



Informe de Propuesta de Exportación del Cacao Fino Colombia a Reino Unido

Mariangel Arboleda Cuellar

Sara Valentina Montoya Zapata

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Mercadeo Internacional

2024

Informe de Propuesta de Exportación del Cacao Fino Colombia a Reino Unido

Mariangel Arboleda Cuellar
Sara Valentina Montoya Zapata

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Tecnólogo en
Mercadeo Internacional

Asesor(a)
Vladimir Álvarez Rojas
Docente

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Antioquia y Chocó
Sede Bello (Antioquia)
Programa Mercadeo Internacional

2024

Contenido

Dedicatoria.....	6
Resumen	7
Abstract.....	8
Palabras claves.....	9
Keywords	10
Introducción	11
8. Cuerpo del Trabajo	13
8.1 Planteamiento del problema o necesidad	13
8.1.2 Impacto en el consumidor	13
8.1.3 Impacto en la Industria	14
8.2 Justificación	14
8.3 Objetivos.....	15
Objetivo General	15
8.4 Marco Teórico	15
Teorías de Administración	15
Teoría de la Administración Científica de Taylor	15
Teoría de la Burocracia de Weber.....	16
Teoría del Enfoque de Sistemas de Bertalanffy	16
Teoría de la Contingencia de Lawrence y Lorsch.....	17
Teoría del Aprendizaje Organizacional de Argyris y Schön	17

Teorías de Mercadeo aplicables al producto de cacao fino colombiano.....	18
8.5 Diagnóstico	20
8.5.1 Descripción del Producto o Servicio	20
8.5.2 Descripción del país a exportar.....	21
8.6 Propuesta del Plan Exportador.....	23
8.6.1 Aplicación de matrices	24
8.6.1.2 Análisis PESTEL	24
8.6.1.2 Matriz FODA	¡Error! Marcador no definido.
8.6.1.3 Cinco fuerzas de Porter.....	25
8.6.2. Segmentación (Psicográfica, Demográfica, Beneficios, Edad y Nivel de vida)	25
Mercados minoristas	26
Segmentación Psicográfica.....	26
Segmentación Demográfica	26
Beneficios	26
Edad	26
Nivel de Vida.....	27
Restaurantes Exclusivos	27
Segmentación Psicográfica.....	27
Segmentación Demográficas:	27
Beneficios	27
Edad	27
Nivel de Vida.....	27

Chefs Profesionales	28
Segmentación Psicográfica.....	28
Segmentación Demográfica.....	28
Beneficios	28
Edad	28
Nivel de Vida.....	28
8.6.3. Mezcla de mercadeo	29
8.6.4. Estrategias y tácticas (Competitivas de posicionamiento, Crecimiento y diferenciación)	30
Diferenciación a través de Certificaciones de Calidad y Sostenibilidad:.....	30
Estrategia.....	30
Tácticas	30
Precio Competitivo y Promociones Especiales	30
Estrategia.....	30
Tácticas	30
Alianzas Estratégicas con Distribuidores Especializados.....	31
Estrategia.....	31
Tácticas	31
Promoción en Medios Especializados y Eventos Gastronómicos	31
Estrategia.....	31
Tácticas	31
Enfoque en el Consumidor que Valora la Calidad y Autenticidad	31

Estrategia.....31

Tácticas:32

Conclusiones33

1. Dedicatoria.

Por medio de este documento queda plasmada una dedicatoria para cada una de las personas que han ejercido una función significativa en el resultado de la satisfactoria obtención del Cacao en Colombia. Para cada uno de los sembradores y cultivadores que con dedicación y perseverancia llevan a feliz término el cultivo de cada árbol de cacao hasta que llega a los expertos chocolateros que transforman sus frutos en una deliciosa artesanía culinaria: los admiramos y apreciamos. A nuestros socios comerciales en el Reino Unido; Su pasión por la calidad y la excelencia nos inspira a llevar lo que nuestra tierra puede ofrecer a alturas aún mayores. A nuestras familias y seres queridos, cuyo apoyo sirve como un faro que nos anima a perseguir nuestros sueños con determinación y agradecimiento, que este trabajo sea un homenaje a su esfuerzo, devoción y amor por el cacao colombiano de alta calidad.

2. Resumen

El enfoque principal de esta investigación es desarrollar un plan estratégico de exportación de granos de cacao de alta calidad desde Colombia al Reino Unido. El cacao fino colombiano es único por su rico sabor que no puede ser imitado por ningún otro país productor de cacao en el mundo. Además, también es único por su herencia cultural que proviene de las regiones productoras de cacao dentro de Colombia; esto lo convierte en un producto de alta calidad disponible sólo de fuentes específicas en los mercados internacionales.

El proceso comienza con un estudio detallado del mercado del Reino Unido: su dinámica, tendencias emergentes y expectativas de los consumidores, buscando puntos de entrada viables para la introducción del cacao fino colombiano. Se consideran los distintos sectores del mercado, desde los grandes mercados minoristas hasta los restaurantes de lujo y los chefs profesionales: cada estrategia se adaptará a sus necesidades específicas.

El punto focal de la estrategia de posicionamiento implicaría hacer alarde de la riqueza y variedad de los exquisitos granos de cacao de Colombia en un esfuerzo por obtener certificaciones de calidad y sostenibilidad, una medida que diferenciaría al producto dentro del mercado británico. Además, tras fijar precios competitivos se ofrecen determinadas promociones especiales para abrir el apetito por una prueba que, con suerte, se traduzca en fidelidad a la marca.

