ Licencia de importación para algunos productos.

Fuente: elaboración propia, basada en Procolombia (2023).

4.2.3 Desglose del proceso de exportación de cacao y su cumplimiento normativo. En esta sección, se presenta el desglose del proceso completo de exportación del cacao desde el departamento del Cesar hacia los países que conforman la EFTA. A través de la descripción detallada de las diferentes fases que el grano experimenta, desde su producción y procesamiento, hasta la carga y descarga en el punto de destino final.

Del mismo modo, se describen los aspectos normativos a cumplir en cuanto a producción, transporte y regulaciones, centrándose en las regulaciones específicas de los países integrantes de la EFTA para identificar los puntos críticos del proceso en los cuales se deben tener mayores controles, verificaciones y ajustes para garantizar que el producto cumpla las normativas internacionales.

- **Producción.**

El departamento del Cesar realiza la cosecha y selección del grano de cacao bajo las especificaciones de la Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 1252, dada por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC). En esta se establece la preparación, requisitos de muestreo, empaque, el rotulado o etiquetado, etc., que deben seguir para el producto.

Para que el cacao sea apto para la exportación, debe cumplir con los estándares de calidad establecidos por la normativa colombiana vigente. Estos parámetros permiten verificar que los granos hayan sido adecuadamente fermentados, secados y que se encuentren libres de contaminantes, lo que los hace aptos para el comercio internacional. En este sentido, el departamento del Cesar ha adoptado prácticas de preparación del grano conforme a los lineamientos establecidos en la Norma Técnica Colombiana NTC 1252 (quinta actualización, 2021).

Dicha norma establece especificaciones fisicoquímicas y generales para dos tipos de cacao: premium y corriente. El cacao premium hace referencia a granos de alta calidad, cultivados bajo condiciones controladas y reconocidos por su sabor y aroma superiores. Generalmente provienen de variedades finas como el criollo o el trinitario. Por su parte, el cacao corriente, que corresponde principalmente a la variedad forastero, representa entre el 80% y 90% de la

producción mundial y se caracteriza por su resistencia, aunque con menor calidad sensorial.

De acuerdo con la NTC 1252 (2021), los granos deben someterse a un proceso adecuado de fermentación y secado, de manera que su contenido de humedad no supere los límites establecidos para cada categoría. A continuación, en los Cuadros 20 y 21, se presentan los requisitos fisicoquímicos y generales contemplados en dicha norma:

Cuadro 20. Requisitos fisicoquímicos establecidos en la NTC 1252 (actualización 2021).

REQUISITOS FISICOQUÍMICOS		
TIPO DE CACAO	PREMIUM	CORRIENTES
Humedad	7%	7.5%
Masa (peso) 100 gramos	≥ 120gr	105 – 119gr
% Granos bien fermentados	≥ 70	≥ 65
% Granos insuficientemente fermentados	≤ 29	≤ 32
MARGEN DE TOLERANCIA		
% Granos pizarrosos	≤ 1	≤ 3
% Granos con moho	1%	2%
% Granos picados o germinados	1%	2%
% Pasilla	1%	2%
% Impurezas	0	0,3
% Infectados	Negativo	Negativo
REQUISITOS GENERALES		
Olor	Libre de contaminación	
Adulteración	Libre de cualquier evidencia de adulteración	
Granos violetas o morados	Estar dentro del rango típico, si se especifica, para el grado u origen.	
INSECTOS VIVOS Y OTRAS INFESTACIONES		
% Fermentados	3	
% No fermentados	3	


Fuente: Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 1252. (quinta actualización, 2021).

Cuadro 21. Especificaciones sensoriales establecidas en la NTC 1252 (actualización 2021).

ESPECIFICACIONES SENSORIALES			
<i>Características sensoriales externas evaluadas en el momento de la recepción mediante inspección in-situ</i>			
Características sensoriales	Granos sin fermentar	Grano insuficientemente fermentado	Grano fermentado
Apariencia	Grano entero, libre de restos de mucilago, sin presencia de moho, insectos o fragmentos de insectos, de elementos extraños o de ninguno de los anteriores.	Grano limpio, sin presencia de moho, perforaciones, insectos o fragmentos de insectos, de elementos extraños o de ninguno de los anteriores.	Grano limpio hinchado, sin presencia moho, perforaciones, insectos o fragmentos de insectos, de elementos extraños o de ninguno de los anteriores.
Textura y consistencia	Grano liso, con cascarilla desprender, difícil de resistencia al corte.	Grano poco rugoso, cascarilla difícil de desprender.	Grano rugoso y quebradizo, cascarilla fácil de desprender.
<i>Características sensoriales internas evaluadas en la prueba de corte, en el momento de la recepción, mediante inspección in-situ</i>			
Características sensoriales	Granos sin fermentar	Grano insuficientemente fermentado	Grano fermentado
Apariencia	Lisa y uniforme, sin presencia de moho, insectos fragmentos de insectos	Parcialmente estriada, o parcialmente porosa, sin presencia de: moho, insectos o fragmentos de insectos	Estriada porosa, sin presencia de moho, insectos, fragmentos de insectos.
Textura y conformación	Interior liso y resistente al corte	Resistencia moderada al corte, parcialmente rugosa y poco frágil	Granulada, rugosa, frágil a la presión y al corte.
Color	En la gama de crema a violeta, morado oscuro.	Presenta en forma parcial gamas de crema a violeta y de crema a café, pardo oscuro.	En la gama de crema pardo oscuro café.
Sabor	Amargo, ligeramente ácido y astringencia libre de atributos y sabores atípicos.	Con sabor a cacao predominando sabores ácidos, amargo y astringencia. Libre de atributos y sabores atípicos.	Característico del cacao, con un adecuado balance de los básicos, con atributos amargo y astringencia, y ausencia de atributos y sabores atípicos, según el nivel de fermentación
Olor		Pungente, característico de la fermentación	Pungente, característico de la fermentación

	Característicos del cacao no fermentado, libre de olores.	acética, libre de olores extraños.	acética, libre de olores extraños
--	---	------------------------------------	-----------------------------------

Fuente: Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 1252. (quinta actualización, 2021).

 **Contaminantes.** La Norma Técnica Colombiana NTC 1252 (actualización 2021), especifica sobre los límites permitidos para la presencia de varios contaminantes en granos de cacao para asegurar la inocuidad para el consumo humano y la exportación a los mercados internacionales. Prevé la prescriptibilidad de algunos parámetros en los siguientes ámbitos:

Metales pesados. Según la norma, el cacao debería ajustarse a los niveles máximos de metales pesados establecidos en la legislación nacional vigente (Ver Cuadro 22).

Cuadro 22. Tolerancia máxima de metales pesados.

METAL	NIVEL MÁX.
Plomo	0.5 mg/kg
Cadmio	0.3 mg/kg
Mercurio	0.1 mg/kg
Arsénico	0.5 mg/kg

Fuente: Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 1252. (quinta actualización, 2021).

Residuos de plaguicidas. Según la norma, el cacao debería ajustarse a los niveles máximos de residuos de plaguicidas establecidos en la legislación nacional vigente (Ver Cuadro 23).

Cuadro 23. Tolerancia máxima de plaguicidas.

PLAGUICIDA	NIVEL MÁX.
DDT (Dichloro-Diphenyl-Trichloroethane)	0.01 mg/kg
Lindano	0.01 mg/kg
Pirimetamina	0.01 mg/kg
Clordano	0.01 mg/kg

Endosulfán	0.01 mg/kg
------------	------------

Fuente: Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 1252. (quinta actualización, 2021).

✚ **Tamaño del cacao en grano.** El tamaño del grano se define por el recuento de granos y generalmente se expresa por el número de granos por 100g (NTC 1252, 2021). Una mayor especificación se puede observar en el Cuadro 24.

Cuadro 24. Tamaño de los granos de cacao.

TAMAÑO	RECuento DE GRANOS
Normal	≤ 100
Mediano	101 - 110
Pequeño	111 - 120
Muy pequeños	> 120

Fuente: Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 1252. (quinta actualización, 2021).

DIAGRAMA REPRESENTATIVO DE COSECHA DEL CACAO EN EL CESAR

1



Fuente: Smith (2024).

MADUREZ DE LA MAZORCA

La cosecha se realiza cuando las mazorcas han alcanzado su punto de madurez fisiológica, generalmente entre 5 a 6 meses después de la floración.

Actividades clave

Color característico de madurez, la cual varía según el tipo.



Fuente: Carvallo (2020).

Ausencia de daños físicos, enfermedades o signos de pudrición.



Fuente: El campesino (2021).

Verificación manual para confirmar la madurez.



Fuente: Varela (2022).

COSECHA MANUAL

Seleccionar las que cumplen con los requisitos.

2



Fuente: Freepik, (2018)

Corta las mazorcas desde el tallo para evitar dañar el árbol.



Fuente: Freepik, (2023)

Evita golpear las mazorcas durante la recolección para no afectar las semillas.



Fuente: Freepik, (2023)



TRANSPORTE A SITIO DE PROCESAMIENTO

Mover las mazorcas recolectadas al área de procesamiento sin comprometer su calidad.

3



Fuente: Freepik (2023).

Actividades clave

Mover las mazorcas recolectadas al área de procesamiento sin comprometer su calidad.



Fuente: COOPERATIVA AGRARIA APROCAM, (2020).



Granos de cacao y la vaina de cacao en una superficie de madera.

4



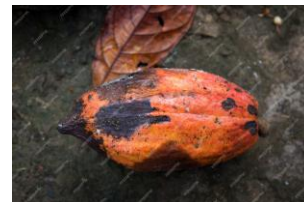
Fuente: Freepik (2018).

DESCARTE DE MAZORCAS DAÑADAS O INMADURAS

Evitar que material defectuoso afecte la calidad del producto final.

Actividades clave

Separación inmediata de las mazorcas inmaduras o con daños visibles



Fuente: Freepik (2021).

- **Fermentación.**

El departamento del Cesar tiene un gran potencial para establecerse como exportador de cacao en el mercado internacional. Sin embargo, para conseguirlo de forma eficaz y sostenible, es imprescindible mejorar los procesos vinculados a la calidad del producto, en particular los que se crean durante la etapa de postcosecha.

Los criterios de calidad requeridos por las naciones importadoras se enfocan precisamente en esta fase crucial, en la que se establecen las propiedades sensoriales, físicas y de higiene del grano. En este sentido, el investigador Lombo (como se citó en Caro, 2019) señala que esa norma abarca todos los procedimientos vinculados con la postcosecha del cacao. Lo que sucede es que en ocasiones en el departamento del Cesar se mezclan granos de alta calidad con granos de calidad variable.

La Norma Técnica Colombiana (NTC) 1252, establece las prácticas basadas en la Norma Técnica Colombiana (NTC) 5811, la cual tiene por objeto definir los requisitos generales y recomendaciones de las Buenas Prácticas Agrícolas que sirvan de orientación a los productores de cacao tanto para el mercado nacional y el de exportación como para la agroindustria, con el fin de mejorar las condiciones de la producción de cacao con un enfoque preventivo, en busca de la inocuidad, la competitividad, la seguridad de los trabajadores y el desarrollo sostenible (NTC 5811 del 2010).

La NTC 5811 del 2010 propone el método presentado en el Cuadro 25, para abrir la mazorca de cacao tras ser trasladada desde el lugar de recolección hasta el lugar de procesamiento.

Cuadro 25. Partida y desgrane de mazorca de cacao.

PARTIDA Y DESGRANE DE MAZORCA

a. Se deben partir los frutos empleando una herramienta que no cause daños mecánicos a los granos y no represente un riesgo para el trabajador, preferiblemente se emplea un mazo de madera (NTC 5811 del 2010).

Ilustración 35. Granos de cacao en mazorca de cacao.



Fuente: Freepik, (2020)

Ilustración 36. Fresh cocoa pods and fresh cocoa beans on cocoa leaf background.



Fuente: NARONG (s.f)

b. Al desgranar la mazorca se debe separar la placenta y no mezclar granos de cacao sanos con enfermos (NTC 5811 del 2010). (NTC 5811 del 2010).

c. Los recipientes en los que se van a colocar los granos (masa fresca) y transportarlos al fermentador deben ser empleados únicamente para tal fin y no utilizar utensilios metálicos (NTC 5811 del 2010).

Ilustración 37. El proceso de fermentación de granos de cacao frescos en un tanque.



Fuente: Freepik, (2021)

Ilustración 38. Residuos de cacao.



Fuente: Marta G (2022).

d. Se debe disponer de un programa de manejo para las cáscaras resultantes del proceso de desgrane, estas pueden permanecer en el lote o ser utilizadas en la fabricación de compost o abonos orgánicos. (NTC 5811 del 2010).

Fuente: elaboración propia (2024).

Luego de haber cumplido eficientemente con el proceso de desgrane, sigue la fermentación del cacao. Esta es una etapa crucial en el procesamiento postcosecha, ya que es responsable de desarrollar los precursores de sabor y aroma característicos del chocolate. En palabras de López (2018):

La fermentación es uno de los procesos más importantes del “beneficio del cacao”, de hecho, está íntimamente ligada a la calidad del fruto y consiste en la colocación de los granos cosechados en recipientes para crear un ambiente cerrado sin ser hermético. Una vez que se bajan las frutas del árbol, se abre la mazorca con un “machete” o un instrumento que permite sacar las semillas sin que estas se rompan, una vez abierta se extraen con la mano hasta depositarlas en un recipiente en el que se transportarán desde el campo hasta el sitio elegido para la fermentación que cuando se trata de grandes volúmenes suele ser un área con una serie de cajas de madera. (p. 2)

En la misma línea, la NTC 5811 del 2010 también propone que es el paso crucial en el beneficio del cacao, dado que durante este proceso se produce el aroma y sabor. Para que este paso se realice de forma eficaz, la norma determina los siguientes puntos:

- a. Se recomienda depositar los granos en cajones de madera (cajones fermentadores) con orificios en el fondo, para la salida de los lixiviados (son los líquidos que circulan entre los residuos que se encuentran en los vertederos (Roper, 2020).
- b. Los lixiviados no deben verterse a fuentes de agua.
- c. No se deben mezclar granos provenientes de recolecciones de días diferentes.

d. El proceso de fermentación requiere entre 4 y 8 días dependiendo del tipo de cacao, de las exigencias del comprador y de las condiciones climáticas de la zona. Se deben realizar volteos o remociones con el fin de airear la masa y facilitar la acción de los microorganismos. Aunado a esto, la Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 1252 (actualización 2021), establece la clasificación para el cacao en grano de comercialización internacional (Ver Cuadro 26).

Cuadro 26. Clasificación para el cacao en grano de comercialización internacional.

Grado de lote	Contenido de granos, en %	
	Pizarrosos	Mohosos o dañados por insectos o ambos
Bien fermentado	5	5
Insuficientemente fermentado	10	10

Nota 1. Los porcentajes son los máximos.
Nota 2. Los porcentajes dados se aplican al total combinado de todos los defectos especificados en el encabezado de la columna.

Fuente: NTC 1252 del 2021.

Seguido a la fermentación, se realiza la denominada prueba de corte, la cual es un método utilizado para evaluar la calidad de los granos. Después de la fermentación y el secado, en la NTC 1252 del 2021, se expone la prueba de corte para el cacao en grano para la comercialización internacional.

Secado.

La Norma Técnica Colombiana (NTC) 5811 del 2010, plantea para este paso lo siguiente:

a. Se debe reducir el porcentaje de humedad que contiene la almendra fermentada desde un 55% hasta un 70% de acuerdo con lo establecido en la NTC 1252.

b. Se recomienda realizar el secado al sol sobre estructuras de madera (tales como paseras, casaelbas, camillas de madera o carros corredizos, entre otros). Se puede emplear secado artificial, evitando contaminación del grano por humo o por combustibles.

Ilustración 39. Secado de granos de cacao.



Fuente: Nogales (2024).

Empaque.

La Norma Técnica Colombiana (NTC) 1252, (actualización 2021) tiene recomendaciones para los tipos de empaque, las cuales deben cumplirse para que el producto se conserve en óptimas condiciones para la exportación. Estas recomendaciones se listan a continuación:

- Los sacos para empaque deben estar limpios, en buen estado, ser lo suficientemente fuertes y estar bien cosidos.
- El cacao en grano solamente se debe enviar en sacos nuevos.
- Los sacos tejidos con fibras naturales y los forros, si se usan, deben ser adecuados para estar en contacto con alimentos.
- La tinta o la pintura usada para el marcado debe ser de grado alimenticio.

El saco que se adapta a esta especificación y que suele usarse en el cacao producido en el departamento del Cesar son los sacos de fique. Estos sacos están hechos de fibra natural (fique) y son biodegradables, resistentes y permiten una buena transpiración del producto. Son ideales para conservar las características del cacao durante su transporte y comercialización (Grupo Excala, 2025).

Ilustración 40. Saco de fique para cacao.




Fuente: Grupo Excala (2024).

Rotulado o etiquetado.

En lo que respecta al rotulado o etiquetado del cacao en grano, en la Norma Técnica Colombiana NTC 1252, se hacen dos tipos de especificaciones muy diferenciadas dependiendo del destino al que esté destinado el grano en cuestión; caso del mercado nacional y del mercado internacional:

✚ **Nacional.** Para rotulado general se debe tener en cuenta lo establecido en la legislación nacional vigente o en la NTC 512-1. El rotulado se debe hacer en la planilla de recibo, en forma legible a simple vista, redactado en español y en otro idioma, si las necesidades de comercialización así los dispusieran. En la planilla debe indicarse como mínimo lo siguiente: nombre del producto;

procedencia; nombre o marca del vendedor o del productor, designación nacional, y contenido neto, en kilogramos.

 **Internacional.** La norma establece que cada saco de cacao en grano se debe sellar oficialmente. El saco o el sello debe mostrar por lo menos la siguiente información: país producto; nombre del producto; marca de envío cuando sea aplicable y, cualquier otra marca de identificación que sea aplicable.

