

**TRANSFORMACION SOSTENIBLE DE LA SEMILLA DEL CACAO A CHOCOLATE CON CALIDAD PARA
EXPORTACIÓN**

Elaborado por:

Jeimy Marcela Pérez Saldaña

Universidad Ean

Especialización Gerencia de Proyectos

Seminario de Investigación

Bogotá

01/08/2025

Contenido

1.	Planteamiento del Problema	5
2.	Antecedentes del problema.	5
3.	Descripción del problema.	5
4.	Pregunta de investigación.....	6
5.	Objetivos.....	8
5.1.	Objetivo general	8
5.2.	Objetivos específicos.....	8
6.	Conveniencia de la Investigación.....	8
7.	Marco Teórico.....	9
7.1.	Cacao orgánico	9
7.2.	Derivados del cacao	11
7.3.	Proceso de transformación	11
7.4.	Mercado colombiano de cacao.....	12
7.5.	Estudios de mercado de cacao orgánico	13
7.6.	Nichos de mercado.....	13
7.7.	Segmentación etaria	14
7.8.	Segmentación nacional	14
7.9.	Segmentación global	14
7.10.	Proceso de certificación en Colombia	15
7.11.	Proceso de certificación para exportación	16
7.12.	Agricultura orgánica en Colombia	17
7.13.	Implementación Branding	18
8.	Metodología	19
8.1.	Enfoque.....	19
8.2.	Diseño y alcance.....	19
8.3.	Definición de Variables	20
8.4.	Población objetivo.....	20
8.5.	Muestra	20
8.6.	Instrumento.....	21
9.	Técnicas de análisis de datos	22

10.	Análisis y discusión de los resultados.....	22
12.	Bibliografía.....	27

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1..... 10
Ilustración 2..... 15
Ilustración 3..... 17
Ilustración 4..... 17

Tabla 1..... 20
Tabla 2..... 21

1. Planteamiento del Problema

En el mercado hay gran oferta de productos que resultan ser poco saludables, además, de pagarse a bajo precio la semilla al agricultor.

2. Antecedentes del problema.

El cacao se desarrolla en gran medida bajo un sistema de producción campesina, es decir, el productor vive en la finca, trabaja en ella y deriva la mayor parte de su sustento de ella.

Según FEDECACAO, el cultivo de cacao se convierte en un cultivo de economía de subsistencia, del cual el agricultor percibe aproximadamente el 75% de su ingreso. El cultivo del cacao demanda gran cantidad de mano de obra, se estima que de esta actividad viven aproximadamente 35.000 familias.

FEDECACAO agremia a 15.885 productores, valor que permite tener un conocimiento aproximado del número de productores en el país.

De acuerdo con FEDECACAO, para el año 2010 en la industria de alimentos se encuentran 41 empresas productoras de chocolates de mesa, confites, etc., que demandan cacao en grano. La industria nacional demanda el grano de cacao para producir licor, pasta, manteca, polvo de cacao, chocolates y confites que contengan chocolate.

3. Descripción del problema.

En el contexto colombiano, el sector agrícola enfrenta una creciente problemática relacionada con la oferta de productos alimenticios procesados y poco saludables que dominan el mercado. Estos productos, a menudo ultra procesados, son distribuidos a precios bajos, lo que incentiva su consumo en lugar de alimentos frescos y nutritivos producidos localmente. Esta situación no solo afecta la salud de los consumidores, al fomentar hábitos alimenticios inadecuados, sino que también perjudica a los agricultores, quienes ven disminuida la demanda por sus productos frescos y naturales.

La competencia generada por los precios bajos de productos industrializados pone en desventaja a los productores rurales, limitando sus oportunidades de obtener ingresos justos por su trabajo. Esto contribuye al empobrecimiento del campo, a la desmotivación de la producción agroecológica y al abandono progresivo de las actividades agrícolas. A largo plazo, se compromete la sostenibilidad alimentaria del país y se profundiza la desigualdad entre las zonas urbanas y rurales.