A través de esta iniciativa se buscarán socios de distribución especializados en Reino Unido y al mismo tiempo se implementarán estrategias de promoción en medios especializados así como eventos gastronómicos.

3. Abstract

This study presents a detailed strategic plan to position Colombian fine cacao in the UK market. An exhaustive analysis of the British market has been conducted, considering PESTEL factors specific to the cocoa sector. The proposed export plan includes marketing, distribution, and pricing strategies tailored to British market preferences and trends. Potential challenges, such as competition and health and environmental regulations, are discussed, along with proposed strategies to mitigate them. This plan aims to increase the presence and acceptance of Colombian fine cacao in the UK market, thereby contributing to the growth of the Colombian cocoa industry and the strengthening of trade relations between both countries.

4. Palabras claves

Cacao fino de Colombia, exportación, Reino Unido, estrategia de posicionamiento, mercado británico, producto premium, promoción, marketing, distribución consumidores conscientes.

5. Keywords

Fine cocoa from Colombia, export, United Kingdom, positioning strategy, British market, premium product, promotion, marketing, distribution conscious consumers.

6. Introducción

El cacao fino colombiano ha surgido como un tesoro de la culinaria en el mercado internacional, destacándose por su sabor excepcional e inigualable; su herencia cultural arraigada en las regiones cacaoteras del país. En medio de este contexto, surge la oportunidad de potenciar la exportación de cacao fino colombiano al Reino Unido, un mercado en crecimiento con una demanda cada vez mayor de productos premium y de alta calidad. Esta investigación tiene como objetivo desarrollar una estrategia integral de exportación y posicionamiento internacional para el cacao fino de Colombia en el mercado británico.

Una visión general del mercado del Reino Unido: a través de él, se identifican tendencias importantes, opciones y oportunidades de consumo que guiarán la estrategia de comercialización del cacao fino colombiano. Esto tiene como objetivo la comercialización exitosa del producto. Analizamos diferentes segmentos de mercado, desde mercados minoristas hasta restaurantes elegantes y maestros culinarios, para poder diseñar estrategias específicas que no solo satisfagan, sino que superen sus necesidades y expectativas. Nuestra estrategia de posicionamiento enfatizará la exquisita calidad y rica diversidad del cacao fino colombiano, resaltando sus inigualables notas de sabor junto con cualidades premium que lo diferencian de los demás. Se considera la obtención de certificaciones de calidad y sostenibilidad como medio de diferenciación del producto en el mercado británico.

En última instancia, esta investigación tiene como objetivo no solo impulsar la exportación de cacao fino de Colombia al Reino Unido, sino también posicionarlo como un producto premium y exclusivo, capaz de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores británicos que valoran la calidad, la autenticidad y la excelencia en sus alimentos.

7. Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 Análisis Pestel.....	24
Ilustración 2 <i>Matriz FODA</i>	24
Ilustración 3 Cinco fuerzas de Porter.....	25
Ilustración 4 Cronograma de Gantt.....	32

8. Cuerpo del Trabajo

8.1 Planteamiento del problema o necesidad

A pesar del creciente interés en productos de cacao fino y chocolate de alta calidad en el Reino Unido, los consumidores presentan dificultades para acceder a una variedad amplia y auténtica de estos productos. Muchas marcas disponibles en el mercado inglés no ofrecen transparencia y calidad en cuanto a la procedencia de los granos de cacao utilizados, ni garantías sobre prácticas de sostenibilidad durante su producción.

La oferta limitada y poca información hace que los consumidores tengan dificultad a la hora de tomar decisiones informadas y disfruten plenamente de la experiencia de consumir cacao fino.

8.1.2 Impacto en el consumidor

Los consumidores británicos interesados en productos de cacao fino se enfrentan a barreras para encontrar productos auténticos, de procedencia y de calidad, lo que en consecuencia es un limitante para acceder y tener la capacidad de disfrutar plenamente los beneficios y sabores únicos que ofrece el cacao fino. Además, la falta de transparencia en la cadena de suministro, la ausencia de tratados comerciales entre países genera obstáculos que limitan el acceso de elección variada del cacao, haciendo forzosa la adquisición de cacao local, lo que además puede generar desconfianza y escepticismo entre los consumidores especialmente de aquellos preocupados por la sostenibilidad ambiental y la ética en la producción de alimentos, lo cual hace que su interés de adquisición y consumo por el cacao fino, se desvanezca.

8.1.3 Impacto en la Industria

El difícil acceso del cacao puro en países del Reino Unido representa una oportunidad y un mercado desaprovechado para las marcas de cacao fino y chocolate de alta calidad, que podrían fácilmente ampliar su mercado y fidelizar los diferentes clientes potenciales en el Reino Unido. Resaltando además la falta de acceso a productos auténticos y de calidad lo que contribuye a mantener una percepción negativa del cacao, percibiendo como un producto genérico y poco diferenciado de sus diferentes perfiles que ofrecen variedades y buen sabor.

8.2 Justificación

La investigación tiene como objetivo crear un esquema general de las diferentes tácticas utilizadas para establecer un negocio en el Reino Unido importando cacao fino de Colombia.

El cacao de aroma o sabor fino, denominado cacao fino, se ha convertido en una parte importante de las exportaciones colombianas en los últimos tres años al alcanzar cerca de \$131,1 millones en ventas de cacao para 2021. La ICCO reconoció al cacao colombiano como “Fino en sabor y aroma”. lo que los colocó significativamente en el mapa dentro del comercio mundial del cacao. El cacao fino, también conocido como cacao de aroma o de sabor fino, ha adquirido un gran protagonismo en las exportaciones colombianas en los últimos tres años.