Almacenamiento.

La Norma Técnica Colombiana (NTC) 5811, recomienda lo siguiente en cuanto al almacenamiento del cacao se refiere:

1. El periodo de almacenamiento debe ser tan corto como sea posible, a fin de evitar el incremento de la humedad y la infestación por plagas y hongos.
2. Se debe evitar almacenar el cacao junto con otros granos, desechos orgánicos cascaras y materias extrañas (por ejemplo, productos químicos).
3. Los lotes de cacao en grano se deberían ubicar en almacenes construidos y utilizados de tal manera que, mantengan el contenido de humedad.
4. Los granos deberían almacenarse en rejillas o tarimas (pallets), dando un espacio despejado sobre el suelo de al menos 7 cm para la circulación de aire.
5. Se deberían tomar medidas para prevenir la infestación de insectos, roedores y otras plagas.
6. No se recomienda emplear plaguicidas en el lugar de almacenamiento de los granos de cacao.

7. Los sacos de cacao en grano deberían apilarse de tal manera que:

- Las calidades y marcas individuales estén separadas por un pasaje de al menos 60 cm de ancho, similar al que se deja entre los sacos y las paredes del almacén.
- Se puede llevar a cabo la desinfestación por fumigación o la fumigación cuidadosa o ambas, con insecticidas adecuados, si es necesario.
- Debería evitarse la contaminación por olores o sabores, o por el polvo de otros productos, como otros alimentos, o por productos como el aceite, el cemento y el alquitrán. Periódicamente, durante el almacenamiento, e inmediatamente antes del envío y en el momento de la descarga fuera del país productor, se debería verificar el contenido de humedad de cada lote (NTC 1252, 2021).

Transporte.

La Norma Técnica Colombiana (NTC) 1252 del 2021 tiene recomendaciones que se deben cumplir en el transporte del cacao:

1. El vehículo empleado debe estar limpio, libre de materias extrañas y contaminantes.
2. Se debe proteger el producto del sol, la lluvia, el polvo o sustancia que ponga en riesgo el mismo.
3. La labor de cargue y descargue de los bultos debe realizarse de tal manera que minimice los riesgos sanitarios sobre el grano.

4.3 OPORTUNIDADES DE MERCADO, MECANISMOS DE PROMOCIÓN Y ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN QUE PERMITAN POSICIONAR EL CACAO DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR EN EL MERCADO EFTA.

4.3.1 Análisis de mercado. El cacao es una materia prima con una alta demanda a nivel mundial que es utilizada por distintas industrias, siendo la más importante la alimentaria y cosmética. Por lo tanto, el mercado cacaotero está en constante crecimiento, lo que crea una oportunidad estratégica para Colombia, y en particular para el departamento del Cesar, de fortalecer el mercado interno de cacao en los países miembros del EFTA.

En los últimos años, las exportaciones anuales de cacao en grano desde Colombia han evidenciado un crecimiento sostenido desde 2018, excepto en el año 2022, cuando se observó una significativa reducción en las cantidades exportadas. Esta disminución fue causada por una disminución del 10% en la producción nacional, provocada por intensas precipitaciones que impactaron el desempeño de las cosechas.

La Ilustración 41 presenta los principales países importadores de cacao colombiano, con cifras en dólares que reflejan el valor total de las importaciones desde 2018. Esta información permite visualizar a Colombia como un actor relevante en el comercio internacional de cacao.

Ilustración 41. Importadores de cacao.

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia ⁱ
Producto: 1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado

Unidad: miles Dólar Americano

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar: Período (número de columnas): 5 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

Bilateral o 4 dígitos	Importadores	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021	Valor exportado en 2022	Valor exportado en 2023*
	Mundo	22.784	28.423	29.870	15.647	13.554
	México	11.551	21.047	18.234	7.108	8.214
	Bélica	2.862	1.228	5.115	4.454	4.537
	Estados Unidos de América	1.394	718	1.143	788	1.308
	Japón	115	131	151	229	328
	Malasia	4.385	439	384	227	250
	Países Bajos	734	719	651	450	248
	Francia	74	31	47	79	159
	Alemania	108	210	383	237	195
	Suiza	47	0	66	106	117
	Reino Unido	117	137	211	370	80
	Hong Kong, China	0	0			72
	Italia	155	1.445	170	315	43
	República Checa	0	8	17	12	12
	Rusia, Federación de	37	45	8	7	10
	Rumania	0	0	2	2	6
	Canadá	21	18	5	34	5
	Argentina	749	748	774	529	3
	Australia	0	5		7	3
	China	0	0			2
	Arabia Saudita	0	0			1
	Eslovaquia	2	0			1
	Chile	7	0	2		
	Costa Rica	0	0		68	
	Estonia	0	482	2.283	593	

Fuente: Trade Map, (2025).

Para lograr realizar el análisis de mercado, y establecer si el departamento del Cesar puede crecer en los países miembros de la EFTA, se debe conocer cómo está el comercio de Colombia con dichos países.

- **Colombia – Suiza.** El intercambio comercial de cacao entre Colombia y Suiza ha sido poco significativo en la historia, con exportaciones inexistentes o minoritarias en algunos años. Sin embargo, en los últimos periodos, se ha percibido un aumento moderado en esta tendencia, lo que refleja una oportunidad para expandirse a este mercado. El Cuadro 27 expone este comportamiento, ya que representa la evolución de las exportaciones e importaciones entre estos países según Trade Map (2024).

Cuadro 27. Comercio bilateral entre Colombia y Suiza.

Código	Producto	Colombia exporta hacia Suiza				Suiza importa desde el mundo			
		2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	0	15T	25T	15T	48.670T	52.410T	54.689T	56.980T
Colombia exporta hacia el mundo									
2020		2021			2022		2023		
11.148T		11.660T			6.044T		4.226T		

Fuente: elaboración propia (2025), basado en Trade Map (2024).

Por otro lado, y para complementar este análisis, el Cuadro 28 refleja el porcentaje que la exportación de cacao colombiano a Suiza representa del total de importaciones del país europeo de este producto. Es decir, no sólo compara las importaciones de Colombia respecto al total, sino que el total de las importaciones de Suiza respecto al total mundial. Así, según estos análisis, Colombia nunca supera el 1% en cuanto a porcentaje de participación en este mercado, ya que sus porcentajes, en la mayoría de los casos, ni siquiera logra superar el 0,00045 %.

Cuadro 28. Porcentaje de exportación de cacao Colombia – Suiza.

Código	Producto	Porcentaje de exportación de Colombia vs Importación total de suiza en el mundo			
		2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	0%	0,00030%	0,00045%	0,00026%

Fuente: elaboración propia (2025).

En ese sentido, los datos muestran una baja participación del cacao colombiano en el mercado suizo, pese a ser Suiza uno de los mayores importadores de pasta de cacao a nivel mundial. Por lo tanto, en términos generales, se trata de una gran oportunidad comercial, lo que, en el caso específico de esta investigación, se releva como una posibilidad para departamentos cacaoteros como el Cesar, en fortalecer sus procesos de calidad y trazabilidad para ingresar con ventaja en competitividad a este país europeo tan exigente en dichas categorías.

- **Colombia – Noruega.** Hoy en día, Colombia no envía cacao en grano a Noruega, lo cual se confirma por el Cuadro 29, que muestra los datos de las exportaciones de este país a Noruega para el período 2020–2023. Como se puede observar, todos los años, los datos son iguales a cero, aun cuando Noruega recibe de forma regular cacao en grano, es decir, más de 31.000 toneladas anuales.

Cuadro 29. Comercio bilateral Colombia – Noruega.

Código	Producto	Colombia exporta hacia Noruega				Noruega importa desde el mundo			
		2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	0	0	0	0	31.809T	33.134T	33.134T	34.395T
Colombia exporta hacia el mundo									
2020		2021		2022		2023			
11.148T		11.660T		6.044T		4.226T			

Fuente: elaboración propia (2025, basado en Trade Map, 2024).

El Cuadro 30 ratifica tal situación si se consideran los porcentajes, ya que Colombia no ha aportado ni el 0.01% de la importación de cacao a Noruega en el referido lapso de tiempo.

Cuadro 30. Porcentaje de exportación de cacao Colombia – Noruega.

Código	Producto	Porcentaje de exportación de Colombia vs Importación total de Noruega en el mundo			
		2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	0%	0%	0%	0%

Fuente: elaboración propia (2025).

Por tanto, en lugar de ser desfase, esta falta de presencia comercial se puede considerar una oportunidad estratégica para introducir el cacao colombiano, y particularmente del departamento del Cesar, en el mercado noruego. Ya que, con el cumplimiento de los estándares internacionales de calidad, la implementación de las buenas prácticas en postcosecha, así como una estrategia adecuada de

promoción, Colombia tiene la oportunidad de convertirse en un proveedor alternativa en este mercado especializado.

- **Colombia – Islandia.** Otra situación similar se evidencia en el comercio bilateral entre Colombia e Islandia en la medida en que en el período 2020-2023 no se revelan las exportaciones del cacao en grano por el país mencionado. A pesar de ello, Islandia ha importado el cacao en grano de varios países, entre ellos, y las cantidades son menores. A continuación, en el Cuadro 31, se presenta la situación.

Cuadro 31. Comercio bilateral entre Colombia y Islandia.

Código	Producto	Colombia exporta hacia Islandia				Islandia importa desde el mundo			
		2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	0	0	0	0	16T	11T	17T	13T
Colombia exporta hacia el mundo									
2020		2021			2022		2023		
11.148T		11.660T			6.044T		4.226T		

Fuente: elaboración propia (2025), basado en Trade Map (2024).

El Cuadro 32 indica que, similar a Noruega, el porcentaje de participación de Colombia en las importaciones de Islandia es del 0% en todos los años estudiados.

Cuadro 32. Porcentaje de exportación de cacao Colombia – Islandia.

Código	Producto	Porcentaje de exportación de Colombia vs Importación total de Islandia en el mundo			
		2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	0%	0%	0%	0%

Fuente: elaboración propia (2025).

No obstante, y aunque la demanda pareciera ser baja en este país, Islandia también emerge como una oportunidad para la entrada de cacao colombiano,

sobre todo cuando se aborda en segmentos de mercado con alta valoración por la calidad diferenciada, la trazabilidad y la sostenibilidad del producto. En este sentido, la construcción de una marca país relacionada con el origen y la calidad del cacao del departamento del Cesar, apoyada en estrategias de diplomacia comercial y presencia en ferias europeas, podría ser determinante para iniciar la operación en este mercado.

- **Colombia – Liechtenstein.** En cuanto a Liechtenstein, después de una revisión bibliográfica no se hallaron fuentes que arrojaran datos del país respecto a sus cifras de importación de cacao, en otras palabras, no se logran identificar datos específicos que permitan identificar el comercio con respecto a Colombia. No obstante, esto es algo que se espera mejore, ya que con Colombia se logra convertir en uno de los países de Latinoamérica el cual ahora regula el comercio de cacao con los cuatro (4) países miembros de la EFTA.

4.3.1.1 Demanda del cacao en los países EFTA. “La demanda mundial de chocolate ha aumentado en los últimos años, impulsada por el crecimiento de los mercados emergentes como China e India, y por el cambio de las preferencias de los consumidores hacia productos más saludables y sostenibles (Buritica, 2024).

En ese contexto, en 2023, los países de la EFTA importaron USD 175 millones (57 mil toneladas métricas), con un crecimiento anual promedio de 7% desde 2019. Suiza representa el 99% de las importaciones de cacao en grano del EFTA (Embajada de Suiza en Perú et al., s.f., p. 10). A pesar de que “los países de la EFTA representan solo el 2% de las importaciones mundiales de cacao en grano” (Embajada de Suiza en Perú, et al., s.f., p. 10), su impacto en el mercado sigue siendo significativo debido a su alto nivel de consumo y estándares de calidad.

Este nicho específico y exigente ha llevado a que los proveedores de cacao más importantes busquen fortalecer sus relaciones comerciales con estos países tanto de Latinoamérica como de África occidental. Esto se refleja en las cifras en la que se expone a Ghana como el mayor proveedor a los países EFTA con el 40% de las importaciones, seguido de la República Dominicana (20%) y del Ecuador (18%) (Embajada de Suiza en Perú., s.f., p. 10).

- **Demanda de Suiza.** A pesar de la reconocida reputación de Suiza en la industria chocolatera mundial, su capacidad de producción de cacao es prácticamente nula. No es sorprendente debido a las limitaciones impuestas por su clima templado y alpino, los cultivadores no pueden producir este producto a gran escala. A su vez, el país ha ganado cierta tradición en la elaboración y procesamiento de chocolate y, como resultado, ha desarrollado una demanda constante y que crece de cacao en grano.

En consecuencia, para cubrir el consumo interno y la producción de exportación de productos basados en cacao, Suiza tiene que importar el producto de diferentes regiones del mundo. Mayor importancia se da a los países que ofrecen productos de alta calidad. Por lo tanto, para Colombia entre otros, la demanda de cacao que se produce en el departamento del Cesar tiene un gran potencial. Para determinar cuán significativo es, será necesario evaluar los datos recopilados (Ver Cuadros 33 y 34).

Cuadro 33. Demanda de cacao de Suiza.

Código	Producto	Cantidad importada en el mundo				Importación de Suiza			
		2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	3.607.052T	3.929.020T	3.624.416T	3.767.783T	48.670T	52.410T	54.689T	56.980T

Fuente: TradeMap (2024).

Cuadro 34. Porcentaje de importación de cacao Suiza en el mundo.

Código	Producto	% de la importación de Suiza con respecto al mundo			
		2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	1.34%	1.33%	1.50%	1.51%

Fuente: elaboración propia (2025).

Como se evidenció en los cuadros anteriores, la demanda de cacao en grano proveniente de Suiza ha tenido durante los últimos años una tendencia creciente y para el año 2023 superará el umbral del 1.5% de las importaciones globales. Por lo tanto, este comportamiento demuestra una vez más el carácter privilegiado de Suiza como uno de los importadores más estratégicos en la cadena de valor global del cacao. Al mismo tiempo, la situación crea oportunidades adicionales para que Colombia en general y el departamento del Cesar en particular deban aprovechar para establecer o reforzar la presencia en este mercado europeo debido a su capacidad de suministrar cacao de calidad premium conforme a las exigencias del consumidor.

- **Demanda de Noruega.** Por lo general, Noruega también se caracteriza por tener uno de los mayores niveles de consumo de chocolate per cápita en Europa. Sin embargo, su clima severo no proporciona al país un ambiente apropiado para cultivar cacao de calidad. Por eso, se basa en la exportación del grano como un ingrediente esencial para la producción de chocolates y otros productos derivados, que se utilizan ampliamente en la industria alimentaria nacional.

Durante 2021, según los datos de TRIDGE, los principales países exportadores de cacao a Noruega fueron: Perú, con una participación del 52,43% (USD 96.060), Bélgica, con el 6,30% (USD 11.550), Dinamarca, con el 6,02% (USD 11.040), Ecuador, con el 5,13% (USD 9.400). Cabe recalcar la presencia vinculada de los países latinoamericanos en el mercado noruego, lo que presenta oportunidades estratégicas para exportadores emergentes como Colombia,

especialmente para los casos del departamento del Cesar, siempre y cuando pueda proponer un perfil diferenciado del cacao importado.

Cuadro 35. Demanda de cacao de Noruega.

Código	Producto	Cantidad importada en el mundo				Importación de Noruega			
		2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	3.607.05 2T	3.929.02 0T	3.624.41 6T	3.767.78 3T	31.80 9T	33.13 4T	33.13 4T	34.39 5T

Fuente: elaboración propia (2025, basada en TradeMap, 2024).

Cuadro 36. Porcentaje de importación de cacao Noruega en el mundo.

Código	Producto	% de la importación de Suiza con respecto al mundo			
		2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	0.88%	0.84%	0.91%	0.91%

Fuente: elaboración propia (2025).

Como se observa en los Cuadros 35 y 36, los datos demuestran que Noruega ha mantenido un nivel regular de importaciones de cacao, alcanzando aproximadamente el 1% del total global en los últimos cuatro años. Por lo tanto, en un momento en que el país confirma su interés en la adquisición de un recurso vital para su producción, Colombia en general y el departamento del Cesar en particular tienen una oportunidad real de penetrar este mercado, que actualmente valora cada vez más el cacao proveniente de América Latina. Los consumidores también prefieren cada vez más productos diferenciados y rastreables.

- **Demanda de Islandia.** Asimismo, al igual que Noruega, las condiciones climáticas de Islandia no permiten la producción de cacao en su territorio. Sin embargo, ello no impide a este país desarrollar su participación en la industria del chocolate, ya que ha conseguido posicionarse a partir de la elaboración y

exportación de productos. De acuerdo con el Observatory of Economic Complexity (OEC, 2021), en el año 2021:

Islandia exportó \$3.34 millones en chocolate, posicionándose como el exportador número 89 a nivel mundial en este producto. Durante ese mismo año, el chocolate fue el producto número 70 más exportado desde Islandia. Los principales destinos de estas exportaciones de chocolate islandés son Estados Unidos (\$1.19 millones), Dinamarca (\$703,000), Suecia (\$548,000), Noruega (\$442,000) y Alemania (\$191,000).

Estos datos muestran que, para Islandia, la importación de cacao es una necesidad estratégica dada su imposibilidad de producir este insumo localmente. Esta situación representa una oportunidad de mercado para los productores colombianos, especialmente del departamento del Cesar, interesados en incursionar en los países miembros de la EFTA aprovechando el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y esta asociación.

Cuadro 37. Demanda de cacao de Islandia.