En la actualidad, el mercado agroalimentario se caracteriza por una amplia oferta de productos procesados y cultivados bajo prácticas poco saludables, que priorizan la producción masiva y la reducción de costos sobre la calidad nutricional y el bienestar del consumidor. Estos productos, a menudo obtenidos mediante el uso excesivo de agroquímicos o procesos industriales, resultan atractivos por su bajo precio final, pero generan impactos negativos en la salud pública y en el medio ambiente.

Para los agricultores, especialmente los pequeños productores, esta situación representa un doble desafío: por un lado, la presión para competir con precios artificialmente bajos, lo que reduce sus márgenes de ganancia; y por otro, la dificultad de posicionar productos más saludables, cuya producción implica mayores costos y esfuerzos técnicos. Como consecuencia, se perpetúa un modelo de mercado que desincentiva las prácticas agrícolas sostenibles y vulnera la estabilidad económica de quienes apuestan por la calidad y la responsabilidad ambiental.

4. Pregunta de investigación

¿Cómo se puede incentivar la producción, transformación y el consumo de productos derivados de cacao saludables que garanticen precios justos para el agricultor incrementando el valor al transformar el producto, frente a la competencia de productos poco saludables y de bajo costo en el mercado?

El desafío planteado combina dos problemáticas interrelacionadas: la salud alimentaria y la sostenibilidad económica de los productores agrícolas. En muchos mercados, la proliferación de

alimentos ultra procesados y productos agrícolas obtenidos mediante prácticas intensivas y poco saludables ha generado una competencia desigual. Estos productos suelen venderse a precios bajos debido a economías de escala, subsidios no siempre equitativos o reducción de estándares de calidad, lo que dificulta que el consumidor perciba el valor de opciones más sanas.

Al mismo tiempo, los pequeños y medianos agricultores que apuestan por prácticas sostenibles y cultivos libres de agroquímicos enfrentan mayores costos de producción —por insumos, certificaciones, manejo orgánico o procesos de postcosecha— sin recibir necesariamente un pago acorde con el valor agregado de sus productos. Esto desincentiva la continuidad de métodos responsables y limita la capacidad del agricultor para competir.

La pregunta de investigación busca identificar mecanismos, políticas y estrategias que permitan incentivar tanto la producción como el consumo de productos agrícolas saludables, asegurando al mismo tiempo que el agricultor obtenga un precio justo por su trabajo. Esto podría incluir acciones como educación alimentaria al consumidor, certificaciones accesibles, cadenas de valor cortas, fortalecimiento de mercados locales, incentivos fiscales, subsidios focalizados, alianzas comerciales o campañas de visibilización.

En este sentido, la respuesta a esta pregunta es clave para avanzar hacia un sistema agroalimentario más equitativo, sostenible y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente en lo referente a hambre cero, salud y bienestar, producción responsable y reducción de desigualdades.

(X, 2021)

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Desarrollar un proceso de transformación de la semilla de cacao, utilizando granos seleccionados, para obtener un producto final tipo chocolate de alta calidad y con características saludables que respondan a las demandas del mercado.

5.2. Objetivos específicos

- Definir las características fundamentales del nuevo producto para que sea más competitivo
- Identificar nichos de mercado para el nuevo producto
- Proponer estrategias para ofertar en el mercado nacional e internacional el producto propuesto

6. Conveniencia de la Investigación

El estudio propuesto es conveniente porque aborda simultáneamente problemas de salud pública, sostenibilidad ambiental y justicia económica en el sector agrícola. Actualmente, la preferencia de mercado hacia productos poco saludables y de bajo costo genera un círculo vicioso: los consumidores acceden a alimentos de menor calidad nutricional, mientras los agricultores que producen de manera responsable enfrentan dificultades para sostener su actividad por la competencia desleal en precios. (G., 2024)

Investigar cómo incentivar la producción y el consumo de alimentos agrícolas saludables permitirá identificar estrategias que fortalezcan la competitividad de los productores responsables y promuevan hábitos alimenticios más beneficiosos para la población. Además, los resultados pueden servir de base para políticas públicas, programas de apoyo al agricultor y campañas de educación alimentaria, lo que impactará positivamente en el bienestar social y económico de las comunidades rurales y urbanas.