Colombia cuenta con un vasto territorio propicio para los cultivos, así como un clima idóneo para el cultivo, producción y recolección del cacao. Colombia cuenta con una tierra extensa que es ideal para cultivos y, junto con un clima más favorable para el cultivo, la producción y la cosecha de cacao.

8.3 Objetivos

Objetivo General

Construir una presencia comercial sólida en el mercado británico para el cacao fino colombiano con una participación significativa en el mercado a un 45% en los 10 próximos años

Objetivos Específicos

- Garantizar que el cacao fino exportado desde Colombia cumpla con los estándares de calidad, transparencia y sostenibilidad exigidos.
- Posicionar el sello colombiano de cacao fino en el Reino Unido como una opción premium y de alta calidad en el mercado.
- Fortalecer las relaciones internacionales entre ambos países para así diversificar productos colombianos dentro del país británico y ampliar la gama de productos.

8.4

Marco Teórico

Teorías de Administración

Teoría de la Administración Científica de Taylor

Según Los Principios de la Administración Científica (1911), donde plantea el análisis y la mejora de las tareas individuales a través de un análisis del trabajo donde su objetivo se basa en la descomposición de este por tareas simples y cronometradas donde a través de la motivación los trabajadores para que logren cumplirlas en un lapso de tiempo. A través de la observación consigue dominar la gestión laboral, uno de los principales desafíos no solo en la industria manufacturera del siglo XX, sino que también logra convertirla en una disciplina para millones de industrias.

Es importante señalar que Frederick Taylor (1856-1915) con su teoría se enfocó en buscar el aumento de la producción y de la productividad, así mismo se plantea lograr una

optimización del proceso que se asume en la creación y producción del cacao fino en Colombia, creando prácticas eficientes durante la cosecha que permita que el proceso de plantación, fermentación y procesamiento sea a través de un proceso estándar, puro y transparente que garantice la calidad y consistencia del producto colombiano, donde los lapsos de tiempo de cosechas se reducen, y la productividad y producción mejoren notablemente. (Carro & Caló, 2012)

Teoría de la Burocracia de Weber

La importancia de la jerarquía para la división del trabajo y los procedimientos formales, según Max Weber (1864-1920) las cualidades del personal administrativo son fundamentales para lograr alcanzar el máximo la máxima eficiencia de la empresa según la teoría de la burocracia en su obra *Economía y sociedad* (1909).

En el contexto del Cacao fino, la estructura organizativa de una plantación se fundamenta en un sistema burocrático diseñado para aumentar la eficiencia y la productividad. Se pretende la instauración de normas y procesos definidos, una distribución precisa de las responsabilidades laborales y una jerarquía de mando claramente establecida que permitirá comprender cómo se estructuran y operan las organizaciones que también se dedican al sector agrónomo del cacao, con el objetivo de lograr una mayor eficiencia y productividad. (Reyes, 2020)

Teoría del Enfoque de Sistemas de Bertalanffy

Fundamentos, Desarrollo, Aplicaciones (1968). Donde propone una disciplina en la que se estudia y se comprenden los sistemas en diversos casos, como la biología hasta la sociología, la psicología, ingeniería y la administración; teoría que se volvió fundamental para lograr comprender cómo funcionan los sistemas y se interrelacionan en los diferentes contextos proporcionando herramientas conceptuales importantes para abordar retos contemporáneos en múltiples áreas del conocimiento. Con esta idea, comprendemos que se puede mejorar notablemente las interacciones entre los diferentes actores de la cadena de suministro que

infiere en la producción del cacao, logrando que estos puedan entrar en sintonía desde los agricultores hasta los exportadores, reduciendo tiempos y costos por errores en la comunicación, viéndose reflejado en la calidad del producto final. (Bertalanffy, 1968)

Teoría de la Contingencia de Lawrence y Lorsch

La estructura más adecuada para una organización radica en el orden, en la manera en cómo estas funcionan en un entorno determinado, es por eso que la teoría de (Lorsch, 1968) nos plantea que aquellas organizaciones que se adaptan y se ordenan de modo pueden abarcar las exigencias de la demanda tienden a ser más eficaces. "(...) hemos intentado traer a la luz nuevos enfoques basados en una investigación al que temporalmente tendrá el nombre de teoría contingente de la organización" (Lawrence & Lorsch, 1967), título que se quedó definitivamente.

La teoría contingente de la organización propone que no hay muchísimas formas de organizar una empresa, sino, que la organización se adapte a las circunstancias que específicamente exige el entorno.

Según las condiciones de demanda, de mercado internacional y de las regulaciones de gobierno, poder adaptar esta estrategia que visualiza poder llevar el cacao fino para países del Reino Unido, y ser conscientes de que cada paso no es un obstáculo, sino una estrategia que va a permitir adaptar no solo a la empresa, sino también al producto, haciendo posible que cada vez haya menos exigencias mercantiles que se conviertan en adversidad, sino oportunidades de crecimiento y de negocio. (Zapata Rotundo, 2014)

Teoría del Aprendizaje Organizacional de Argyris y Schön

Las organizaciones aprenden y desarrollan habilidades para mejorar su desempeño, esto basándonos en (Argyris & Schön, 1978)

"Considerar el aprendizaje en función de detección y corrección de errores en las organizaciones" según (Cortes Ramírez & Pérez Zapata, 2008)

Se pretende identificar los objetivos de aprendizaje estableciendo metas claras para el plan de exportación de cacao fino desde Colombia a Reino Unido, con el fin de aumentar la cantidad de cacao colombiano exportado o bien, mejorar la calidad del producto haciendo una recolección de datos sobre el mercado internacional de cacao, las tendencias del sector y las mejores prácticas que han funcionado en cuanto a la exportación de cacao, evaluando los resultados con el fin de identificar fortalezas y debilidades para poder así crear un plan de acción característico de fortalezas y que pueda corregir los errores de exportaciones pasadas para ampliar el paso de negociaciones nuevas basadas en el aprendizaje organizacional adquirido a través de una combinación de tiempo y análisis.