Código	Producto	Cantidad importada en el mundo				Importación de Islandia			
		2020	2021	2022	2023	2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	3.607.052T	3.929.020T	3.624.416T	3.767.783T	16T	11T	17T	13T

Fuente: elaboración propia 2025 (basado en datos de TradeMap, 2024).

Cuadro 38. Porcentaje de importación de cacao Islandia en el mundo.

Código	Producto	% de la importación de Suiza con respecto al mundo			
		2020	2021	2022	2023
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	0.0004%	0.0002%	0.0004%	0.0003%

Fuente: elaboración propia (2025).

A pesar de que Islandia no figure entre los principales importadores de cacao en el mundo, los datos muestran que se mantiene y crece la demanda de cacao, lo cual puede representar un mercado atractivo para el cacao colombiano diferenciado y de alta calidad, en especial con un enfoque en la sostenibilidad y trazabilidad. En esta situación, el departamento del Cesar estaría en capacidad de tomar ventaja de dicha oportunidad para el logro de la diversificación de los mercados de destino para la exportación y la expansión de la presencia en el mercado internacional.

- **Demanda de Liechtenstein.** En cuanto a Liechtenstein, aunque se realizaron esfuerzos para encontrar datos fiables y actualizados sobre demanda de cacao en el país, no fueron encontrados datos recientes y disponibles en fuentes oficiales, bases de datos comerciales o literatura académica acreditada. La ausencia puede ser justificada por su tamaño reducido, actitud pasiva en términos de transacciones agroalimentarias y una gran parte de logística y actividades comerciales llevadas a cabo en países vecinos, suizos, principalmente. Como tal, esta limitación se convierte en un obstáculo metodológico para realizar un análisis de mercado en detalle en este país.

4.3.1.2 Identificación de nichos de mercado para el cacao producido en el departamento del Cesar. Desde un punto de vista teórico, y de acuerdo con las definiciones ofrecidas por varios autores, se puede interpretar un nicho de mercado como un subsector dentro de un mercado más extenso, compuesto por consumidores que tienen similitudes, intereses o requerimientos muy particulares. Esta es justamente la distinción principal en comparación con un mercado general, donde los gustos o necesidades no se segmentan de forma tan exacta.

Además, el estudio de un nicho de mercado facilita la valoración del potencial de expansión en ese sector particular. Esto conlleva determinar si las propiedades

del producto o servicio satisfacen las demandas específicas del grupo objetivo. Si existe tal correspondencia, se considera factible incursionar en ese nicho; en caso contrario, los esfuerzos de negocio podrían no ser efectivos o sostenibles.

Para lograr identificar los nichos de mercado de los países miembros de la EFTA, se debe tener en cuenta, en primer lugar, cuáles son los gustos de los consumidores. Se destaca que Suiza es conocida por su tradición chocolatera. Los consumidores suizos tienen una alta preferencia por el chocolate premium y sostenible. Eso se logra reflejar en que según el mercado suizo de productos orgánicos y de comercio justo tiene un gran valor, reflejando el reciente compromiso de los consumidores con la sostenibilidad. Según el Instituto de Investigación en Agricultura Ecológica (FIBL, 2022), “los suizos gastaron 437 euros por persona en alimentos orgánicos” (Ferro et al., s.f., p. 16).

Por otro lado, en lo que concierne a Noruega, los consumidores valoran los productos de alta calidad y sostenibles. Existe una creciente demanda de chocolates con ingredientes naturales y menos azúcar. Esto se debe a que “el gobierno noruego tiene políticas sanitarias que tratan de reducir el consumo de todo tipo de productos azucarados (entre otros dulces, golosinas y chocolate). Esto es indicativo de la gran popularidad de este tipo de productos en la sociedad noruega” (Eleno, 2008).

Respecto a Islandia, este país ha mostrado interés por productos sin aditivos que puedan ser perjudiciales para la salud, lo cual establece un patrón de responsabilidad de consumo saludable. Según el Observatorio de Complejidad Económica (s.f.), en 2023 Islandia importó USD 596.000 en cacao en polvo sin azúcar ni otros edulcorantes, convirtiendo a Islandia en el importador número 115 de este producto en el mundo. A su vez, Liechtenstein comparte similitudes con Suiza, especialmente en relación con su preferencia de productos premium y cacao ético, permitiendo identificar a un consumidor exigente y sostenible.

Finalmente, en los últimos años Europa ha mostrado preferencia por productos con cadenas productivas sostenibles y respetuosas del medio ambiente. En el caso de Suiza, se han realizados esfuerzos para desarrollar sistemas agroforestales y cacao orgánico. Por lo tanto, el cacao sostenible representa una gran oportunidad de negocio, especialmente para compañías preocupadas por demostrar que su chocolate proviene de un grano de cacao que distribuye la producción responsable y saludable.

- **Tendencias de consumo en la EFTA.** Teniendo en cuenta los gustos de los consumidores de los países miembros de la EFTA (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein) se logra inferir que están direccionados a tendencias de consumo de cacao y chocolate que reflejen valores como la sostenibilidad, la calidad y la ética. En ese mismo sentido, las tendencias que reflejan estos valores según James (2024) serían:

1. *Creciente demanda de chocolate premium y artesanal:* hay un impulso en la demanda de productos hechos a mano de alta calidad provenientes de chocolate, en parte debido a un creciente interés del consumidor en el chocolate de alta calidad y procedencia. Los fabricantes de chocolate hecho a mano se centran en lotes pequeños, utilizan granos de cacao de alta calidad y utilizan mezclas de sabor innovadoras para crear experiencias de chocolate únicas y refinadas. Esto, a su vez, refleja una inclinación a la indulgencia y productos auténticos de alto nivel hechos a mano por los compradores.

2. *Tendencias de salud y bienestar:* las corrientes de salud y bienestar están impactando en el sector del cacao y chocolate, propiciando la creación de alternativas de chocolate más sanas. Los productores están incorporando chocolates con un bajo contenido de azúcar, empleando edulcorantes naturales e incluyendo componentes funcionales como nueces, semillas y frutas. Además, se está popularizando el consumo de chocolate negro con un alto contenido de

cacao debido a sus potenciales ventajas para la salud, incluyendo las características antioxidantes y las ventajas para la salud cardíaca.

3. *Prácticas de abastecimiento sostenibles y éticas:* cada vez más, los consumidores se preocupan por el efecto social y medioambiental de la producción de chocolate, lo que provoca una demanda creciente de cacao de procedencia ética. Las empresas están destinando recursos a cadenas de suministro sustentable, tales como certificaciones de comercio equitativo y vínculos comerciales directos con productores de cacao. Esta tendencia manifiesta el anhelo de transparencia y los comportamientos éticos de los consumidores en el sector del chocolate.

- **Segmentar el mercado para hallar nichos.** La segmentación de mercado es una táctica de marketing que implica segmentar el público de una marca o empresa en grupos más reducidos, los cuales se reconocen por ciertos atributos que tienen en común. Parra (2024 expresa que una segmentación:

Permite que las marcas creen estrategias para diferentes tipos de consumidores, dependiendo de la forma en la que perciben el valor total de ciertos productos y servicios. De esta forma pueden introducir un mensaje más personalizado con la certeza de que será recibido con éxito.
(p. 5)

Teniendo en cuenta eso y aplicado al contexto de la investigación, se puede segmentar el cacao en los siguientes nichos (Ver Cuadro 39):

Cuadro 39. Segmentación de nichos de mercado para el cacao.

SEGMENTACIÓN	NICHO	CARACTERÍSTICAS
POR TIPO DE PRODUCTO	Cacao fino de aroma	<ul style="list-style-type: none"> - Se caracteriza por su olor y gustos frutales, florales y herbales con matices de malta y nueces. - Principalmente se produce en zonas de América Latina, en particular en naciones como Ecuador, Perú, Venezuela, Colombia y República Dominicana. - Los granos del cacao suelen ser más grandes y poseen un contenido superior de manteca de cacao, lo que favorece una textura suave y dulce en el chocolate. - La producción del cacao es más limitada y, a menudo, se cultiva de manera más sostenible
	Cacao orgánico	<ul style="list-style-type: none"> - Se cultiva sin el uso de productos químicos sintéticos, como pesticidas, herbicidas y fertilizantes artificiales. - Debe estar certificado por organismos internacionales. - Los agricultores suelen adoptar métodos de cultivo que respetan el ritmo natural de la cosecha. - Es considerado saludable para el consumo.
	Cacao certificado	<ul style="list-style-type: none"> - Certificación orgánica: significa que se ha cultivado sin el uso de productos químicos sintéticos como pesticidas, fertilizantes artificiales, o herbicidas. Además, debe seguir prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Ejemplo: <i>USDA Organic, EU Organic, JAS Organic</i>. - Certificación Comercio Justo (Fairtrade): garantiza que los cultivadores de cacao obtengan un costo equitativo por su mercancía, lo que optimiza sus condiciones de vida y de trabajo. Ejemplo: <i>Fair Trade International, Fair for Life</i>. - Certificación Rainforest Alliance: asegura que el cacao se ha cultivado de manera sostenible, sin dañar los ecosistemas naturales. Ejemplo: <i>Rainforest Alliance Certified</i>. - Certificación UTZ: garantiza que el cacao se cultiva bajo estándares sostenibles, con énfasis en la mejora continua de la productividad agrícola, la calidad del cacao y el bienestar de los agricultores.
POR TIPO DE CONSUMIDOR	Chocolaterías artesanales	<ul style="list-style-type: none"> - Estos comúnmente seleccionan el cacao con mucho cuidado, esto porque les dan prioridad a variedades finas como el cacao fino de aroma, que se distingue por su sabor sobresaliente y su mayor complejidad. - Producción manual del chocolate, lo que requiere un control minucioso en cada fase del proceso, desde el tostado de los granos hasta la creación de las tabletas o bombones.
	Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> - Son personas que valoran la calidad, la autenticidad y la exclusividad en los productos que eligen.

		<ul style="list-style-type: none"> - Se caracteriza en que a estos consumidores les interesa probar productos innovadores, y se mantienen al tanto de las últimas tendencias culinarias. - Estos consumidores prefieren interactuar directamente con los productores o marcas, buscando conocer más sobre el origen de los productos, el proceso de fabricación y las prácticas éticas de la empresa.
	<i>Industrias cosméticas o farmacéutica</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Este nicho se basa en la fabricación, comercialización y venta de productos destinados al cuidado personal y la belleza. - Los productos cosméticos están regulados por organismos gubernamentales, pero suelen estar sujetos a regulaciones menos estrictas que los productos farmacéuticos, de ahí que sean un gran nicho para acceder.
POR USO FINAL	<i>Consumo directo</i>	<ul style="list-style-type: none"> - En su estado natural, el cacao se emplea para elaborar bebidas tradicionales como el "chocolate caliente" en ciertas culturas, o incluso en zumos y batidos en otras recetas frescas. - Pasta de cacao, esta es la combinación de los granos de cacao triturados, manteniendo gran parte de los sabores originales y representando un cacao más similar al natural, sin aditivos ni azúcares añadidos. - Cacao en polvo, a pesar de que usualmente se consigue a través de la molienda de los granos de cacao, se emplea con escasa o ninguna modificación adicional.
	<i>Mezcla con otros productos.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - El cacao se mezcla con aceites naturales como el aceite de oliva, aceite de coco, o aceite de jojoba para crear cremas y lociones hidratantes para la piel. - El cacao se mezcla con aloe vera en productos cosméticos como geles hidratantes, ya que ambos ingredientes tienen propiedades calmantes y nutritivas para la piel.

Fuente: elaboración propia (2025).

En lo que respecta a los nichos expuestos en el Cuadro 39, y teniendo en cuenta los intereses de los consumidores de los países de la EFTA, se puede determinar que se adaptan a las exigencias de esos países y que, además, el cacao que se produce en el departamento del Cesar podría tener oportunidad para destacar en dichos mercados son los siguiente: cacao orgánico, cacao fino en aroma, chocolaterías artesanales, cacao certificado, consumidores gourmet.

Lo anterior, se sustenta en que el cacao producido en el departamento del Cesar se caracteriza por olor y sabor. Además de su enfoque en la sostenibilidad, así lo afirma Miranda & Miranda (2025) cuando menciona que este cacao se

caracteriza por una fermentación del 75% y cualidades únicas de sabor y aroma. Aunado a lo anterior, las autoras también expresan, que:

Se caracteriza por su alta calidad, con una fermentación óptima y sabores únicos que han captado el interés de compradores en Europa, principalmente en países como Francia, Bélgica, Holanda e Italia. La creciente demanda en estos mercados ha incentivado a los productores locales a mejorar sus técnicas de cultivo, apoyados por programas de cooperación internacional que han proporcionado conocimientos técnicos e infraestructura, aumentando así el rendimiento por hectárea de 400 a 800 kilos. (p.5)

Por último, añaden que “con un enfoque en la calidad, sostenibilidad e innovación, el departamento del Cesar continúa consolidándose como un referente en la producción de cacao orgánico y especial, augurando un crecimiento sostenido para sus productores y un impacto positivo” (Miranda & Miranda, 2025, párr. 13), eso representaría una ventaja para el cacao del departamento del Cesar, tanto a nivel nacional como internacional.

Además de todo lo relacionado con el sabor, aroma y calidad del cacao producido, el departamento del Cesar muestra un gran interés en expandirse en este mercado. Así lo manifestó Díaz Meléndez, Gerente regional de FEDECACAO, al señalar que “en el Cesar se han sembrado 8.200 hectáreas, de las cuales 6.500 están en producción”. Estas cifras evidencian un incremento en las zonas destinadas a la plantación de cacao en relación al año 2019, cuando existían 7.260 hectáreas" (Baute, 2021, párr. 2).

Los anteriores elementos permiten afirmar que, para orientar estrategias de exportación, certificación, empaquetado y venta, la segmentación de un mercado en nichos es esencial debido a que posibilita a las empresas ajustar todos estos

elementos a las necesidades y preferencias del consumidor en distintos mercados. Al identificar nichos, las empresas pueden desarrollar productos y empaques que cumplan de manera más eficiente con las expectativas del consumidor local, lo que incrementa la probabilidad de aceptación del producto.

Asimismo, al conocer las regulaciones y certificaciones específicas en cada mercado, las empresas pueden garantizar el cumplimiento y facilitar la entrada a los mercados. En la misma línea, también es posible afirmar que, con la segmentación, las empresas pueden establecer estrategias de marketing más precisas y efectivas, lo que maximiza los recursos y aumenta la probabilidad de triunfar en la venta internacional.

4.3.2 Estrategias de promoción. Para productos como el cacao del departamento del Cesar que buscan darse a conocer en mercados como la EFTA, es esencial contar con estrategias efectivas que logren que los consumidores se interesen en el producto ofertado. En este sentido, existen distintas estrategias planteadas por organismos como Procolombia y Marca país que buscan el reconocimiento internacional del país, además plantean en sus diferentes campañas la conexión entre el productor del cacao y el producto, es decir, en este caso sensibilizar a los consumidores con la historia de cómo y quienes realizan la labor.

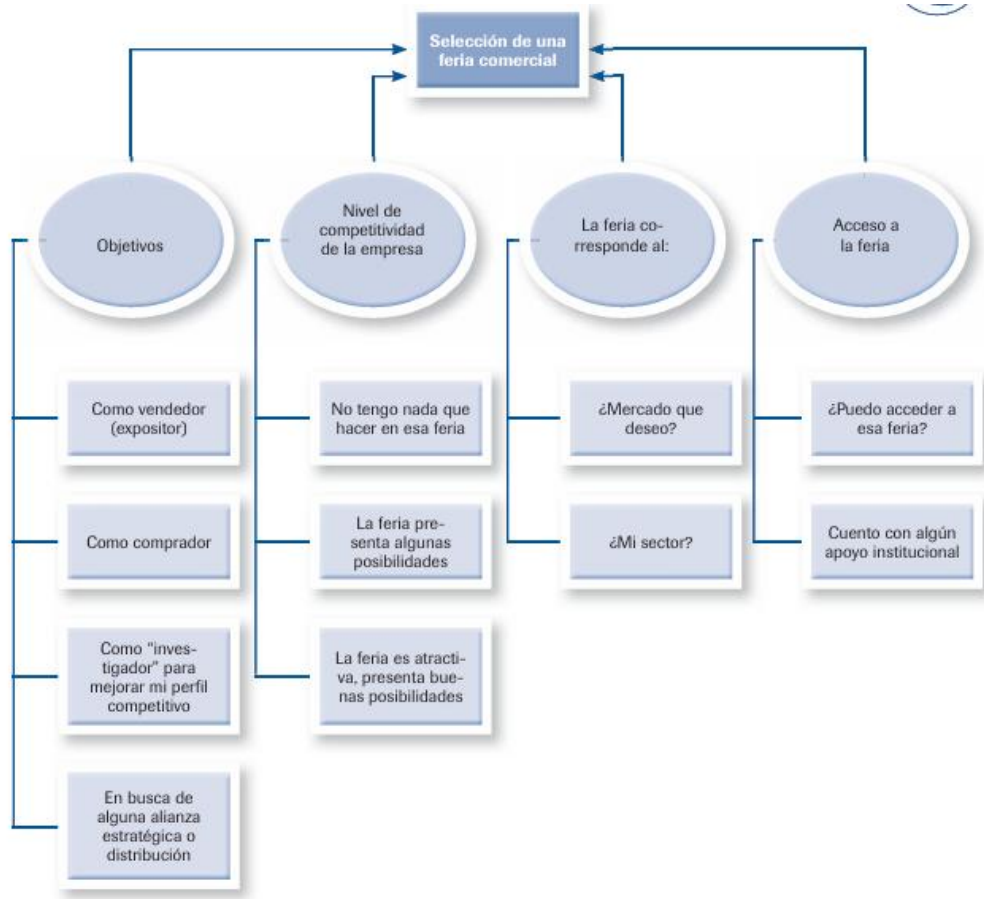
Existen mecanismos de promoción que ayudan a dar visibilidad a los productos en el extranjero, siendo de utilidad aquellos eventos que se realizan para nuevos exportadores que no conocen como dar a conocer un producto del que si conocen que sería exitoso en mercado. En esa misma línea, algunas opciones incluyen publicidad en medios locales, participación en ferias y eventos internacionales, colaboración con influencers o embajadores de marca locales, y el uso de plataformas digitales como las redes sociales (abriendomercados.com, 2023).