En un contexto global donde aumenta la preocupación por la salud, la seguridad alimentaria y la sostenibilidad, esta investigación no solo es pertinente, sino también oportuna, ya que puede contribuir

a la transición hacia sistemas agroalimentarios más justos, resilientes y alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (Marangely Rodríguez, 2016)

7. Marco Teórico

7.1. Cacao orgánico

Semilla producida por el agricultor sin uso de insumos químicos para su desarrollo, tales como fertilizantes sintéticos, herbicidas, etc; por el contrario, se incluyen buenas prácticas agrícolas y usos de abonos por medio de compostaje el cual es un proceso en el que se aprovechan los residuos orgánicos para nutrir el suelo y a su vez se promueven bioinsumos caseros como cal o abonos de corral o gallinaza. Esta práctica agroecológica tiene como resultado un producto puro y saludable con un perfil de sabor inalterado y enriquecido por variedades de cacao de fino aroma.

- **Pureza y Salud:** La implementación de prácticas agroecológicas, las cuales consisten en renunciar al uso de pesticidas y abonos químicos que suelen ser derivados de petróleo y gas; este método sostenible de cultivo ha permitido obtener como resultado un grano que conserva la pureza, aroma, y sabor auténtico, además de ser saludable.
- **Calidad del grano:** Se logra selección de grano con el uso de variedades de cacao como lo son criollo, forastero y trinitario; este último es una combinación entre el cacao criollo y forastero, el cual conserva la calidad y el sabor suave del criollo y la resistencia con la productividad del forastero.
- **Sostenibilidad:** Dentro de las buenas prácticas agroecológicas que son adaptadas por los agricultores para estos cultivos se pueden identificar el MIP – manejo integrado de plagas el cual consiste en controlar la población de plaga desde una etapa de prevención manteniendo por debajo los niveles dañinos, y la asociación de cultivos donde se plantan varias especies de plantas que logran conseguir un beneficio común.

- Beneficios para el productor: Las practicas agroecológicas aumentan el ingreso para los agricultores los cuales al final perciben una mejor remuneración por tonelada de cacao orgánico.
- Certificación: Se logra obtener un grano certificado mediante el cumplimiento de las regulaciones orgánicas.

Ilustración 1

CHOCOLATE COMPARISON

 ORGANIC CHOCOLATE	vs.	 CONVENTIONAL CHOCOLATE
	CERTIFIED BY A THIRD PARTY	
	NO GMOS	
	NO ARTIFICIAL COLORS, FLAVORS, OR PRESERVATIVES	
	ENVIRONMENTALLY FRIENDLY FARMING PRACTICES	
	CLEAN, SIMPLE INGREDIENTS	

Nota: <https://delishably.com/desserts/pecan-pie-cobbler>

7.2. Derivados del cacao

Al realizar los procesos de cosecha, fermentación, secado, tostado y molienda se logra obtener variedad de productos derivados de cacao para diferentes industrias como alimentación, cosméticos y farmacéuticos.