Teorías de Mercadeo aplicables al producto de cacao fino colombiano

Para el desarrollo de una estrategia efectiva de exportación de cacao fino colombiana, es necesario la integración de diversas teorías y conceptos fundamentales del marketing y el comportamiento del consumidor y la diferenciación de productos. En este sentido, la teoría del Marketing Mix, también conocida como las 4P del marketing, se convierte en un pilar fundamental. Según (Vallet & Frasquet, 2005), el Marketing Mix se define como el conjunto de variables controlables o a disposición del gerente de marketing que tienen como objetivo producir, alcanzar o influir en la respuesta deseada del mercado objetivo. Para el caso del cacao fino colombiano, esto implica desarrollar estrategias relacionadas con el Producto (calidad y presentación), Precio (competitivo o premium), Plaza (canales de distribución) y Promoción (destacando los atributos únicos del cacao colombiano).

Para comprender mejor el público objetivo y diseñar una estrategia de exportación efectiva, nos apoyamos en la teoría de segmentación de mercados de (Kotler & Gary, 2013). Esta teoría subraya la importancia de que los segmentos de mercado sean medibles, accesibles, sustanciales y diferenciales. Al aplicar estos parámetros al mercado del cacao fino,

podemos identificar los segmentos que cumplen con estos criterios y adaptar los productos derivados del cacao a sus necesidades específicas.

Además, es crucial tener en cuenta la teoría del comportamiento del consumidor. Conocer más allá de los datos básicos del nuevo mercado nos permite comprender cómo influyen los factores externos, como la cultura y las costumbres, en la decisión de compra. Según (Gonzales Sulla, 2021) los factores culturales, como las normas, costumbres y creencias aprendidas en sociedad, juegan un papel determinante en el comportamiento del consumidor. Por lo tanto, es esencial comprender estos comportamientos para adaptar nuestras estrategias de marketing y comerciales, generando así una conexión más profunda con el público objetivo y obteniendo una buena recepción en el mercado internacional.

Como otra gran ventaja que posee nuestro producto es que cuenta con diferentes características que lo hacen particular y lo convierten en una muy buena opción para la aplicación de la Teoría de Diferenciación del Producto. Lancaster y Helpman abordan este enfoque a partir de la perspectiva de (Lancaster & Helpman, 1979), el cual sostiene que los consumidores poseen una variedad favorita consistente en una combinación de las características más deseables. En el caso del cacao fino colombiano, estas características pueden incluir su aroma único, su perfil de sabor distintivo y su calidad superior, que lo diferencian de otros tipos de cacao disponibles en el mercado internacional. Al aplicar la Teoría de Diferenciación del Producto, podemos resaltar estas características únicas y posicionarnos de manera favorable en los mercados internacionales, ofreciendo a los consumidores una opción diferenciada y de alta calidad que satisfaga sus necesidades y preferencias específicas.

8.5 Diagnóstico

8.5.1 Descripción del Producto o Servicio

El cacao fino, es una denominación de cacao a la cual se le otorga a granos de ciertos tipos de cacao que llegan a ciertas notas herbales y florales entre sus sabores. En Colombia casi la totalidad del cacao que se produce cuenta este reconocimiento volviéndolo uno de los países más atractivos para la exportación de este tipo de cacao.

Para determinar la calidad del cacao, se analizan las cualidades físicas y químicas hacen que se el cacao colombiano se generen sesiones y experiencias únicas que lo convierten un grano superior al cacao corriente. El cacao fino y de aroma es proveniente de los clones criollos y trinitarios que en los últimos años se han implementado en Colombia.

Otras de las ventajas con las que cuenta Colombia en el rubro de la exportación de cacao y es la gran cantidad de hectáreas con la que cuenta para el cultivo, lo que abre las posibilidades para que más de las 25.000 familias productoras del cacao fino actualmente expandan su producción para comenzar las exportaciones a los diferentes países de Europa, que actualmente son los mayores importadores del Cacao.

Dentro de los principales formatos de exportación del cacao fino se encuentra el cacao en granos secos, en este tipo de formato se utilizan las semillas secas de la planta para la creación de derivados del cacao como lo son la manteca o el cacao en polvo.

Otro de los formatos que se obtiene es la pasta de cacao, este es un producto que se obtiene al moler los granos y luego fundirlos para crear tabletas en diferentes tamaños y proporciones que se utilizarán en la industria de la Confeitería o repostería en este tipo de formatos también se obtiene el chocolate que aparte de que no siempre es elaborado en su totalidad por cacao fino, en Colombia se puede elaborar en un 100% de cacao fino.

Otro de los formatos más utilizados para la exportación de cacao fino es la Manteca de cacao, este es un subproducto de la extracción de la pasta del cacao y se utiliza principalmente en la industria cosmética y farmacéutica.

Para nuestro proceso de exportación nos enfocaremos en estos tres formatos para exportar, de forma que podamos comenzar con mercados sólidos y ya establecidos.

8.5.2 Descripción del país a exportar

Se plantea la exportación de Cacao Fino en el Reino Unido.