4.3.2.1 Mecanismos de promoción y participación en ferias internacionales. Para los exportadores es fundamental la asistencia a ferias internacionales, debido a que es una excelente oportunidad para generar una mayor visibilidad de su marca y sus productos en un mercado internacional. Esto se debe a que son un mecanismo de promoción conocido y eficaz, y permite establecer contactos directos con los compradores, los distribuidores y los socios comerciales. Al mismo tiempo, estas ferias permiten conocer las últimas tendencias y avances en la industria, así como el estudio de la competencia, lo que permite cambiar la estrategia y optimizar la oferta a los mercados internacionales. Román (2017), plantea que:

El participar en las ferias comerciales permiten que una empresa o asociación pueda exponer su línea de productos para que posicione mejor su marca y conozcan más de la empresa. En este tipo de ferias se concretan la mayoría de las negociaciones entre el expositor y el comprador. (p. 16)

Lerma y Márquez (2010), establecieron que las ferias comerciales pueden clasificarse de la siguiente manera: ferias comerciales regionales, nacionales e internacionales; ferias comerciales unisectoriales o plurisectoriales; ferias comerciales cerradas o abiertas; ferias comerciales reales o virtuales, a través de internet y medios electrónicos. Siguiendo lo anterior, Lerma y Márquez (como se citó en Román, 2017), mencionan la manera en que se puede determinar cuál sería una feria en la que se pueda tener contacto con un consumidor que busca productos a la medida (Ver Ilustración 53).

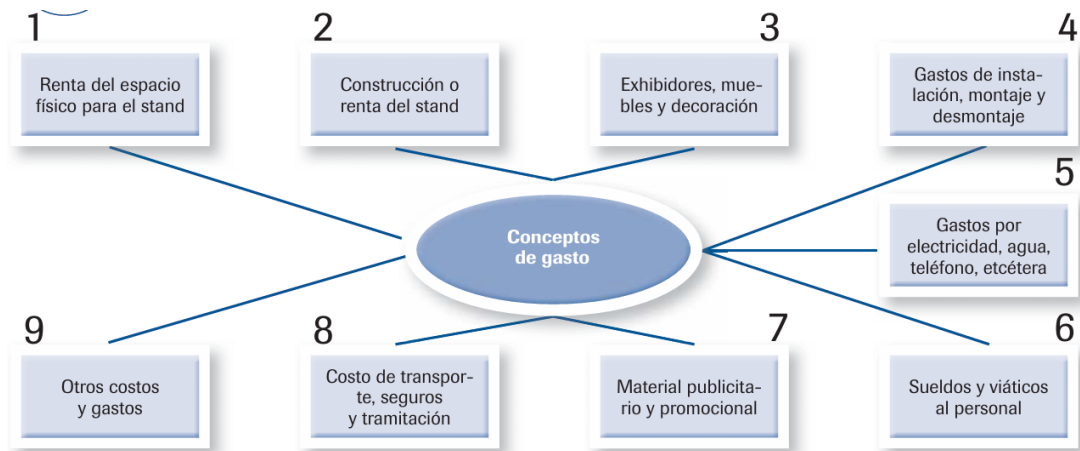
Ilustración 42. Selección de una feria comercial.



Fuente: Lerma y Márquez (2010).

Además, los autores también hacen hincapié en los gastos que origina el participar en feria internacionales, para ejemplificarlo, se presentan en la Ilustración 43.

Ilustración 43. Concepto de gastos.



Fuente: Lerma y Márquez (2010).

El participar en ferias requiere un arduo trabajo y preparación para lograr el éxito del evento y que de esta manera se logren los objetivos propuestos. Lerma y Márquez (2010), plantearon 6 pasos para prepararse para una feria: 1. Decisiones básicas; 2. Planeación y presupuesto; 3. Preparación; 4. Operación; 5. Análisis y evaluación de resultados; 6. Seguimiento (Ver Cuadro 40).

Cuadro 40. Pasos para preparación en ferias comerciales.

PASOS PARA PREPARAR LA PARTICIPACIÓN EN FERIAS COMERCIALES	
DECISIONES BÁSICAS	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la situación actual de la empresa - Estudio de planes estratégicos de la empresa - Decisión de participar en ferias comerciales - Determinación de la forma de participar - Fijación de objetivos de la participación - Selección de la feria comercial a la cual se asiste - Selección de productos a exhibir
PLANEACIÓN Y PRESUPUESTO	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación inicial en fuentes secundarias sobre la o las posibles ferias comerciales. - Investigación in situ. - Definición de tareas y programación de tiempos. - Diseño del stand o local de exhibición. - Diseño de los exhibidores. Diseño del material promocional. - Diseño de la publicidad. - Diseño de las demostraciones. - Diseño de la organización.

	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de la logística. - Definición de las fuentes de apoyo. - Elaboración del presupuesto. 	
PREPARACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Reservación e inscripción en la feria comercial - Integración del equipo de trabajo interno y externo - Gestión de apoyo institucional - Construcción, compra o renta del stand - Construcción o compra de los exhibidores - Desarrollo y prueba de demostraciones - Realización de promoción y publicidad - Impresión de trípticos, catálogos, folletos, etcétera - Obtención de visas y reservaciones - Transportación y almacenaje de materiales - Ensamble y puesta a punto del stand - Contratación de servicios, (seguridad, aseo, etcétera) - Realización de prueba final. 	
OPERACIÓN	Durante la feria	Después de la feria
	<ul style="list-style-type: none"> - Atención a los visitantes - Desarrollo de presentaciones - Desarrollo de demostraciones. - Investigación - Registro de información 	<ul style="list-style-type: none"> - Desensamble del stand - Revisión y pago de las facturas - Reunión de retroalimentación - Preparación del informe final - Comunicación de agradecimiento a visitantes. - Elaboración de directorio de contactos importantes
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis estadístico y cuantitativo - Análisis cualitativo - Evaluación de resultados contra estándares - Evaluación de resultados contra objetivos fijados - Evaluación de resultados contra costos - Análisis de aciertos y errores - Análisis de fuerzas y debilidades - Análisis de la actuación en la feria - Edición del informe final - Presentación del informe final 	
SEGUIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> - Seguimiento interno de las actividades tendentes al incremento de la competitividad en productos y sistemas de comercialización. - Seguimiento externo para la concertación de negocios (continuar en contacto con prospectos calificados): Correo. Fax o correo electrónico, e-mail. Teléfono. Personalmente. 	

Fuente: elaboración propia, basado en Lerma y Márquez (2010).

Siguiendo esa misma línea, la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC, 2021) plantea otra estructura de la preparación para la feria antes, durante y

después. Lo que se diferencia de la anterior es que en este caso se presentan unos tiempos estimados destinados a cada etapa (Ver Cuadro 41).

Cuadro 41. Itinerario de preparación para ferias.

MESES PREVIOS	CALENDARIO SUGERIDO – ANTES DEL EVENTO
12 – 9 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Definir los objetivos y expectativas que tiene el productor con la feria. • Definir los costos de participación y el retorno esperado. • Buscar patrocinadores o aliados que apoyen la participación en el evento. • Coordinación interna para asignar responsabilidades y tareas. • Revisar los formularios de participación, definir el tamaño del stand y el diseño. • Inscribirse y reservar un lugar en la feria
8 – 7 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Tener listos los productos: Empaques, etiquetas, precios y material de marketing. • Diseño final del stand que se utilizará en función de los reglamentos.
6 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar el proveedor que construirá el stand. • Diseñar la estrategia de promoción para difundir la participación y atraer visitantes. • Preparar catálogos, afiches, banners, infografías, tarjetas personales, fichas técnicas y todo el material promocional, al menos dos idiomas. • Diseñar e imprimir los formularios para el control de los visitantes y citas de negocios. • Preparar los comunicados de prensa, con su respectivo cronograma
5 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento a la construcción y elaboración del stand.
4 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un programa de capacitación del personal, para su participación en la feria.
3 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenar la impresión de catálogos y folletos a utilizarse durante la feria
2 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Reservar el alojamiento, pasajes de avión y el transporte necesario. • Preparar la lista de invitados y enviar cronograma o boletín de actividades en el marco del evento. Solicitar entradas al organizador par los visitantes e invitados. • Preparación de las tarjetas de identificación y los pases de los expositores. • Entrenamiento y capacitación de los expositores.

1 mes	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar las fechas de envío del material de la exposición y de las muestras. • Preparar una caja de herramientas con material de apoyo: pinzas, destornilladores, cuchillos, cinta adhesiva, rotuladores, borradores, goma de pegar, marcadores, etc. • Preparar la documentación de envío, material para el stand y de promoción. • Supervisar la recolección en destino de todo el material para la exposición. • Proporcionar al organizador los detalles de los letreros con el nombre del stand.
Justo antes del viaje	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer copias y llevar todos los documentos de soporte que respaldan la inscripción. • Llevar agendas, cuadernos, bolígrafos, tarjetas comerciales y regalos para invitados. • Proporcionar al organizador los detalles de los letreros con el nombre del stand.
DURANTE LA FERIA	CALENDARIO SUGERIDO – DURANTE EL EVENTO
En el recinto ferial	<ul style="list-style-type: none"> • Atraer visitantes al stand: Ser creativo y despertar el interés del público. • Hacer que los visitantes llenen los formularios de control de visita y las encuestas. Organizar contactos con la prensa, presentar novedades. • Es importante visitar los diferentes pabellones de la feria: Analizar participantes, exhibidores, novedades, tendencias de mercado. • Asistir a conferencias y exposiciones que se realicen durante la feria. • Enviar cada noche mails con la información solicitada por los visitantes. • Coordinar y ejecutar con éxito la exposición.
Al final de la feria	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenar el desmontaje del stand y el transporte de los materiales y de los productos.
MESES POSTERIORES	CALENDARIO SUGERIDO – POSTERIOR AL EVENTO
1 mes	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis interno sobre la participación: Revisión de objetivos y su cumplimiento. • Realizar el seguimiento de los contactos con clientes logrados durante la feria. • Despachar todos los pedidos y solicitudes de información generados en la feria. • Contactar a la prensa y aliados estratégicos para futuras asociaciones.
1 mes	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar los ingresos y costos por la participación de la organización en la feria. • Calcular el retorno sobre la inversión generado por la participación en el evento

2 meses	<ul style="list-style-type: none"> • Decidir la participación de la feria del próximo año. • Revisar documentos y reporte final de la participación de la organización en la feria.
------------	---

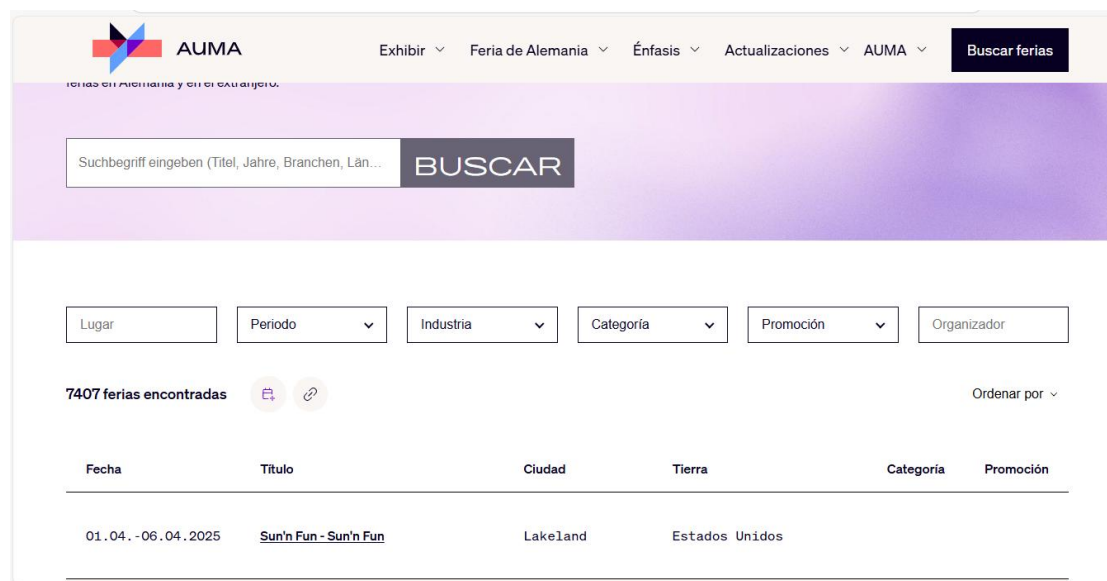
Fuente: Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores (as) de Comercio Justo (CLAC, 2021).

Existen distintas páginas, plataforma o enlaces que registran y clasifican las diferentes ferias alrededor del mundo. AUMA (Ver Ilustración 44), una de esas páginas, es la asociación de la industria ferial de Alemania y congrega como aliados a todas las fuerzas que moldean el mercado ferial (AUMA, 2025). En esta página se encuentra la información sobre las diferentes ferias; además, se aplican filtros (lugar, periodo, industria, categoría, promoción y organizador) para encontrar las ferias que vayan a fin con los intereses del vendedor.

En el marco de la investigación, las ferias correspondientes que pueden interesar a los propios consumidores de la EFTA deberían aprovecharse. Considerando que los países de la EFTA generalmente importan de África occidental y América Latina, resulta adecuado mencionar las ferias de tales países donde es posible encontrarse con los propios consumidores. El sitio web de AUMA, por ejemplo, se encuentra en el siguiente enlace:

[AUMA – Asociación de la Industria Ferial Alemana | AUMA](#)

Ilustración 44. Página AUMA.



Fuente: AUMA (2025).

4.3.2.2 Canales de comercialización y distribución en la EFTA. El proceso de exportación de cacao a los países miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) se caracteriza por la necesidad de contar con una estrategia bien estructurada alrededor de los canales y métodos de comercialización y distribución.

Dicho enfoque es vital para garantizar los flujos eficientes del producto desde Colombia como país de origen a diversos importadores con sede en países de la EFTA y, en última instancia, al consumidor final. Como tal, la presente sección resaltaré los canales de comercialización predominantes utilizados por los exportadores de este bien en particular, remarcando las rutas más factibles de posicionar el cacao colombiano en mercados especializados:

- **Canales directos:** es un canal en donde una empresa vende sus productos directamente al consumidor final sin hacer uso de intermediarios (CN, 2023). Dado el objeto de la presente investigación, este canal aplica a los casos

cuando los importadores internacionales compran el cacao colombiano (bien sea orgánico, fino aroma, certificado u otro) para transformarlo o venderlo de una forma u otra. Previo a la implementación de esta estrategia, el exportador debe identificar a los compradores locales especializados en cada uno de estos segmentos.

La comercialización directa puede hacerse ya sea a través de plataformas digitales o a través de la participación en ferias internacionales, rueda de negocios, misiones comerciales o eventos especializados que permitan establecer contactos directos con compradores relevantes interesados en oportunidades diferenciadas y de valor.

- **Canal indirecto:** “Una empresa utiliza un canal indirecto cuando vende sus productos a intermediarios para que estos posteriormente los vendan al consumidor final o, en todo caso, a otros intermediarios.” (CN, 2023, párr. 16). Este canal opera cuando es necesario distribuir el producto a diferentes grupos de consumidores, dado que este se segmenta en tres formas de acuerdo con CN (2023):

1. *Agentes:* los agentes son empresas o personas que venden el producto o servicio de una empresa en representación de esta.

2. *Mayoristas:* son empresas o personas que compran productos al por mayor (generalmente, a empresas productoras), y que luego los venden también al por mayor a otros intermediarios (generalmente, a minoristas o detallistas), pero nunca al consumidor final. Ejemplos de mayoristas son las distribuidoras, las importadoras, etc.

3. *Minoristas:* son empresas o personas que compran productos al por mayor (generalmente, a empresas productoras o a mayoristas), y que luego los venden

al por menor al consumidor final. Ejemplos de minoristas son las tiendas, los bazares, los supermercados, los grandes almacenes, etc.

Aplicado a la presente investigación, se puede establecer que un agente puede ser ventajoso dado que puede simplificar la vinculación con los compradores y gestionar elementos como la negociación y el acatamiento de regulaciones. Respecto a los mayoristas, estos resultarían beneficiosos dado que adquieren grandes volúmenes de cacao directamente de los exportadores y posteriormente lo distribuyen a minoristas o productores en los países de la EFTA. Esto resulta beneficioso para llegar a un mercado más extenso sin administrar directamente la logística internacional. Finalmente, la estrategia de minoristas como supermercados o comercios especializados en este producto puede resultar eficaz para establecer el producto en lugares de venta esenciales.

Estos canales indirectos se clasifican de dos maneras según el número de intermediarios que se usen:

1. *Canal corto*: “en este canal, una empresa les vende sus productos a minoristas (por ejemplo, a tiendas o supermercados) para que estos posteriormente los vendan al consumidor final” (CN, 2023, párr. 22). En el contexto de la investigación, se podría vender directamente a minoristas en los países de la EFTA, eliminando la necesidad de mayoristas y manteniendo un control más cercano sobre la calidad y presentación del producto.

2. *Canal largo*: “en este canal, una empresa vende sus productos a mayoristas (por ejemplo, a una distribuidora), luego estos venden los productos a minoristas (por ejemplo, a tiendas o supermercados), y luego estos finalmente venden los productos al consumidor final.” (CN, 2023, párr. 25). Este puede lograr cubrir más terreno al ser un mayorista que conecta con distintos minoristas por experiencia y confianza.

En este sentido, para comprender con más claridad las posibles rutas que puede seguir un producto desde su punto de origen hasta llegar a la mano del consumidor final, es importante identificar el tipo de canal de distribución. Estos pueden variar en función del número de intermediarios, el tipo de actores comerciales y el estado de la logística en el mercado objetivo. En el caso de la exportación de cacao desde Colombia a los miembros de la EFTA, es especialmente útil conocer estas estructuras para diseñar estrategias efectivas de ingreso al mercado destino. La Ilustración 45 presenta los tipos de canales de distribución más utilizados mundialmente.

Ilustración 45. Canales de distribución.



Fuente: Marketeros LATAM (2024).

4.4 MANUAL DE EXPORTACIÓN ADAPTADO AL CONTEXTO DEL CACAO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR.

Para darle fin a la investigación, se estructuró un manual de exportación que sirva como un instrumento práctico para aquellos que estén interesados en la posibilidad de exportar su producto hacia los países miembros de la EFTA, en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y dicha asociación. Este manual procura también ser un instrumento estratégico con el que se pretende construir un nuevo paradigma económico para el departamento teniendo en cuenta sus procesos de transición energética y sostenibilidad ya realizadas y las que están en proceso.

4.4.1 Referentes para el desarrollo del manual de exportación. En la elaboración del manual de exportación del cacao producido en el departamento del Cesar en el marco del TLC entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) se tuvieron en cuenta aspectos fundamentales, como son las exigencias normativas, sanitarias y fitosanitarias, así como los perfiles logísticos de los países miembros. Lo anterior, con el objetivo de hacer que el contenido del manual sea pertinente, aplicable y sirva como una herramienta efectiva en el proceso de internacionalización de los productores cacaoteros y el acatamiento de las regulaciones impuestas por los mercados de destino.

Adicional a lo anterior, la estructura del manual fue diseñada a partir de la revisión de antecedentes investigativos como los de Arias et al. (2008), con la tesis titulada *“Diseño de un manual básico de exportación para el sector agroindustrial a través del TLC con la UE”*; Henk (2012) con su trabajo de grado titulado *“Diseño de un manual de exportación hacia la república popular de china, dirigido a pequeños productores ecuatorianos del sector manufactura en madera”*; Bonilla (2013), con el proyecto de grado titulado *“Manual de exportación desde Colombia hacia los Estados Unidos de América”*; Arrieta y Salas (2022), con el estudio *“Propuesta de*

un manual técnico de procedimientos para la exportación definitiva de atún enlatado de la Compañía Enlatadora de Atún S.A., ubicada en Chomes de Puntarenas”; Quispe (2021), con su investigación titulada “Manual de exportación de café boliviano (Coffea arabica) hacia Chile – Iquique”.

4.4.2 Estructura del manual de exportación. El manual de exportación se diseña de tal forma que se incluye el proceso logístico, aduanero, así como las exigencias y certificaciones que debe de tener cada productor de cacao que pretenda internacionalizar su producto, para que no violenten u omitan ninguna de las etapas y procesos de realización de la exportación. De esa forma, los interesados, sabrían qué mejorar y cuáles son los requisitos que no cumplen para lograr la exportación desde la cosecha del producto hasta la llegada al consumidor final. La estructura es la siguiente:

✚ **Título.** Manual de exportación de cacao producido en el departamento del cesar en el marco del tratado de libre comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).

✚ **Introducción.** Establecer un breve recuento sobre lo que se encontraran el desarrollo del contenido del manual.

✚ **Contenido.** Listado de unidades y partes.

✚ **Glosario.** Conceptos acordes al tema.

El contenido del manual de exportación estará dividido por unidades de la siguiente manera:

- ✚ **Unidad I.** Esta unidad aborda el proceso de cosecha y postcosecha que deben seguir los productores para que el cacao cumpla con los estándares de calidad internacionales.
- ✚ **Unidad II.** Esta unidad abordara los registros necesarios en Colombia para poder exportar, desde los registros básicos para ser exportador hasta los necesarios para el tipo de producto.
- ✚ **Unidad III.** Esta unidad aborda los requisitos sanitarios y fitosanitarios. Está dividido en dos partes, la primera son los requisitos por parte de Colombia y la segunda los requisitos por parte de la EFTA.
- ✚ **Unidad IV.** La unidad aborda los procesos logísticos necesarios, esos procesos incluye identificación de rutas, contratación de seguros, contratación de servicios, entre otros aspectos necesarios para una efectiva exportación.
- ✚ **Unidad V.** La unidad aborda los aspectos aduaneros. Está dividida en dos partes, la parte aduanera colombiana y la parte aduanera de la EFTA. Se detallan los requisitos documentales en ambas partes para el desarrollo de la exportación de cacao.
- ✚ **Unidad VI.** Esta unidad se encarga de evidenciar las estrategias de promoción en la EFTA, abarcando desde la participación en ferias, la comercialización y distribución.
- ✚ **Bibliografía.** Fuentes y referencias que respaldan el contenido del manual.

[Descargue aquí el Manual de Exportación en su versión final](#)

CONCLUSIONES

La presente investigación permitió verificar que el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y los países miembros de la EFTA representa una oportunidad estratégica para la diversificación de los mercados y el desarrollo económico del departamento del Cesar. Sin embargo, se ha desperdiciado la oportunidad ofrecida en virtud del convenio debido a una falta de cohesión entre las capacidades de producción local y las normas europeas de los citados mercados relacionadas con la trazabilidad, la sostenibilidad, la calidad certificada y el cumplimiento de normas. Además, se revela que la infraestructura técnica y logística del departamento es deficiente para la operación eficiente y sostenible centrada en las exportaciones que requiere recargar.

El diseño de un manual de exportación constituye una herramienta estratégica para el fortalecimiento de las capacidades de los productores y comercializadores de cacao en el departamento del Cesar. Dado que, al socializar información clara, estructurada y ajustada a las normativas internacional, se favorece el cumplimiento de los criterios demandados por los países miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), generando una mayor inserción a los mercados internacionales.

Durante el proceso investigativo, fue posible identificar los principales requerimientos técnicos, normativos y logísticos que deben ser satisfechos para alcanzar procesos efectivos de exportación con destino a los países de la EFTA. Lo anterior, les permite a los productores levantar sus proyecciones frente a los posibles obstáculos y riesgos que podrían limitar sus condiciones de acceso a esos mercados, al tiempo que establecer una hoja de ruta de mejora que fortalezca sus ventajas competitivas.

A partir del análisis de los requisitos internacionales, se concluye que el departamento del Cesar debe emprender una ruta de transformación de su base productiva. Para ello, los productores deben comprometerse a mejorar las prácticas contempladas en el interior de las unidades productivas de cacao que les permitan alcanzar certificaciones internacionales que avalen la sostenibilidad del proceso productivo en términos medioambientales y sociales. Así las cosas, el cumplimiento de los estándares consume los mercados internacionales, no solo constituye una condición de acceso a los mismos, sino una oportunidad para acercar el cacao del departamento del Cesar hacia una condición de producto diferenciado de alto valor agregado.

Asimismo, se destaca la importancia de promocionar procesos de asociación entre los pequeños y medianos productores de la cadena del cacao, lo que permitiría la reducción de costes, la obtención de certificaciones a nivel de asociación, la mejora de la calidad del producto y la interacción más eficaz con las instituciones de apoyo. En cuanto a la colaboración entre productores de cacao y universidades, cámaras de comercio y entes públicos como ProColombia y el Ministerio de Agricultura, hace falta fortalecerla para que pueda cumplir su función de asesoría, además es necesario promocionar su papel para poder coordinar los proyectos de investigación aplicada y todas las asistencias técnicas ofrecida a los productores.

Finalmente, la elaboración de este manual de exportación se cataloga como una alternativa económica a disposición del departamento del Cesar para contribuir a su reconversión productiva. Esto, en un contexto de transición energética que afecta en gran medida al sector minero-energético, históricamente dominante. En consecuencia, la internacionalización del cacao, fundamentada en aspectos de sostenibilidad y calidad, promete ser una herramienta estratégica para implementar una nueva economía regional que produzca empleo, desarrollo rural y relevo internacional.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los productores de cacao del departamento del Cesar ajustar sus procesos de producción a las exigencias técnicas y normativas que imponen los países miembros de la EFTA. Estas exigencias incluyen aspectos asociados con la calidad del producto y las certificaciones internacionales que deben obtenerse. Adaptarse a estos estándares facilitará la entrada a los mercados internacionales y reducirá el riesgo del rechazo comercial de los importadores.

Insistir en el proceso de capacitación sobre los predios productivos. Deben enfocarse en las regulaciones nacionales e internacionales para sistematizar la relación entre ambos; el uso de buenas prácticas agrícolas, la sensibilización con el manejo postcosecha, la trazabilidad, las condiciones de sostenibilidad y los requisitos sanitarios y fitosanitarios requeridos.

Estructurar un plan de inversión que contemple la inversión en infraestructura para la producción de cacao tipo exportación, para lo cual deben definirse los recursos necesarios con relación a maquinaria, adecuaciones técnicas y mejoras en el proceso productivo; se deben incluir programas de financiación ofrecidos por el gobierno y medidas de fortalecimiento a productores agroindustriales de pequeña y mediana escala que promuevan el desarrollo rural.

Ampliar la superficie cultivada de cacao, ya que al no poder cumplir con la demanda de cacao a raíz de una consolidación de los acuerdos cerrados con países de la EFTA puede llevar a incumplimientos en las entregas, afectando la continuidad de las exportaciones y los vínculos con los compradores. Optar por una superficie suficiente permitirá responder a la demanda de forma sostenible y establecer relaciones comerciales con seguridad.

Implementar los sistemas de trazabilidad digital que permiten registrar, encontrar y comunicar el cumplimiento de los estándares europeos; ello asegurará la facilitación de la aceptación de los productos en los mercados exigentes. También, se sugiere elaborar la marca del territorio para los productos, comunicando sobre el uso de los sistemas sostenibles y calidad del cacao diferenciada, lo cual abre puertas para exportar los productos en los segmentos con valor añadido. Además, se deben proyectar las rutas logísticas multimodales que permitan disminuir el tiempo y los costos del transporte del cacao desde los centros de acopio hacia los puertos de exportación como Santa Marta o Cartagena.

Promover la formación técnica de los productores en asuntos de comercio exterior, como normativas internacionales, requisitos sanitarios y fitosanitarios, barreras no arancelarias, normas de origen y procedimientos aduaneros. Esto con el propósito de fortalecer sus capacidades para abordar exitosamente procesos de exportación sostenible y de competencia.

Fomentar prácticas sostenibles en la cadena productiva, lo que permitirá lograr certificaciones ambientales y sociales reconocidas a nivel internacional, como Rainforest Alliance, Fairtrade o producción orgánica, lo cual no solo aumentará el valor del cacao, sino que también fortalecerá la imagen del departamento del Cesar como región exportadora responsable y que responde a las necesidades globales de sostenibilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abraham, J. (2025). *Transporte marítimo: Tarifas de transporte marítimo en 2025* | *Freightos. Freightos.* <https://www.freightos.com/es/freight-resources/transporte-maritimo/>
- Abriendomercados.com. (2023a, June 22). *Estrategias de promoción en mercados internacionales: análisis y recomendaciones.* <https://abriendomercados.com/estrategias-de-promocion-en-mercados-internacionales-analisis-y-recomendaciones/>
- Acemoglu, D., Autor, D., & Dorn, D. (2011). *Skills, tasks and technologies: Implications for employment and earnings.* NBER Working Paper No. 16082. <https://www.nber.org/papers/w16082>
- Administrador. (2023). *Tipos de Transporte internacional - Unlimited World S.A.* *Unlimited World S.A.* <https://uw-ar.com/tipos-de-transporte-internacional/>
- Admn.Volca. (2020). *Seguro de mercancías para importación y exportación - Volca.* <https://volca.com/seguro-de-mercancias/>
- Alami, Z. (2023). *¿Qué es un Tratado de Libre Comercio (TLC) y cómo afecta al Comercio Internacional? Internacionalmente.* <https://internacionalmente.com/tratado-de-libre-comercio/>
- Álvarez, A. C. (2020) *El procedimiento administrativo: concepto, sujetos, estructura y tipos | LP. LP.* <https://lpderecho.pe/el-procedimiento-administrativo-concepto-sujetos-estructura-y-tipos/>
- Amarillolimon. (2024). *Flete marítimo: todo lo que debes saber sobre este coste en el transporte internacional | Bull importer. Bull Importer.* <https://bullimporter.com/flete-maritimo-todo-lo-que-debes-saber-sobre-este-coste-en-el-transporte-internacional/>
- Antonio, & Antonio. (2024). *Trazabilidad del cacao: ¿Qué es y por qué es importante?* La Leer más. Trazabilidad Significado, Definición, Ejemplos. <https://www.softwaretrazabilidad.com/trazabilidad-del-cacao/>
- Arevalo S., W., Garizao, V., & Marin, J. (2022). *Proceso de Exportación para el cacao en grano desde Colombia.* En Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad De Ciencias Administrativas, Contables Y Comercio Internacional. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/b4dd7778-522f-4ac4-a14b-f97bc2a5a249/content>

- Arias Valladares, J. M.; Hernández Barrera, P. D. y Jiménez Martínez, C. F. (2008). *Diseño de un manual básico de exportación para el sector agroindustrial a través del TLC con la UE* [Trabajo de pregrado, Universidad Don Bosco]. <https://rd.udb.edu.sv/server/api/core/bitstreams/03f13ad9-3bd2-45d5-ad8a-d27dcdcbe5d0/content>
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica (6ta. Ed.)*. Fideas G. Arias Odón.
- Arrieta, A. J., & Salas, F. (2023). *Propuesta de un manual técnico de procedimientos para la exportación definitiva de atún enlatado en la Compañía Enlatadora de Atún S.A. ubicada en Chomes de Puntarenas para el periodo 2022* [Trabajo de pregrado, Universidad Técnica del nacional – Sede del Pacífico]. <https://repositorio.utn.ac.cr/server/api/core/bitstreams/327169f1-8475-4104-b9ef-6c332c07e2be/content>
- Asociación Cámara Nacional de Cacao Fino de Costa Rica. (2014). *Cacao de Costa Rica - Calidad y Ambiente*. In *Cacao de Costa Rica - Calidad y Ambiente* (pp. 1–2). https://cadenacacaoca.info/CDOC-Deployment/documentos/La_cosecha_del_cacao.pdf
- ASSTRA. (2023). *Transporte de cacao y granos de cacao | Empresa De Transporte Internacional Y Logística | AsstrA*. <https://asstra.es/carga-especial/cacao-y-granos-de-cacao/>
- AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft. (2025). *AUMA*. <https://www.auma.de/>
- Banco Interamericano de Desarrollo (2015). *Guía logística. Aspectos conceptuales y prácticos de la logística de cargas*. [https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Gu%C3%ADa-log%C3%ADstica-aspectos-conceptuales-y-pr%C3%A1cticos-de-la-log%C3%ADstica-de-cargas-\(2015\).pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Gu%C3%ADa-log%C3%ADstica-aspectos-conceptuales-y-pr%C3%A1cticos-de-la-log%C3%ADstica-de-cargas-(2015).pdf)
- Bancolombia. (2019). *Trámites y Documentos*. <https://www.bancolombia.com/negocios/comercio-internacional/exportar/empezar/tramites-y-documentos>
- Bancolombia. (2023). *Agencias de aduanas: así funcionan en Colombia*. <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/comercio-internacional/agencias-de-aduanas-colombia>

- Baute. (2021). El Cesar le apuesta a ser un departamento cacaoero. *El Pílon | Noticias De Valledupar, El Vallenato Y El Caribe Colombiano*. <https://elpilon.com.co/el-cesar-le-apuesta-a-ser-un-departamento-cacaoero/>
- Bembibre. A., (2009). *Definición de Preparación*. Significado.com. <https://significado.com/preparacion/>
- Benavides, D. F. (2023). *Todo lo que debe saber sobre documentos de exportación en Colombia*. eltransporte.com. <https://eltransporte.com/todo-lo-que-debe-saber-sobre-documentos-de-exportacion-en-colombia/>
- Bianco, C. (2019). *La síntesis neoclásica de la teoría del comercio internacional: un modelo sencillo de Heckscher-Ohlin* [Libro digital, PDF]. Universidad Nacional de Quilmes. https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/2992/La_s%c3%adntesis_neocl%c3%a1sica.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bolandini, A., Cezar, L. C., & Pereira, A. C. D. (2023). Afinal, Quais Benefícios o Fairtrade traz? Compreendendo a influência da certificação para o desenvolvimento de organizações produtivas. *REUNIR Revista De Administração Contabilidade E Sustentabilidade*, 13(2), 19–39. <https://doi.org/10.18696/reunir.v13i2.1480>
- Boletia. (2024, August 20). *¿Cuáles son los tipos de ferias?* Boletia. <https://blog.boletia.com/organizadores/cuales-son-los-tipos-de-ferias>
- Bonilla Corzo, A. E. (2013). *Manual de exportación desde Colombia hacia los Estados Unidos de América* [Trabajo de pregrado, Universidad Autónoma de Occidente]. <file:///C:/Users/ANDREA%20MENDEZ/Desktop/TMD01593.pdf>
- Botello Peñaloza, H. A., & Guerrero Rincón, I. (2014). Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales colombianas: una aproximación cuantitativa en el ámbito de la firma. *Apuntes del Cenes*, 33(57), 257-286. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=479547209009>
- Buriticá, A. (2024). *La crisis del chocolate: el mercado del cacao enfrenta un déficit histórico*. <https://blog.croper.com/la-tesis-del-chocolate-el-mercado-del-cacao-enfrenta-un-deficit-historico/>
- Bustamante, R. Y. S., Sanchez, A. J. T., & Vélez, H. a. G. (2022). Canales de comercialización en las ventas de la asociación 11 de octubre.