Reino Unido, es una de las principales economías de la Unión Europea y a su vez, uno de los países con una población muy alta. Cuenta con gran participación en el comercio internacional, abarcando un 68,9% (Organización Mundial del Comercio (OMC) últimos datos disponibles, adicionalmente, ocupa el segundo lugar en términos de consumo en el mundo.

El mercado del Reino Unido es uno de los más amplios, con gran potencial de exploración y explotación, se divide en cuatro regiones compuestas por Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia y Gales. Cada uno con ejes económicamente poderosos; por ejemplo, como Londres y Midlands, en Inglaterra. Sus habitantes priorizan el consumo de pescado y mariscos, frutas y verduras orgánicas, y priorizan la producción de la papa, tomate, lechuga, repollo, trigo, cebada y los cultivos protegidos.

Durante años, se ha evaluado el perfil en Reino Unido, y se llegaba a la conclusión de ser un país exclusivamente consumidor del té. Un estudio realizado por Nespresso en Reino Unido logró evidenciar que “60% de los súbditos prefiere pedir una taza de café que una de té al reunirse con sus amigos, lo cual da cuenta de un cambio de costumbres en las bebidas que se consumen al socializar.” (Artusi, 2012)

Teniendo en cuenta el éxito del café por encima del té en ingleses, y todo lo anteriormente mencionado, pasamos a hablar ahora entre las similitudes entre el café y el cacao; y es que ambos tienen el propósito de estimular, al igual que el té. Cafeína para el café;

teobromina para el cacao, contienen cantidades considerables de antioxidantes y ambos (al igual que el té) ayudan a conservar la capacidad cognitiva de nuestro cerebro.

Reino Unido en el año 2022, importó alrededor de \$133M en Granos de cacao, convirtiéndose en el importador número 13 de Granos de cacao en el mundo. En el mismo año, los granos de cacao fueron el producto número 532 más importado en Reino Unido.” (OEC, 2022) Para el consumidor británico cada vez más es fundamental el impacto ambiental de sus productos y la consciencia de las marcas que utilizan. Colombia se ha enfocado en cautivar los diferentes nichos de mercados con cacao real y de calidad.

No obstante, alrededor del mundo podemos encontrar diversas presentaciones de cacao y de productos que no son propiamente pertenecientes al cultivo de cacao puro. Es por eso que en Colombia cada vez toma más fuerza y viabilidad la cultivación y exportación propia de cacao puro.

Cultural y característicamente, Reino Unido presenta un perfil de cliente potencial para generar una propuesta de exportación desde Colombia hacia los países de la Unión Europea, ambos países cuentan con estrechas relaciones y tratados comerciales que les beneficia a ambos. Uno de los sectores más beneficiados de ambas economías gracias a estas uniones es el sector agrícola. Según las (TLC, 2019) se afirma que “En el año 2019, los exportadores nacionales vendieron a ese destino en estos bienes US\$ 309 millones, que representan el 66 % de las ventas totales a ese país y el 14,3 % de las exportaciones agrícolas a toda la Unión Europea”.

Adicionalmente, el acuerdo entre estos cuenta con preferencias arancelarias actuales principalmente para productos agrícolas e industriales y esperan seguirse aplicando como desde el principio se acordó en acuerdos con la Unión Europea.

8.6 Propuesta del Plan Exportador

Se plantea construir una propuesta para potenciar la exportación de Cacao fino en el Reino Unido teniendo en cuenta que el mercado de cacao en el reino británico está en crecimiento, con una demanda creciente de productos premium y de alta calidad, también resaltando la disponibilidad de proveedores que podrían ser piezas clave para la introducción de cacao fino colombiano y de alta calidad y aprovechando la oportunidad de saber que la oferta de cacao fino es limitada.

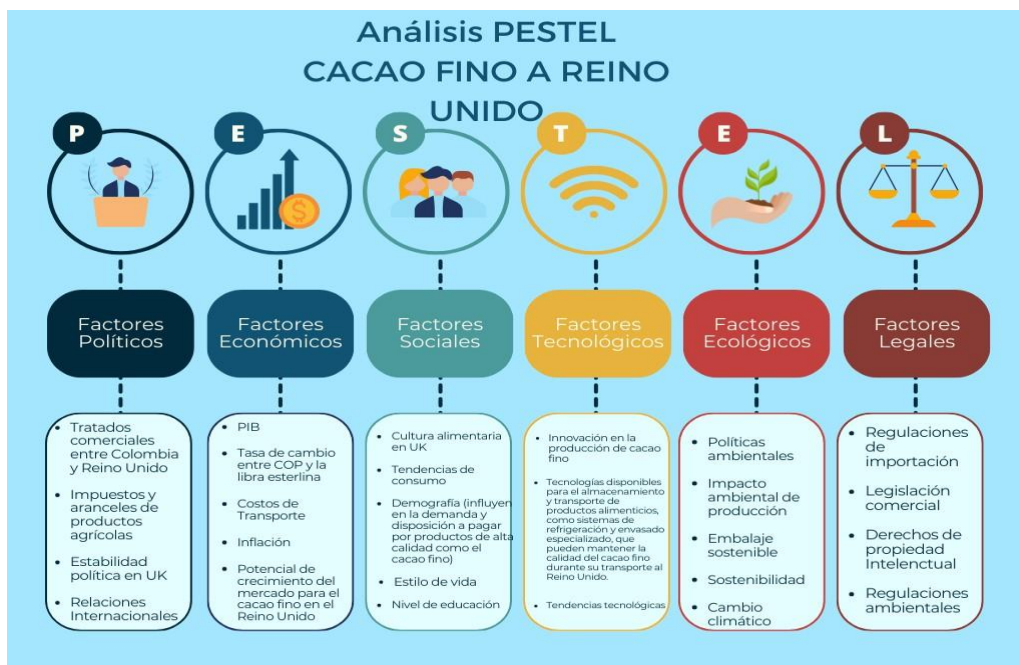
Es importante crear diferentes estrategias en los principales canales de distribución donde se incluyan tiendas especializadas, minoristas de alimentos saludables y cadenas de supermercados premium, enfocándonos en consumidores conscientes de la calidad y chefs profesionales que se dedican a buscar ingredientes de alta calidad para sus productos. Nuestro cacao fino se distingue por su origen colombiano y su sabor excepcional, siendo resultado de un minucioso proceso de cultivo y fermentación cuidadosamente controlado.

Se propone potenciar su relevancia en ferias comerciales de alimentos gourmet y utilizaremos las redes sociales y publicidad en línea para dar a conocer nuestro producto, pero enfocándonos principalmente en un público exclusivo con tendencias donde su enfoque no es principalmente las redes sociales, basándonos en los gustos clásicos que generalmente suelen disfrutar, conteniendo precios competitivos basados en la calidad y exclusividad de nuestro cacao fino 100% colombiano.

Esto debe ir acompañado de la implementación de un sistema de seguimiento de indicadores clave de desempeño para evaluar el éxito de la propuesta exportadora en el Reino Unido y realizar ajustes según sea necesario.

8.6.1 Aplicación de matrices

Ilustración 1
Análisis Pestel



Fuente: Creación propia de las autoras

Ilustración 2
Matriz FODA



Fuente: Creación propia de las autoras

Ilustración 3
Cinco fuerzas de Porter



Fuente: Creación propia de las autoras

8.6.2. Segmentación (Psicográfica, Demográfica, Beneficios, Edad y Nivel de vida)

Para realizar esta segmentación de mercados tendremos en cuenta los diferentes públicos que queremos impactar y que mencionamos anteriormente en el planteamiento de la ruta exportadora. Es importante tener en cuenta que estos públicos objetivos son un acercamiento inicial para el posicionamiento de la marca y la activación del producto en Reino Unido.

Mercados minoristas

Segmentación Psicográfica

Son consumidores que tienen una tendencia a valorar la calidad, los productos exclusivos y de alta gama, en donde la gran mayoría ya ha tenido acercamiento o ha probado el cacao fino.

Son personas que tienen un gran interés en la historia y el proceso detrás de los productos que consumen, así como también tienen un interés en Colombia, su cultura y sus productos.

Segmentación Demográfica

Son adultos de entre 25 y 55 años, con un mayor porcentaje de hombres que mujeres, con un nivel socioeconómico medio-alto o alto.

Estas personas suelen estar ubicadas en el centro y en las grandes ciudades de Reino Unido como Londres, Birmingham y Liverpool.

Beneficios

Este público objetivo les gusta los productos de alta gama y exclusividad, así como también valoran la historia y el proceso del producto, por lo tanto, están dispuestos a pagar más.

Edad

Principalmente adultos jóvenes y de mediana edad.

Nivel de Vida

Se caracterizan por tener un estilo de vida muy ciudadano, sofisticado y elegante. Les gusta disfrutar los diferentes lugares y sitio exclusivos de Reino Unido, lo que significa que tienen la capacidad adquisitiva para adquirir productos premium y de alta gama.

Restaurantes Exclusivos***Segmentación Psicográfica***

Sus clientes que buscan experiencias culinarias únicas y de alta calidad, valoran la innovación y la autenticidad en la gastronomía con ingredientes nuevos.

Segmentación Demográficas:

Son adultos de 30 años en adelante, tanto hombres como mujeres, nivel socioeconómico medio-alto o alto. Los cuáles viven en lugares campestres apartados del centro de Reino Unido.

Beneficios

Buscan ingredientes premium y de alta calidad para sus platos. Así como en el público anterior, estos clientes están dispuestos a pagar precios altos. Valoran más la procedencia y el sabor original de los productos sobre la cantidad de la comida

Edad

Principalmente adultos de mediana edad y mayores.

Nivel de Vida

Estilo de vida lujoso y refinado, con capacidad para invertir en ingredientes de alta gama para sus establecimientos. Son restaurantes que están ubicados en zonas rosas y de alto estatus en Reino Unido.

Chefs Profesionales

Segmentación Psicográfica

Chefs apasionados por la gastronomía que buscan ingredientes de calidad superior para sus creaciones culinarias. Interesados en explorar nuevos sabores y experiencias gastronómicas.

Segmentación Demográfica

Suelen ser adultos jóvenes de 22 a 35 años, mayormente hombres. Ubicados en las principales ciudades de Reino Unido, con un nivel socioeconómico alto.

Beneficios

Buscan ingredientes auténticos y de alta calidad para destacar en sus platos. Valoran la procedencia y el sabor excepcional de los productos.

Están dispuestos a pagar un precio premium por ingredientes que mejoren la calidad de sus platos y les permitan destacarse en su industria.

Edad

Principalmente adultos jóvenes y de mediana edad.

Nivel de Vida

Estilo de vida profesional, exigente, en búsqueda de innovación y nuevas técnicas culinarias, así como de probar ingredientes de diferentes productos. Con capacidad para invertir en ingredientes premium que mejoren la calidad de sus recetas.

8.6.3. Mezcla de mercadeo

Para posicionar el cacao fino de Colombia en el mercado del Reino Unido, se plantea implementar una estrategia de mezcla de mercadeo que incluya el poder destacar la calidad y diversidad del cacao fino colombiano, resaltando su sabor único y sus características premium, considerando la posibilidad de obtener certificaciones de calidad y sostenibilidad para diferenciar nuestro producto en el mercado británico.