RECIMUNDO, 6(suppl 1), 92–108.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.92-108](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.92-108)

Cabezas Mejía, E. D.; Andrade Naranjo, D. y Torres Santamaría, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Cadena, K. (2019). *Oportunidades del cacao y sus derivados en el segmento agroindustrial a través de los diferentes tratados de libre comercio* [Tesis, Universidad Militar Nueva Granada].
<https://repository.umng.edu.co/server/api/core/bitstreams/0a08f79d-fb32-4d33-a558-161a60bbd3df/content>

Cafeytren. (n.d.-c). *Como llegar a Liechtenstein*. [cafeytren.com](https://www.cafeytren.com).
<https://www.cafeytren.com/europa/liechtenstein/como-llegar.php>

Calvache et al, (2023). *Residuos aprovechables de la agrocadena del cacao: Una revisión con enfoque a la sostenibilidad gastronómica*. In Technical Report [Technical Report]. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29324.49283>

Cárdenas, M. J., Ante, M. F., Chávez, C. M., Sancho, D., Pardo, D. M., & Bonilla, J. A. (2021). Marketing channels used in Ecuador of industrialized tomato products. *Journal of Agro-Industry Sciences*, 3(2), 37–43.
<https://doi.org/10.17268/jais.2021.005>

Carvalho, J. (2020) *Tipos de Cacao: Criollo, trinitario y forastero, ¿qué son?*
<https://levitechocolat.com/blogs/articulos/tipos-de-cacao-criollo-trinitario-y-forastero-conoces-la-diferencia>

Castro Figueroa Andrés (2008) *Manual de exportaciones. La exportación en Colombia*. Editorial Universidad del Rosario.
<https://editorial.urosario.edu.co/gpdmanualdeexportacioneslaexportacionencolombia.html>

CBI – Centre for the Promotion of Imports from developing countries (2024). *What requirements must cocoa comply with to be allowed on the European market?* <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa/buyer-requirements>

Universidad Santo Tomás. (2023). *Manual de exportación para la empresa Chocolate Rico SAS* [Trabajo de pregrado, Universidad Santo Tomás, Tunja]. <https://repository.usta.edu.co/server/api/core/bitstreams/f3cd4a53-18c5-42a8-a659-63d6262edc1b/content>

Centro de Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales (CAAC). (2018). *Análisis de barreras para la exportación agroindustrial en Colombia*. MinCIT.

Ciencias Contables Económicas Y Administrativas -FACCEA, 12(2), 128–139. <https://doi.org/10.47847/faccea.v12n2a1>

Fairtrade. (s.f.). *Certificación Fairtrade*. <https://www.fairtrade.net/ibericas-es/empresas/certificacion-fairtrade.html>

Ceupe. (2023). *¿Qué es logística de exportación y cuál es su importancia?* <https://www.ceupe.com/blog/logistica-de-exportacion.html#:~:text=La%20log%C3%ADstica%20de%20exportaci%C3%B3n%20se%20puede%20describir%20como,internacionales.%20%C2%BFC%C3%B3mo%20es%20el%20proceso%20log%C3%ADstico%20de%20exportaci%C3%B3n%3F>

Chimbi Villamil, G. D. (2018). *Planteamiento de una metodología para análisis de mercado*. Repositorio Institucional Grancolombiano. <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/1611/Documento%20Didier%20Chimbi%20Practicas%20Version%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

CML CARGO (2024). *Exportar Cacao desde Colombia: Guía Completa*. <https://www.clmcargo.com/es-co/como-exportar-cacao-desde-colombia>

CN. (2023). *¿Qué es la distribución? (definición, canales de distribución y plazas)* - CreceNegocios. CreceNegocios. <https://crecenegocios.com/distribucion/>

Colombia + Competitiva, (2021). *Suiza le apuesta al cacao sostenible huilense*. Colombia Más Competitiva. <https://www.colombiamascompetitiva.com/suiza-le-apuesta-al-cacao-sostenible-huilense/>

Compañía Nacional de Chocolates (2019). *COSECHA, BENEFICIO Y CALIDAD DEL GRANO DE CACAO*. <https://chocolates.com.co/wp-content/uploads/2019/09/Cartilla-Cosecha-Benef-Calidad-SEP-2019.pdf>

COOPERATIVA AGRARIA APROCAM. (2020). *Exportando el Cacao - COOPERATIVA AGRARIA APROCAM*. <https://aprocamperu.org/exportando-el-cacao/>

Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores (as) de Comercio Justo (CLAC), (2021). *MANUAL PARA LA PARTICIPACIÓN EN FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES Para pequeños(as) productores(as) de Comercio Justo de Latinoamérica y el Caribe*. <https://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-ferias-en-espanol.pdf>

- Correa, L. F. J. (2013). El estado de la infraestructura en Colombia frente al reto de la Globalización. *Deleted Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.15765/plnt.v1i2.362>
- Correduría Solmassegur. (2021, May 25). *Seguros de transporte de mercancías: qué es, qué cubre y tipos que existen*. Asistencia De Aseguradoras. https://solmassegur.es/seguros-de-transporte-de-mercancias-que-es-que-cubre-y-tipos-que-existen/?utm_source
- Corvo, H. S. (2022). *Estrategias de promoción*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/estrategias-de-promocion/>
- Corvo, H. S. (2023). *Nicho de mercado*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/nicho-de-mercado/>
- Cuofano, W. I. G. (2024). *Modelo de internacionalización de Uppsala*. FourWeekMBA. <https://fourweekmba.com/es/modelo-de-internacionalizaci%C3%B3n-de- uppsala/>
- Culqui, J y Suárez, S (2019). Ventaja competitiva de distintas industrias según la aplicación del diamante de Porter. https://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/2.Diamante-de-Porter_Culqui_FINAL.pdf
- Del Cid, A.; Méndez, R. y Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología (2da. Ed.)*. Pearson Educación
- Departamento Federal de Asuntos Internos (FDHA). (2017). *Ordenanza del DFI sobre higiene en las actividades relacionadas con la alimentación (actualizada 2017)*. <https://www.macmap.org/OfflineDocument/NTM/CHE-130.pdf>
- Deslauriers (2004). *Investigación cualitativa* - Jean Pierre Deslauriers. Edul. https://www.academia.edu/36342519/Investigaci%C3%B3n_Cualitativa_Jean_Pierre_Deslauriers?utm_source
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN. (s.f.). *Consulta de nomenclaturas arancelarias*. <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>
- DIAN. (s.f.). *Abecé. In Aspectos Básicos En La Exportación*. <https://www.dian.gov.co/aduanas/Regimen-de-Aduanas/Documents/ABC-Aspectos-basicos-Exportacion.pdf>

- Diario del Exportador, (2023). Los Tratados de Libre Comercio (TLC): La guía para exportadores e importadores. *Diario Del Exportador* - | Emprender, Aprender, Exportar. <https://www.diariodelexportador.com/2023/08/la-guia-para-exportador-e-importadores-sobre-Tratados-de-Libre-Comercio.html>
- Diario del Exportador, (2023). Modos de Transporte Internacional de Mercancías y sus Diferencias. *Diario Del Exportador* - | Emprender, Aprender, Exportar. <https://www.diariodelexportador.com/2023/10/modos-de-transporte-internacional-de.html>
- Diario del Exportador. (2015). ¿Qué son los agentes de carga? *Diario Del Exportador* - | Emprender, Aprender, Exportar. <https://www.diariodelexportador.com/2015/07/que-son-los-agentes-de-carga.html>
- Diario del Exportador. (2016). Transporte Marítimo: características, ventajas y desventajas. *Diario Del Exportador* - | Emprender, Aprender, Exportar. <https://www.diariodelexportador.com/2016/07/transporte-maritimo-caracteristicas.html>
- Domínguez. (2019). *Seguro de transporte de mercancías* | TIBA. TIBA. https://www.tibagroup.com/es/logistica/transporte-multimodal/seguro-mercancias?utm_source
- Eabolivia. (2015). *Mecanismos de promoción internacional*. *EABolivia Noticias De Bolivia*. <https://www.eabolivia.com/economia/10385-mecanismos-de-promocion-internacional.html>
- El campesino. (2021). Plataforma «Colombia es cacao» permite comercio digital del grano. *Periódico El Campesino – La Voz Del Campo Colombiano*. <https://elcampesino.co/plataforma-colombia-es-cacao-permite-comercio-digital-del-grano/>
- EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. (1984). *DECRETO 1000 DE 1984. In Por El Cual Se Reglamenta Parcialmente La Ley 67 De 1983*. https://fedearroz-website.s3.amazonaws.com/media/documents/Fedearroz_-_FNA_-_Decreto_1000.pdf
- Eleno, M., (2008). *El mercado de Chocolate en Noruega*. http://exportapymes.com/documentos/productos/le2564_noruega_chocolate.pdf
- Embajada de Suiza en Perú, Swisscontac, Agromercado. (s.f). *GUÍA DE INTERNACIONALIZACIÓN CAFÉ Y CACAO*.

https://www.swisscontact.org/_Resources/Persistent/2/1/5/3/2153468a59b02637d4d5ba3e1428db3650b64582/GUIA%20CAFE%20-%20CACAO%20con%20links.pdf

Equipo editorial de IONOS. (2023). *El análisis de mercado: definición y ejemplos*. IONOS Startup Guide. <https://www.ionos.mx/startupguide/gestion/que-es-el-analisis-de-mercado/>

Equipo TATA AIG (2025). *Difference between institute cargo Clauses A, B and C in marine insurance*. <https://www.tataaig.com/knowledge-center/marine-insurance/difference-between-institute-cargo-clauses-in-marine-insurance>

Ermes Logistics. (2024). *Canales de Distribución: Definición, Tipos, Objetivos y Mejoras*. Ermes Logistics. <https://ermeslogistics.com/canales-de-distribucion-definicion-tipos-objetivos-y-mejoras/>

Escobar Cantor, A. K., Gómez Rodríguez, L. M., & Sánchez Cabra, W. (2020). *Oportunidades comerciales que ofrece el EFTA para la exportación de rosas colombianas a Noruega* [Trabajo de pregrado, Universitaria Agustiniiana]. <https://backend.uniagustiniana.edu.co/server/api/core/bitstreams/e4242d71-b64a-4e9c-8d62-400984baf174/content>

Essencial Costa Rica, Procomer Costa Rica, BID (2021). *MANUAL TÉCNICO COSECHA DE CACAO FINO y DE AROMA*. https://platicar.go.cr/images/buscador/documents/pdf/2019/cacao2min_change_meta.pdf

Euroinova International Online Education. (2025). *Que es una estrategia de promoción*. <https://www.euroinova.com/blog/que-es-una-estrategia-de-promocion>

European Food Safety Authority (EFSA). (2021). *Guidelines on food safety and sanitary regulations for cocoa products*. <https://www.efsa.europa.eu>

FEDECACAO (2025), *Cuota de fomento Cacaotero* | Sitefedecacao. <https://www.fedecacao.com.co/cuota-de-fomento-cacaotero>

FEDECACAO (2025). *Registro como exportador en la Federación Nacional de Cacaoteros*. <https://www.fedecacao.com.co/>

FEDECACAO. (2024). *SUSCRIPCIÓN DE CONVENIOS DE ESTABILIZACIÓN*. https://497cdb6a-17df-4105-95ad-0f0b1211ba34.usrfiles.com/ugd/d15423_d1273a4650cd4cc697f7848818e97619.pdf

- Federación Nacional de Cacaoteros (Fedecacao). (2023). *Informe de producción de cacao en Colombia 2023*. <https://www.fedecacao.com>
- Federal Department of Home Affairs (FDHA). (2016). *Ordinance of the FDHA of 16 December 2016 on hygiene in food-related activities (RS 817.024.1)*. <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/183/fr>
- Ferrándiz, J. (2024). Canales de Comercialización: Qué Son, Tipos y Estrategias. *i Nuestro País: Noticiero Nacional de México*. <https://nuestropais.mx/economia/canales-de-comercializacion-que-son-tipos-y-estrategias/>
- Figueira-De-Lemos, F., & Ferreira, P. (2024). ESTRATÉGIAS DE COOPERAÇÃO NO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO: REVISITANDO o MODELO DE UPPSALA. *Revista De Administração De Empresas*, 64(6). <https://doi.org/10.1590/s0034-759020240605>
- Forner, P. (2025). *Nicho de mercado: qué es, cómo encontrar uno y 10 ejemplos de éxito*. Una Vida Online. <https://unavidaonline.com/nicho-de-mercado/>
- Freepik (2020). *Granos de cacao en mazorca de cacao*. https://www.freepik.es/fotos-premium/granos-cacao-mazorca-cacao_10912752.htm
- Freepik (2021). *Vaina del fruto del cacao infectada con una enfermedad fúngica*. https://www.freepik.es/fotos-premium/vaina-fruto-cacao-infectada-enfermedad-fungica_12895959.htm
- Freepik (2023). *Un trabajador en una fábrica de cacao vierte cestas de vainas de cacao maduras amarillas en una pila de cacao grande a granel* https://www.freepik.es/fotos-premium/trabajador-fabrica-cacao-vierte-cestas-vainas-cacao-maduras-amarillas-pila-cacao-grande-granel_56829491.htm#fromView=image_search&page=2&position=7&uid=6bf8ac59-c64a-474f-b2e2-f7f65beed731&query=agriultor+con+vainas+de+cacao
- Freepik. (2018). *Fruta de cacao, vaina de cacao fresco en las manos, vaina de cacao en el árbol* | Freepik. https://www.freepik.es/fotos-premium/fruta-cacao-vaina-cacao-fresco-manos-vaina-cacao-arbol_3304478.htm
- Freepik. (2018). *Granos de cacao y la vaina de cacao en una superficie de madera*. https://www.freepik.es/fotos-premium/granos-cacao-vaina-cacao-superficie-madera_2260013.htm#fromView=image_search&page=1&position=19&uid=83e255aa-ba24-4e70-8f33-be2779f24152

- Freepik. (2020). *Agricultor recogiendo vaina de cacao del suelo*. https://www.freepik.es/fotos-premium/agricultor-recogiendo-vaina-cacao-suelo_8356865.htm#fromView=search&page=1&position=34&uuid=97bc85b6-72c0-47fe-ace7-3279f2a9a124&query=Agricultor+Recogiendo+Vaina+de+Cacao+Del+Suelo
- Freepik. (2021). *El proceso de fermentación de granos de cacao frescos en un tanque*. | Foto Premium. https://www.freepik.es/fotos-premium/proceso-fermentacion-granos-cacao-frescos-tanque_12124472.htm
- Freepik. (2023). *El agricultor de cacao usa tijeras de podar para cortar las mazorcas de cacao o el cacao amarillo maduro de la fruta del árbol de cacao*. https://www.freepik.es/fotos-premium/agricultor-cacao-usa-tijeras-podar-cortar-mazorcas-cacao-o-cacao-amarillo-maduro-fruta-arbol-cacao_44495521.htm
- Galindo, S. (2024). *Qué son las 5 fuerzas de Porter, cómo analizarlas y ejemplos prácticos* - Amara, ingeniería de marketing. Amara, ingeniería de marketing. <https://amara-marketing.com/estrategia-empresarial/que-son-las-5-fuerzas-de-porter-como-analizarlas-y-ejemplos-practicos/>
- García, G. (2024). *Sistemas de empaque y embalaje, claves para el traslado y conservación de productos*. THE FOOD TECH - Medio De Noticias Líder En La Industria De Alimentos Y Bebidas. <https://thefoodtech.com/maquinaria-para-ensado-y-procesamiento/sistemas-de-empaque-y-embalaje-claves-para-el-traslado-y-conservacion-de-productos/>
- García, S. R., & Tablada, M. E. N. (2020). Comercio justo y empoderamiento de pequeños cafecultores del centro de Veracruz. *Agricultura Sociedad Y Desarrollo*, 16(4), 477–495. <https://doi.org/10.22231/asyd.v16i4.1282>
- Gattai, V., & Natale, P. (2015). A NEW CINDERELLA STORY: JOINT VENTURES AND THE PROPERTY RIGHTS THEORY OF THE FIRM. *Journal of Economic Surveys*, 31(1), 281–302. <https://doi.org/10.1111/joes.12135>
- Genially. (2022). *Estudio del mercado* | Genially. <https://view.genially.com/63574a039b17ca00118c71e1/guide-21-estudio-del-mercado>
- González, R. (2021). *Transporte de importación: Aéreo VS Marítimo. Soluciones a La importación*. <https://solucionessalaimportacion.com/transporte-de-importacion-aereo-vs-maritimo/>

- Grupo Excala - Compañía de empaques. (2025). *Saco de fique para cacao* - Grupo Excala. Grupo Excala. <https://grupoexcala.com/producto/saco-de-fique-para-cacao/>
- Guerra, R. R. D., De Oliveira, J. S., Furletti, L. A., Da Costa, P. C. L., & De Souza, M. L. P. (2019). DESCRIÇÃO e AVALIAÇÃO DO MODELO DE ANÁLISE DE MERCADO EM EMPRESAS DE SEGMENTOS DISTINTOS. *Blucher Engineering Proceedings*, 379–392. <https://doi.org/10.5151/cbgdp2019-29>
- Guevara, C. (2018). *Herramientas y Mecanismos de Promoción de Exportaciones*. In PromPerú, Seminario Miércoles Del Exportador [Conference-proceeding]. <https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/b8bc122f-460b-4fa4-aa29-638ad540c99a/content>
- Guevara, G., Verdesoto, A., Castro, N., (2022). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista científica Mundo de la Investigación y el conocimiento*. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Harrigan, K. R. (2017). *Joint ventures and global strategies*. In Routledge eBooks (pp. 329–338). <https://doi.org/10.4324/9781315199689-22>
- Henk Navia, M. B. (2012). *Diseño de un manual de exportación hacia la república popular de china, dirigido a pequeños productores ecuatorianos del sector manufactura en madera* [Trabajo de pregrado, Universidad Casa Grande]. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/269/1/Tesis509HENd.pdf>
- Hernández-Mendoza, J. M., & Hernández-Mendoza, S. L. (2018). La Investigación de Mercados. *Boletín Científico De La Escuela Superior Atotonilco De Tula*, 5(10). <https://doi.org/10.29057/esat.v5i10.3280>
- Huang, P. (2023). *Flete marítimo frente a flete aéreo: A qué se reduce realmente*. Transmisión Directa. <https://sfi.com/es/blog/ocean-freight-vs-air-freight>
- Huayamabe, D. N., Astudillo, A. M., & Burgos, A. V. (2020). Funciones del Packaging. *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico-Tecnológicas*, 2(2), 5-5.
- Hult, G. T. M., Gonzalez-Perez, M. A., & Lagerström, K. (2019). The theoretical evolution and use of the Uppsala Model of internationalization in the international business ecosystem. *Journal of International Business Studies*, 51(1), 38–49. <https://doi.org/10.1057/s41267-019-00293-x>

- Hurtado de Barrera, J. (2015). *Clima científico institucional y producción científica en las universidades: Hacia el desarrollo de una teoría*. Willemstad: International Linfelong learning University.
- Iberian Press. (2024). *Los trámites aduaneros más comunes y su importancia en el comercio internacional* | Iberian Press®. Iberian Press® | Difusión De Notas De Prensa Y Contenidos. <https://www.iberianpress.es/noticia/los-tramites-aduaneros-mas-comunes-y-su-importancia-en-el-comercio-internacional/58143>
- Iddrisu, M., Aidoo, R., & Wongnaa, C. A. (2020). Participation in UTZ-RA voluntary cocoa certification scheme and its impact on smallholder welfare: Evidence from Ghana. *World Development Perspectives*, 20, 100244. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2020.100244>
- Instituto Colombiano Agropecuario – ICA. (s.f.). *Embalajes de madera para exportación e importación*. <https://www.ica.gov.co/embalajes.aspx>
- International Cocoa Organization. (2021, September 14). *Trading & Shipping - International Cocoa Organization*. <https://www.icco.org/trading-shipping/>
- Jain, N. (2023). *¿Qué es el análisis de mercado? Definición, etapas, ventajas y buenas prácticas*. IdeaScale. <https://ideascale.com/es/blogs/que-es-el-analisis-de-investigacion-de-mercado/>
- James, N. (2024). *Las 7 principales tendencias en el mercado de cacao y chocolate* - Informe de mercado verificado [2025]. Verified Market Reports. <https://www.verifiedmarketreports.com/es/blog/top-7-trends-in-the-cocoa-chocolate-market/>
- Katayama Omura, R. J. (2014). *Introducción a la Investigación Cualitativa: Fundamentos, métodos, estrategias y técnicas*. In Serie: Filosofía (Fondo Editorial de la UIGV). Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Keçeci, K., & Keçeci, K. (2025). *Exposiciones globales y su perdurable legado arquitectónico*. Dök Mimarlık. <https://dokmimarlik.com/es/exposiciones-globales-y-su-perdurable-legado-arquitectonico/#:~:text=Las%20ferias%20globales%2C%20a%20menudo%20denominadas%20ferias%20mundiales,los%20logros%20humanos%2C%20la%20cultura%20y%20la%20innovaci%C3%B3n.>

- KENSA Logistics. (2024). *¿Qué es la tramitación aduanera? Principales trámites*. <https://www.kensalogistics.com/que-es-la-tramitacion-aduanera-principales-tr%C3%A1mites>
- KHUEANKAEW, N. (n.d.). *Secado de granos de cacao. Invernadero de planta de secado solar de cacao*. <https://es.vecteezy.com/foto/2761358-secado-cacao-grano-cacao-solar-secado-planta-invernadero>
- Klog.Co. (2024). *Tiempos de tránsito de carga internacional: Guía completa 2024*. Klog.Co. <https://klog.co/blog/tiempos-de-transito-de-carga-internacional-guia-completa-2024>
- Krugman, P. R., Melitz, M. J., & Obstfeld, M. (2018). *International Finance: Theory and Policy, Global Edition*. Pearson Education © 2018
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía internacional: Teoría y política (7.ª ed.)*. Pearson Educación.
- Le Département fédéral de l'intérieur. (s.f.). *Ordonnance du DFI sur les denrées alimentaires d'origine végétale, les champignons et le sel comestible*. <https://www.macmap.org/OfflineDocument/NTM/CHE-141.pdf>
- Legalondo, R. (2024, June 17). *Seguro de mercancías en contratos de transporte: qué debes saber*. Legalondo. <https://www.legalondo.com/seguro-de-mercancias-en-contratos-de-transporte-que-debes-saber-2/>
- Lerma, A y Márquez, E. (2010). *Comercio y marketing internacional*. <https://zlib.pub/book/comercio-y-marketing-internacional-1dpuimpn1q3o>
- Lesma, J. (2020). *LA TECNICA DEL FICHAJE y TIPOS DE FICHAS*. Ucab. https://www.academia.edu/41654569/LA_TECNICA_DEL_FICHAJE_Y_TIPOS_DE_FICHAS
- Ministerio de Industria y Comercio de Islandia. (2022). *Ley de alimentos (actualizada 2022)*. Gobierno de Islandia.
- López, H. (2020). *¿Qué es la fermentación del cacao? Helen Chocolate*. https://helenchocolate.es/que-es-la-fermentacion-del-cacao/?utm_source
- Luisa. (2024). *Los Mejores Modos de Transporte para tu Carga Internacional*. Cargo Logistic System. <https://www.cargologisticsystem.com.co/los-mejores-modos-de-transporte-para-tu-carga-internacional/>
- Lundquist, K. (2023). *Medidas sanitarias y fitosanitarias*. Trade4MSMES. <https://trade4msmes.org/es/guides/sanitary-and-phytosanitary-measures/>

- Maldonado, D. (2024). *Etiquetas de producto: ¿qué son y cómo diseñarlas de forma efectiva?* El Empaque. <https://apiprod.elempaque.com/es/noticias/etiquetas-de-producto-que-son-y-como-disenarlas-de-forma-efectiva>
- Mankiw, N. G. (2020). *Principios de economía (8.ª ed.)*. Cengage Learning.
- Marco, E. (2009). *Guía de Acondicionamiento y Embalaje*. <https://recursos.exportemos.pe/guia-acondicionamiento-embalaje.pdf>
- Mardones, V. (2023). *Importancia del embalaje y etiquetado en la logística y transporte*. EduMaster. <https://edumaster.mx/importancia-del-embalaje-y-etiquetado-en-la-logistica-y-transporte/>
- Marketeros LATAM. (2024, 26 de febrero). *¿Qué son los canales de distribución?* <https://www.marketeroslatam.com/que-son-los-canales-de-distribucion/>
- Marta G (2022). *Cacao Eco Village, un lugar hecho con residuos de cacao impresos en 3D*. 3Dnatives. <https://www.3dnatives.com/es/cacao-eco-village-200120222/>
- Martillo, X., & Miller, A. (2022). *Exportaciones de banano ecuatoriano hacia el mercado de Suiza, mediante firma de Acuerdo con la Asociación Europea de Libre Comercio. Periodo 2018-2021*. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5138>
- Martínez, L. (2024). *Agente de carga: qué es, funciones y tipos*. UNIVERSAE. <https://universae.com/blog/agente-carga-que-es-funciones/>
- Mercado, C. Y. A. (2024b). Tipos de transporte empleados en el comercio internacional. *Con-Ciencia Boletín Científico De La Escuela Preparatoria No 3, 11(22)*, 4–5. <https://doi.org/10.29057/prepa3.v11i22.12638>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (s.f.). *Título 1. Fondo de Estabilización de precios del Cacao*. <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Paginas/Decreto-1071-2015/TITULO-1-Fondo-de-Estabilizacion-de-precios-del-Cacao.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Pesca, Ministerio de Agricultura y Alimentación, & Ministerio de Sanidad y Servicios Asistenciales. (2019). *Reglamento sobre higiene de alimentos (actualizada 2019)*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismos, (2010). *Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y los Estados AELC (EFTA)*. <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-libre-comercio-efta>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (s.f). *ABC del acuerdo EFTA*. <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-libre-comercio-efta/1-antecedentes/2-3-abc-del-acuerdo-efta>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2019). *Decreto 1165 de 2019: Por el cual se dictan disposiciones relativas al Régimen de Aduanas en desarrollo de la Ley 1609 de 2013*. Diario Oficial No. 51.002. <https://www.dian.gov.co/aduanas/marco-legal/Decreto-1165-de-2019.pdf>
- Ministerio de Industria y Comercio de Islandia. (2002). *Reglugerð um kakó- og súkkulaðivörur (Reglamento sobre los productos de cacao y chocolate)*. <https://www.macmap.org/OfflineDocument/NTM/ISL-32.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia. (2013). *Salud Pública Calidad e Inocuidad de Alimentos*. In Ministerio De Salud Y Protección Social De Colombia. <https://minsalud.gov.co/salud/Documents/general-temp-jd/SISTEMA%20DE%20MEDIDAS%20SANITARIAS%20Y%20FITOSANITARIAS%20-%20MSF.pdf>
- Miranda, A., & Miranda, A. (2025). *Hasta el mercado europeo llega el cacao orgánico del Cesar*. *Diario Del Cesar*. <https://www.diariodelcesar.com/archivos/310071/hasta-el-mercado-europeo-llega-el-cacao-organico-del-cesar/>
- Montenegro-Arcila, M. M. (2021). Relaciones de redes, perspectiva de internacionalización para la pyme Gastro Innova. *Ploutos*, 10. <https://doi.org/10.21158/23227230.v10.n0.2020.2841>
- Morales, A., & Hurtado, J. (2018). *Comercio internacional de cacao: Retos y oportunidades en el mercado europeo*. Editorial Académica Española.
- NARONG. (s.f). *Fresh cocoa pods and fresh cocoa beans on cocoa leaf background*. <https://www.vecteezy.com/photo/3358346-fresh-cocoa-pods-and-fresh-cocoa-beans-on-cocoa-leaf-background>
- Narváez, M. (2023). *¿Qué es una evaluación del mercado y cómo realizarla?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-una-evaluacion-de-mercado/>
- Nogales, J. (2024). *MÉTODOS DE SECADO DE CACAO. Postcosecha Cacao*. <https://poscosechacacao.com/2017/08/metodos-de-secado-de-cacao/>
- Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 1252. (2021). *Grano de cacao: requisitos fisicoquímicos y de calidad (5.ª act.)*. Instituto Colombiano de

- Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC).
<https://es.scribd.com/document/731006729/NORMA-NTC-1252-GRANO-DE-CACAO-copia>
- Norma Técnica Colombiana del ICONTEC - NTC 5811. (2010). *Cacao: requisitos de calidad y comercialización*. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC).
<https://es.scribd.com/document/410385836/Norma-Tecnica-Icontec-5811-1-pdf-CACAO-pdf>
- Nowports. (2023). *¿Qué hace un agente de carga para facilitar el comercio exterior?* Nowports. <https://blog.nowports.com/es/que-hace-un-agente-de-carga>
- Nuevo estatuto aduanero (2019). *DECRETO 1165 DE 02 DE JULIO DE 2019*. <https://www.sacexlogisticacolombia.es/nuevo-estatuto-aduanero-t2-c2>
- Observatorio de Complejidad Económica. (s.f.). *Polvo de cacao en el comercio de Islandia*. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/cocoa-powder/reporter/isl>
- Oktami, N., Prasmatiwi, F. E., & Rosanti, N. (2014). Manfaat Sertifikasi Rainforest Alliance (Ra) dalam Mengembangkan USAhatani Kopi yang Berkelanjutan di Kecamatan Pulau Panggung Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 2(4), 337–347. <https://doi.org/10.23960/jiia.v2i4.337-347>
- OpenStreetMap. (2025). *OpenStreetMap*. https://www.openstreetmap.org/directions?engine=fossgis_osrm_car&route=4.099917%2C-72.9088133%3B47.1416307%2C9.5531527#map=2/45.5/-18.6
- Organización Internacional del Cacao (ICCO). (2022). Global cocoa market trends and demand projections. <https://www.icco.org>
- Orozco, C. (2024). Infraestructura logística ▷ Qué es, Ejemplos 2025. Guía Del Empresario. <https://guiadelempresario.com/logistica/infraestructura-logistica/>
- Ortega, C. (2023). *Demanda de mercado: Qué es, importancia y cómo calcularla*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/demanda-de-mercado/>

- Ortiz, A., (2020). *Logística de exportación | Importancia y proceso en el comercio internacional.* (n.d.). <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/logistica-exportacion>
- Ospina, J. (2015). *Fundamentos de envases y embalajes.* Corporación Universidad de la Costa. https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/2526/fundamentos_envases_embalajes.pdf?sequence=1
- Ossa, M. A. (2020). *Capítulo 2: Incoterms (International Commercial Terms).* <https://doi.org/10.15332/dt.inv.2020.00394>
- Parada, J. (2021). *Transición energética y su impacto en la economía del Cesar.* Universidad del Rosario.
- Parra, A. (2024). *¿Qué es la segmentación de mercados?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-segmentacion-de-mercados/>
- Patiño, C. (2025). Qué es un nicho de mercado y por qué es clave en los negocios. *Cuadernos de economía.* <https://cuadernosdeeconomia.cl/que-es-un-nicho-de-mercado/>
- Peñafiel, V. M. A., Guzmán, Á. Y. E., & Hernández, R. G. (2024). Módulo instruccional para desarrollar el análisis de mercado dentro de la asignatura emprendimiento y gestión. *Revista Scientific, 9*(Ed. Esp.), 96–115. <https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2024.9.e.5.96-115>
- Pérez, F. (1991). *“VENTAJA COMPETITIVA de Michael Porter. Ventaja competitiva.* https://www.academia.edu/42345725/_VENTAJA_COMPETITIVA_de_Michael_Porter
- Pérez, L. M., & Pérez, B. M. (2019). Propuesta de procedimiento de control para mejorar el proceso de expedición y aduana en Sherritt-Cubapetróleo. *ECA Sinergia, 10*(1), 19. https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i1.1120
- Periodista. (2019). *¿Qué falta en el Cesar para exportar cacao?* *El Pílon | Noticias De Valledupar, El Vallenato Y El Caribe Colombiano.* https://elpilon.com.co/que-falta-en-el-cesar-para-exportar-cacao/?utm_source
- Pontificia Universidad Católica del Perú. (2022). *La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación.* <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/18455>

9/GU%c3%8dA%20INVESTIGACI%c3%93N%20DESCRIPTIVA%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*, 86(1), 58-77.
- Procolombia. (2017). UNA MIRADA AL TLC EFTA - COLOMBIA: OPORTUNIDADES y RETOS | ProColombia. *Procolombia*. <https://procolombia.co/colombiatrade/exportador/articulos/una-mirada-al-tlc-efta-colombia-oportunidades-y-retos>
- ProColombia. (2021). *Para conocer las certificaciones que se requieren para exportación de agroalimentos*. https://procolombia.co/sites/default/files/2024-05/certificaciones_para_exportar_agroalimentos.pdf
- ProColombia. (2021). *Para la solicitud del certificado fitosanitario para exportación ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)*. In ProColombia. https://procolombia.co/sites/default/files/2024-05/guia_fitosanitario_0.pdf
- Procolombia. (2021). *Procedimiento para Obtener el Certificado Sanitario de Exportación y el Certificado de Inspección Sanitaria de Exportación*. <https://procolombia.co/sites/default/files/2024-05/invima2.pdf>
- ProColombia. (2022). *Guía para exportadores de cacao colombiano al mercado europeo*. <https://www.procolombia.co>
- Procolombia. (2023). *PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA ISLANDIA*. https://procolombia.co/sites/default/files/procolombia/trade/expo/profile-logistic/documents/perfil_logistico_islandia_2023.pdf
- ProColombia. (2023). *PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA NORUEGA*. <https://procolombia.co/sites/default/files/procolombia/trade/expo/profile-logistic/documents/Perfil%20log%C3%ADstico%20de%20Noruega%2024.pdf>
- ProColombia. (2023). *PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA SUIZA*. https://procolombia.co/sites/default/files/procolombia/trade/expo/profile-logistic/documents/perfil_logistico_de_suiza_2.pdf

- ProColombia. (s.f.). *GUIA PARA CONOCER EL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE BIENES*. https://procolombia.co/sites/default/files/2024-05/guia_proceso_exportaciones_0.pdf
- Prom, G., & Prom, G. (2025). *Distribución y comercialización: guía esencial*. Grupo Prom. <https://grupoprom.com/canales-de-distribucion-y-comercializacion/>
- Quispe, N. (2021). *MANUAL DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ BOLIVIANO (Coffea arábica) CHILE - IQUIQUE*. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/27735/TD-2994.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rainforest Alliance. (2022). *Certificación UTZ (Ahora parte de Rainforest Alliance) | Rainforest Alliance | Para empresas*. Rainforest Alliance | Para Empresas. <https://www.rainforest-alliance.org/es/utz/>
- Rainforest Alliance. (2025). *Inicio | Rainforest Alliance | Para empresas*. <https://www.rainforest-alliance.org/es/>
- Recio, N., (2023). *5 tipos de transporte aéreo: ¿Cómo se aplican? | Características De Cosas Y Términos*. <https://www.caracteristicasdel.com/tipos-de-transporte-aereo.html>
- Reguera, E. (2025). *Como se mide la demanda de un producto: guía práctica*. *Aprende Economía*. <https://aprendeconomia.info/como-se-mide-la-demanda-de-un-producto/>
- Reyes-Ruiz, L., Carmona Alvarado, F. A., Guerrero Dávila, Barraza, C., Guerrero Dávila, G., Matos Ayala, A., Liferder, Máxima Uriarte, Reyes-Ruiz, L., Carmona Alvarado, F., & Valencia López, V. E. (2020). *La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio*. UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR. <https://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/1000/1771/1771.pdf>
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. John Murray.
- Roa, L. H. A., & Núñez, G. F. (2023). *Plan de gestión prospectiva de plataformas logísticas para el Tolima 2028*. https://portal.amelica.org/ameli/journal/133/1334502007/html/#redalyc_1334502007_ref6
- Roblez, H. J. M., Armijos, J. A. G., Illescas, M. G., & Solórzano, S. S. (2022). La certificación Rainforest Alliance como estrategia competitiva para el sector