Establecer precios competitivos que reflejen el valor y la calidad del cacao fino colombiano, pero que también sean atractivos para los consumidores británicos, siendo lo más estratégicos posibles ofreciendo descuentos o promociones especiales para fomentar la prueba y la lealtad a la marca.

Buscar socios de distribución en el Reino Unido que tengan experiencia en la importación de productos alimenticios de calidad y que tengan acceso a los canales de distribución adecuados, como restaurantes gourmet, tiendas a las que tengas acceso nuestro públicos minoristas y chefs profesionales, utilizando estrategias de promoción por los diferentes medios tradicionales y digitales que destaquen las cualidades únicas del cacao fino colombiano, como su origen sostenible, su perfil de sabor y sus aplicaciones culinarias, siendo recursivos y mediáticos a la hora de utilizar publicidad en medios especializados, que nos permita la participación en ferias y eventos gastronómicos, y colaboraciones con chefs y expertos en chocolate.

Nuestra mezcla de marketing pretende posicionar el cacao fino de Colombia como un producto premium y totalmente exclusivo, dirigido a consumidores que valoran la calidad y la autenticidad en sus alimentos, destacando los aspectos culturales y de tradición detrás del cacao colombiano para conectar emocionalmente con los consumidores británicos que tienen tendencias al té o al café en su lugar.

Buscando también garantizar un proceso de importación y distribución eficiente y confiable, para asegurar que el cacao fino llegue en óptimas condiciones a los consumidores finales en el Reino Unido.

8.6.4. Estrategias y tácticas (Competitivas de posicionamiento, Crecimiento y diferenciación)

Diferenciación a través de Certificaciones de Calidad y Sostenibilidad:

Estrategia

Obtener certificaciones reconocidas de calidad y sostenibilidad para diferenciar el cacao fino colombiano en el mercado británico.

Tácticas

Obtener certificaciones orgánicas y de comercio justo que demuestran el compromiso con prácticas sostenibles y éticas.

Destacar estas certificaciones en el empaque y la promoción del producto para resaltar su calidad y autenticidad.

Precio Competitivo y Promociones Especiales

Estrategia

Establecer precios competitivos que reflejen la calidad del producto y ofrecer promociones especiales para incentivar la prueba y la lealtad a la marca.

Tácticas

Realizar análisis de precios en el mercado británico para garantizar que los precios sean atractivos en comparación con productos similares.

Ofrecer descuentos por volumen de compra o promociones especiales durante eventos gastronómicos o temporadas festivas para estimular la demanda.

Alianzas Estratégicas con Distribuidores Especializados

Estrategia

Buscar socios de distribución con experiencia en la importación de productos alimenticios de calidad en el Reino Unido.

Tácticas

Identificar distribuidores que tengan acceso a los canales de distribución adecuados, como tiendas gourmet, restaurantes exclusivos y chefs profesionales.

Establecer relaciones sólidas con estos distribuidores y brindarles apoyo en la promoción y comercialización del producto.

Promoción en Medios Especializados y Eventos Gastronómicos

Estrategia

Utilizar estrategias de promoción en medios tradicionales y digitales para destacar las cualidades únicas del cacao fino colombiano.

Tácticas

Participar en ferias y eventos gastronómicos tanto en el Reino Unido como en Colombia para aumentar la visibilidad del producto.

Colaborar con chefs y expertos en chocolate para crear contenido de calidad que resalte las aplicaciones culinarias del cacao fino colombiano.

Enfoque en el Consumidor que Valora la Calidad y Autenticidad

Estrategia

Posicionar el cacao fino colombiano como un producto premium dirigido a consumidores que valoran la calidad y la autenticidad en sus alimentos.

Tácticas:

Crear campañas de marketing que resalten los aspectos culturales y de tradición detrás del cacao colombiano para conectar emocionalmente con los consumidores británicos.

Utilizar mensajes que enfatizan la exclusividad del producto y su origen colombiano en la comunicación con los consumidores.

Cronograma

Ilustración 4

Cronograma de Gantt

ACTIVIDADES	Responsable	Indicadores	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09
Investigación de mercado, análisis de viabilidad y la demanda de cacao fino colombiano en el Reino Unido.	ÁREA COMERCIAL Y DE MERCADEO	100% de la investigación y el análisis realizado	■								
Evaluar los requisitos legales y regulatorios para la exportación de alimentos al Reino Unido.		Evaluación aplicada	■								
Crear una estrategia con base a la investigación realizada, que permita generar acción inmediata.		100% de la estrategia realizada y creada	■								
Investigar los estándares de calidad, transparencia y sostenibilidad requeridos por el mercado del Reino Unido.	ÁREA PROCESOS Y DE CALIDAD	100% de la investigación realizada, con los estándares de calidad			■						
Obtener certificaciones reconocidas que validen la calidad, la transparencia y la sostenibilidad de los productos de cacao.		Obtención de 3 certificaciones de calidad		■	■						
Registrar y documentar las prácticas agrícolas, el uso de insumos y cualquier otra actividad relacionada con la producción de cacao fino.		Registro, revisión y seguimiento semanal de los insumos y la cadena de suministros			■	■	■	■	■	■	■
Supervisar la cadena de suministro para garantizar que se cumplan los estándares de calidad y sostenibilidad en cada etapa.											
Analizar la competencia existente en el Reino Unido y entender cómo están posicionando sus productos de cacao.	ÁREA DE MERCADEO Y NUEVOS NEGOCIOS	100% del análisis de la competencia		■							
Planificar la participación en estos eventos para mostrar el producto, establecer contactos con potenciales compradores y generar interés en la marca.		Creación del cronograma semestral de eventos			■				■		
Generar alianzas estratégicas con empresas y restaurantes para promocionar el producto elaborado por los agricultores locales		5 alianzas estratégicas por año		■				■			■
Desarrollar estrategias de marketing y promoción para destacar los productos colombianos en el mercado británico.	ÁREA DE MARKETING Y COMUNICACIONES	100% de la estrategia creada y aplicada						■	■		
Monitorear el progreso de las relaciones comerciales entre Colombia y el Reino Unido, así como el desempeño de los productos colombianos en el mercado británico.	ÁREA COMERCIAL	Monitoreo mensual del avance de las relaciones comerciales	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Evaluar regularmente el impacto de las estrategias implementadas y realizar ajustes según sea necesario para mejorar los resultados.		Evaluación mensual aplicada del impacto y estrategias		■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente: Creación propia de las autoras