- agrícola exportador ecuatoriano. *Revista de la Universidad del Zulia*, 13(36), 7-27.
- Rodríguez, D. (2022). *Ventaja competitiva según Porter*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/ventaja-competitiva-michael-porter/>
- Rojas, M. J., & Rojas, M. J. (2024). *Conozca sus límites: Seguridad alimentaria en el cacao y el chocolate* - Daarnhouwer & Co. Daarnhouwer & Co. <https://daarnhouwer.com/es/cocoa-stories/know-your-limits-food-safety-in-cocoa-and-chocolate/#:~:text=La%20Uni%C3%B3n%20Europea%20ha%20establecido%20l%C3%ADmites%20m%C3%A1ximos%20de,0%20el%20transporte%20no%20comprometan%20la%20salud%20alimentaria.>
- Román, J. (2017). *Análisis de las estrategias de promoción internacional y su influencia en la competitividad de la asociación de productores de Quinoa y granos andinos del departamento de Ayacucho* [Trabajo de grado, UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA]. https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/471dc884-73a5-4742-aaf4-a5776f6a4f34/content?utm_source
- Root, F. R. (1994). *Entry Strategies for International Markets*. Lexington Books.
- RRYP Global (2025). *La joint venture: Estrategia jurídica para empresas internacionales*. RRYP Global. <https://rrypglobal.com/la-joint-venture-estrategia-juridica-para-empresas-internacionales/#:~:text=En%20el%20contexto%20del%20comercio%20internacional%20la%20joint,mercados%20locales%20con%20el%20apoyo%20de%20socios%20estrat%C3%A9gicos.>
- Rubio, J. L. C., & Campos, J. a. C. (2020). OPORTUNIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA EL CACAO EN EL DEPARTAMENTO DE SANTANDER, COLOMBIA. *Revista Facultad De Ciencias Contables Económicas Y Administrativas -FACCEA*, 12(2), 128–139. <https://doi.org/10.47847/faccea.v12n2a1>
- Ruff, E. S. (2018). *Síntesis de teorías sobre la internacionalización de empresas: estudio en base a empresas de países desarrollados y emergentes*. In Universidad de Chile, Documento Docente Negocios I. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/164008/Sintesis-de-teorias.pdf?sequence=1>
- Salinas, D. (2025). *Qué es un nicho de mercado, beneficios, ejemplos y tipos para definirlo*. Blog de Wix. <https://es.wix.com/blog/que-es-un-nicho-de-mercado>

- Sánchez J. (2022). *Nicho de mercado - Definición, qué es y concepto* | Economipedia. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/nicho-de-mercado.html>
- Sánchez, E. A. (2017). La evaluación del desempeño ferial de los expositores en ferias internacionales en el Perú: el caso de los expositores en las ferias internacionales Perú moda y la Perú gift del año 2010. *Gestión En El Tercer Milenio*, 19(37), 95–103. <https://doi.org/10.15381/gtm.v19i37.13779>
- Santaella, J. E., (2021). *Ventaja comparativa: ¿Qué es y qué ventajas tiene para el comercio?* Economía3. <https://economia3.com/ventaja-comparativa-definicion/>
- Santaella, J. A., (2021). Comercio internacional y ventaja comparativa: Una revisión actualizada. *Revista Economía y Sociedad*, 28(1), 45–62.
- Secretaria de Economía, (2016). *Conoce las Normas Técnicas para exportar*. gob.mx. <https://www.gob.mx/se/articulos/conoce-las-normas-tecnicas-para-exportar>
- Sena, M. (2019). Embalagem: o elemento imagem do produto. *Media & Jornalismo*, 19(34), 313–319. https://doi.org/10.14195/2183-5462_34_21
- Sepúlveda, C. (2021). *Manual para el Exportador: Cómo entender y usar mejor los Acuerdos Comerciales* (M. Castillo, Ed.). https://www.subrei.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/manual-del-exportador.pdf?sfvrsn=ff3b5dd9_0
- ShipiMarketing. (2022). *¿Qué es el tiempo de tránsito? ¿Cómo afecta a la logística de un e-commerce?* | Shiptec App. Shiptec App. <https://www.shiptec.app/tiempo-transito-logistica-commerce/>
- Shuman, M. (2024). *Transporte aéreo: gastos de envío, tarifas, costes y cotizaciones* | Freightos. Freightos. <https://www.freightos.com/es/freight-resources/transporte-aereo-y-envio-de-carga-aerea-cargos-tarifas-costes-y-cotizaciones-de-transporte-aereo/>
- Sidorov, V. N. (2023). La automatización de los procedimientos aduaneros en la facilitación del comercio. *Ratio Juris*, 19(38), 679–706. <https://doi.org/10.24142/raju.v19n38a20>
- Soruco, I. T. (2020). Variables relacionadas con innovación en ferias internacionales en Bolivia. *Investigación & Negocios*, 13(21), 86. <https://doi.org/10.38147/invneg.v13i21.85>

- Tamayo Tamayo, M. (2004). *Diccionario de la investigación científica*. Editorial Limusa.
- Tarazona Cruz, K. M. & Centro de Estudios Estratégicos de Relaciones Internacionales. (2022). *El comercio internacional como motor del desarrollo sostenible* [Journal-article]. Centro De Estudios Estratégicos De Relaciones Internacionales, 1–3. <https://www.ceeriglobal.org/wp-content/uploads/2022/06/EL-COMERCIO-INTERNACIONAL-COMO-MOTOR-DEL-DESARROLLO-SOSTENIBLE.docx.pdf>
- Then, L., Pimentel, S., Olivero, P., Soto, A., Luna, A., Cruz, G., Peguero, M., Jáquez, C., & Lluberés, J. (2014). Análisis de las fuerzas competitivas de Porter en el sector de la promoción inmobiliaria del gran Santo Domingo. *Ciencia Y Sociedad*, 39(3), 441–476. <https://doi.org/10.22206/cys.2014.v39i3.pp441-476>
- TÍTULO 1. Fondo de Estabilización de precios del Cacao. (n.d.). <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Paginas/Decreto-1071-2015/TITULO-1-Fondo-de-Estabilizacion-de-precios-del-Cacao.aspx>
- Tovar, C. V., Hernández, Y. G., Redondo, A. V., Rojas, Y. a. P., & Del Carmen Patrón Noriega, M. (2022). La producción de café especial y cacao, ventajas competitivas para el desarrollo sostenible de la empresa asociativa rural. *STUDIES IN SOCIAL SCIENCES REVIEW*, 3(1), 147–165. <https://doi.org/10.54018/sssrv3n1-009>
- TradeMap (2024). *Comercio bilateral entre Colombia y Islandia, Producto: 1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado*. https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c352%7c%7c1801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
- TradeMap (2024). *Comercio bilateral entre Colombia y Noruega, Producto: 1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado*. https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c579%7c%7c1801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
- TradeMap (2024). *Comercio bilateral entre Colombia y Suiza, Producto: 1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado*. https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c757%7c%7c1801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

- TradeMap (2024). *Lista de los productos importados por Islandia en el mismo nivel de agregación que el producto:1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.*
https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c352%7c%7c%7c%7c1801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
- TradeMap (2024). *Lista de los productos importados por Noruega en el mismo nivel de agregación que el producto:1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.*
https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c579%7c%7c%7c%7c1801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
- TradeMap (2024). *Lista de los productos importados por Suiza en el mismo nivel de agregación que el producto:1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.*
https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c757%7c%7c%7c%7c1801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1
- TradeMap (2025). *Lista de los importadores para el producto seleccionado Producto: 1801 Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.*
https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c1801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1
- TRIDGE (2021). *Importaciones e importadores de semillas de cacao en Noruega.*
<https://www.tridge.com/es/intelligences/cocoa-bean/NO/import>
- Trujillo, E. (2022). *Normativa Qué es, definición y concepto.* Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/normativa.html#:~:text=Aunque%20el%20concepto%20de%20normativa%20en%20derecho>
- Unidad Latina. (2024). *Tratados de Libre Comercio en América Latina.* Unidad Latina.
<https://unidadlatina.org/politica/tratados-de-libre-comercio-america/>
- Universidad de la República (Uruguay). (2020). *Etapas de la investigación bibliográfica.* Facultad de Enfermería, Departamento de Documentación y Biblioteca.
<https://www.fenf.edu.uy/index.php/inicio/gestion-y-servicios/biblioteca/hojainformativa/>
- UPRA. (2024). *Trabajamos por la trazabilidad del cacao de Colombia.*
<https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Trabajamos-por-la->

trazabilidad-del-cacao-de-Colombia.aspx#:~:text=La%20trazabilidad%20del%20cacao%20colombiano%20es%20un%20valor,la%20calidad%20de%20nuestro%20producto%20en%20el%20exterior.

Van Den Berghe R, E. (2014). *Tratados de libre comercio: Retos y oportunidades*. Ecoe Ediciones. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/tratadosde-libre-comercio-1ra-edicion_compress.pdf

Varela, L. (3 de agosto de 2022). *Enfermedades en el cultivo del cacao*. Progreso Caribe. Recuperado de <https://progresacaribe.info/enfermedades-en-el-cultivo-del-cacao/>

Vásquez, N. y Subiaga, L. (2019). *Análisis de la legislación y normativa de la Unión Europea sobre el empaque, embalaje y etiquetado para la exportación* [Journal-article]. Revista Observatorio De La Economía Latinoamericana. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/03/normativa-europea-exportacion.html>

Vera-Rodríguez, J. H., Jiménez-Murillo, W. J., Naula-Mejía, M. C., Villa-Cárdenas, U. J., Zaruma-Quito, F. A., Montecé-Maridueña, G. Y., Cabrera-Carreño, W. J., Zambrano-Valencia, F. N., & Astudillo-Ludizaca, C. M. (2021). Residuos de la producción de cacao (*Theobroma cacao* L.) como alternativa alimenticia para rumiantes. *Revista Colombiana De Ciencia Animal - RECIA*, 13(2), e839. <https://doi.org/10.24188/recia.v13.n2.2021.839>

Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190–207.

VUCE. (s.f). *GUIA PARA LA PRESENTACION y ACTUALIZACION DE DATOS ANTE POLICIA ANTINARCOTICOS a TRAVES DE LA VENTANILLA UNICA DE COMERCIO EXTERIOR -VUCE*. https://procolombia.co/sites/default/files/2024-05/guia_presentacion_y_actualizacion_exportadores_ante_policia_antinarcoicos_20170308.pdf

Wenda, B. D. S., Nken, H., Takam, H. N. T., Eloundou, C. E., & Fon, D. E. (2024). Rainforest Alliance-UTZ cocoa certification scheme adoption: Determinants and financial implications for cocoa production in the Centre region of Cameroon. *PLOS Sustainability and Transformation*, 3(7), e0000115. <https://doi.org/10.1371/journal.pstr.0000115>

Zárate, L. (2013). Las Redes Y Proceso De Internacionalización De Pequeñas Y Medianas Empresas: El Caso De La Industria Del Software De Costa Rica

(Networks and SME's Internationalization Process: The Case of Software Industry in Costa Rica). *Revista Global de Negocios*, 1(2), 43-59.

Загоруйко, И., & Эстерлейн, Ж. (2022). The economic basis of the mechanism for promoting the sale of goods as an element of the digital marketing complex. *Экономика И Предпринимательство*, 5(142), 710–713. <https://doi.org/10.34925/eip.2022.142.5.132>

ANEXOS

SOCIALIZACIONES REALIZADAS EN EVENTOS DE INVESTIGACIÓN



cicea 2025 | IV Congreso Internacional de Ciencias Empresariales y Afines
V Encuentro de Investigación en Gerencia | IV Convención de Semilleros de Investigación

Universidad Francisco de Paula Santander
Cúcuta - Colombia

LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER CÚCUTA

CERTIFICA QUE:

ANDREA MARCELA MÉNDEZ SÁNCHEZ
C.C. 1065627077

Participó como **PONENTE** en el **IV Congreso Internacional de Ciencias Empresariales y Afines** en el eje temático Económico y Negocios Internacionales, con el trabajo de investigación titulado **"REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DE CACAO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR HACIA LOS PAÍSES DE LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO (EFTA)"**.

El evento se desarrolló del 14 al 16 de mayo del año 2025 con una intensidad de 24 horas.

Se expide esta certificación a los 23 días del mes de mayo del 2025, en San José de Cúcuta, Colombia.

Johanna Milena Mogrovejo Andrade
JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE
DECANA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER CÚCUTA

Carlos Humberto Flórez Góngora
CARLOS HUMBERTO FLÓREZ GÓNGORA
VICERRECTOR ASISTENTE DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN
UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER CÚCUTA



11ª Semana Internacional de Ciencia, Tecnología e Innovación | **8vo Encuentro Interinstitucional de Semilleros de Investigación** | **3er Encuentro de Proyectos de Extensión e Innovación Social**

Universidad Francisco de Paula Santander
Cúcuta - Colombia

LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER CÚCUTA Y SECCIONAL OCAÑA

CERTIFICA QUE:

MARÍA ROSA ANAYA MERCADO
C.C. 1193232792

Participó como **PONENTE** en el evento **8vo ENCUENTRO INTERINSTITUCIONAL DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN** desarrollado en el marco de la 11a SEMANA INTERNACIONAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN, con el trabajo de investigación titulado **"MANUAL DE EXPORTACIÓN DE CACAO DEL DEPARTAMENTO DEL CESAR EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO COLOMBIA - ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO (EFTA)"**.

El evento se desarrolló del 22 al 25 de octubre del año 2024 con una intensidad de 32 horas.

Se expide esta certificación a los 08 días del mes de noviembre del 2024, San José de Cúcuta, Colombia.

Carlos Humberto Flórez Góngora
CARLOS HUMBERTO FLÓREZ GÓNGORA
VICERRECTOR ASISTENTE DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN
UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

Nancy Rodríguez Colórado
NANCY RODRÍGUEZ COLÓRADO
DIRECTORA DIVISIÓN DE INVESTIGACIÓN Y EXTENSIÓN
UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

CERTIFICADO QUE SE OTORGA A:

MARÍA ROSA ANAYA MERCADO

Por su participación en calidad de **PONENTE**, con el trabajo de investigación titulado: **Guía de exportación del cacao cesarense en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)**, presentado en el **IV ENCUENTRO INTERNACIONAL DE EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS EN INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS**.

Publicada con Código ISBN 978-628-7654-05-1
Realizado en la ciudad de Valledupar, Cesar -
Colombia, a los 07, 08 y 09 días del mes de noviembre
de 2023.


Ing. Clarivel Parra Ditta
Vicerrectora de Investigación y Extensión
Universidad Popular del Cesar


Dra. Ana Milena Maya González
Decana FACE
Universidad Popular del Cesar



LA FUNDACIÓN RED COLOMBIANA DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN REDCOLSI

CERTIFICA QUE
MARIA ROSA ANAYA MERCADO

Nº de identificación: CC 1193232792



Ha participado en calidad de Ponente en el:

XXVII ENCUENTRO NACIONAL Y XXI ENCUENTRO INTERNACIONAL DE SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN RedCOLSI

MANUAL DE EXPORTACIÓN DE CACAO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO (EFTA)

Realizado en Barranquilla, Colombia del 9 al 12 de octubre de 2024.


LUZ MERY HERRERA GALEANO
DIRECTORA NACIONAL


KASSANDRA MENDOZA
DIRECTORA NODO ATLÁNTICO

Octubre 12 de 2024
Barranquilla - Colombia





THE EXPO

Semilleros & Jóvenes Investigadores



Certificado

Otorgado a:

María Rosa Anaya Mercado, Andrea Marcela Méndez Sánchez

Por su participación en calidad de **PONENTE**, con el trabajo titulado:

MANUAL DE EXPORTACIÓN PARA EL CACAO PRODUCIDO EN EL DEPARTAMENTO DEL CESAR EN EL MARCO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO

Dado en Valledupar, a los 10 días del mes de noviembre de 2023

Clarivel Parra Ditta
Vicerrectora de Investigación y Extensión



IX COLOQUIO JUNIOR DE INVESTIGACIÓN

“OPORTUNIDADES GLOBALES, DESAFÍOS TERRITORIALES”

La Asociación Red Colombiana de Profesionales Internacionales - RCPI, la Universidad Popular del Cesar y su programa de Comercio Internacional

Certifican que:

MARÍA ROSA ANAYA MERCADO

Participó como ponente con el trabajo de investigación titulado:

Manual de exportación de cacao cesareño bajo el tratado de libre comercio entre Colombia y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)

Realizado en la ciudad de Valledupar - Cesar (Colombia), los días 12 y 13 del mes de octubre de 2023.

Iulderc Collazos H.
Director ejecutivo - RCPI

Martha Rosario Argüello Caballero
Directora del Departamento de Comercio Internacional
Universidad Popular del Cesar