9. Conclusiones

El análisis del mercado de Reino Unido nos abre una ventana para introducir el cacao fino desde Colombia para la exportación. Esto debido a su demanda de productos premium y de alta calidad, como un tesoro culinario con un potencial significativo en el mercado internacional.

Sin duda, la calidad excepcional y la herencia cultural del cacao fino de Colombia lo posicionan como un producto de alto valor en el mercado británico. Su distintivo sabor y origen sostenible son atributos clave que captan la atención y el interés de los consumidores conscientes de la calidad.

La estrategia de posicionamiento se revela como un pilar fundamental para diferenciar el cacao fino colombiano en el mercado británico destacando sus cualidades únicas y su origen colombiano. La colaboración estratégica con socios de distribución especializados y expertos en gastronomía fortalece su presencia y reconocimiento en el mercado.

Dentro de las recomendaciones que podemos observar para llevar a cabo toda esta estrategia de exportación y posicionamiento del Cacao Fino Colombiano son:

1. Continuar Investigando el Mercado: Al ser un producto que cuenta con nichos específicos es importante mantenerse actualizado de las tendencias y los cambios en los hábitos del consumidor para mantener la relevancia y el posicionamiento del producto.

2. Expandir las Alianzas Estratégicas: Las alianzas son unas de las claves fundamentales para ampliar los diferentes segmentos de mercado que se tienen en Reino Unido, así como también será necesario fortalecer las diferentes relaciones comerciales que se obtengan al ingresar al mercado.

3. Fortalecer el posicionamiento del producto por medios digitales: Aprovechar al máximo las redes sociales y otras plataformas en línea para aumentar la visibilidad del cacao fino colombiano entre los consumidores británicos, ofreciendo contenido atractivo y relevante que destaque sus cualidades únicas.

4. Mantener el Enfoque en la Calidad y Autenticidad: Seguir destacando los aspectos distintivos del cacao fino colombiano, como su origen sostenible y su sabor excepcional, brindando experiencias únicas desde el empaque en que se entrega hasta la calidad y el sabor del producto.

5. Evaluar Constantemente el Desempeño: Implementar un sistema de seguimiento de indicadores clave de desempeño para evaluar el éxito de la estrategia de exportación y realizar ajustes cuando sea necesario para optimizar los resultados y garantizar un crecimiento sostenible en el mercado británico. Con estas recomendaciones consideramos que es viable realizar la ruta y las diferentes estrategias de exportación planteadas

10. Bibliografía

- Argyris, & Schön. (1978). *La Teoría del Aprendizaje Organizacional*.
- Artusi, N. (14 de Agosto de 2012). *Sommelier de Café*. Obtenido de <https://www.sommelierdecafe.com/?p=6931>
- Bertalanffy, L. v. (1968). *General System Theory; Foundations, Developments, Applications*. New York: George Braziller Inc.
- Carro, F. D., & Caló, A. (2012). *LA ADMINISTRACIÓN CIENTÍFICA DE FREDERICK W. TAYLOR: UNA LECTURA CONTEXTUALIZADA*. La Plata.
- Cortes Ramírez, J. A., & Pérez Zapata, J. (2008). *El aprendizaje organizacional: Reflexión desde la investigación aplicada en el grupo de estudios empresariales*. Cali, Colombia: Cuadernos de Administración, núm. 39.
- Gonzales Sullá, A. E. (2021). *Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. El nuevo camino del consumidor*. Lima: Saga Falabella S.A.
- Kotler, P., & Gary, A. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Lancaster, & Helpman. (1979). *Teoría de Diferenciación del Producto*.
- Lawrence, & Lorsch. (1967). En *Teoría de la Contingencia* (págs. 202-203).
- Lorsh, L. &. (1968). *Teoría de la Contingencia*.
- OECD. (2022). *Observatorio de Complejidad Económica*. Obtenido de <https://oec.world/es>
- OMC. (s.f.). *Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/data_pub_s.htm
- Reyes, V. (2020). *Vigencia de la Teoría Burocrática de Max Weber y su relación con la*. Quito.
- TLC. (15 de Mayo de 2019). *Tratados de Libre Comercio*. Obtenido de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/reino-unido>
- Vallet, & Frasquet. (2005). *VARIABLES DEL MARKETING-MIX*. p. 426.
- Zapata Rotundo, G. (2014). *EL DETERMINISMO EN LA TEORÍA CONTINGENTE: ORÍGENES DE SUS FUNDAMENTOS*. Santo Domingo, Republica Dominicana: Ciencia y Sociedad, vol. 39.