- Licor de cacao: Pasta de cacao pura y líquida conformada por cacao seco y su propia grasa.
- Manteca de cacao: Se obtiene en el proceso de separación de la grasa del grano de cacao con una técnica de prensado donde se puede obtener una grasa sólida o líquida para ser aprovechada por la industria cosmética.
- Chocolates finos: Cacao colombiano reconocido mundialmente por la ICCO debido a su perfil sensorial, complejo que tiene notas frutales y especiadas apreciado por chocolateros gourmet, el 95% del cacao colombiano contiene estas características d cacao fino.
- Confitería: Productos de repostería o dulces que se obtienen manteniendo las buenas prácticas agrícolas y que garantiza su calidad, sabor y aroma. Los ingredientes de la confitería como azúcar o leche deben cumplir con los mismos estándares orgánicos del cacao.
- Cacao en polvo: Producto libre de grasa que se obtiene con prensado y luego moliendo el grano del cacao. Ideal para repostería, bebidas, helados.

(Kakaoteros, 2023)

7.3. Proceso de transformación

Este proceso inicia con la *cosecha* de la mazorca de cacao para seguir con la fase de *despulpado* y extracción del mucilago aprovechando la mazorca para ser utilizada en la producción de abono orgánico. Posteriormente se lleva a cabo la fase de *secado* en la cual se utilizan métodos como exposición al sol, secado artificial. Finalmente, con el uso de maquinaria especializada se obtiene la transformación del grano a sus diferentes derivados.

Dentro la maquinaria especializada requerida para la transformación del grano se destaca:

- Prensa hidráulica para extracción de grasa
- Descascarilladora la cual separa la cascarilla del nib
- Tostadora que mediante el tostado realza su sabor, aroma y elimina contaminantes bacterianos.
- Molino para producir cacao en polvo
- Refinadora de piedra o granito para mejorar la textura del chocolate

7.4. Mercado colombiano de cacao

A paso de la última década se ha evidenciado un alto crecimiento en el sector cacaotero colombiano.

Eduard Baquero Lopez, presidente ejecutivo de Fedecacao – Federación Nacional de Cacaoteros precisa que este comportamiento se ha dado por fenómenos climáticos. Es representado con la producción nacional, al ver 17 años atrás, aproximadamente se producían 30.000 toneladas de cacao, sin embargo, en la actualidad la producción de cacao asciende a las 60.000 toneladas.

Gracias a esta alza en la producción se ha disminuido la importación del cacao de 12.000 a 300 toneladas, esto permite apreciar que al pasar del tiempo y de la implementación e las buenas practicas se ha logrado obtener cantidad y calidad en la semilla de cacao producida a nivel nacional.

"En el mismo periodo se ha logrado aumentar las cifras de exportaciones: pasando de solo enviar al exterior 1.300 toneladas de cacao en grano a exportar, no solamente que grano, sino subproductos de diferentes índoles", aseguran. Por esto, las exportaciones actuales del sector cacaotero en Colombia representan más de US\$130 millones al país. "Es un crecimiento bastante importante en el tema de producción, tecnología y en adopción por parte de los cacaocultores colombianos", precisó Baquero López.

“Nosotros no somos tomadores de precios, este es un país de tradición de cacao, pero no somos los principales productores. En el mundo se producen algo así como cinco millones de toneladas y nosotros producimos 60.000, lo que demuestra que somos muy pequeños. Sin embargo, nuestro cacao tiene unas características completamente diferentes”, manifestó el vocero de Fedecacao. (T., 2024)

7.5. Estudios de mercado de cacao orgánico

La segmentación del mercado del cacao orgánico a nivel nacional e internacional se fundamenta principalmente en estilo de vida y conciencia social, por lo cual podemos encontrar tres grandes tipos de consumidores de estos productos.

7.6. Nichos de mercado

- **Consumidores premium:** Individuos para los cuales es relevante la sostenibilidad y beneficios para la salud, además de contar con suficiente poder adquisitivo dispuestos a pagar un precio más alto por un producto de alta calidad, certificado como orgánico.
- **Consumidores medios:** Este grupo demográfico se concientiza sobre los beneficios del cacao orgánico, sin embargo, no siempre están dispuestos a aceptar el precio del mercado, usualmente prefieren adquirirlo en forma ocasional o con descuentos.
- **Consumidores presupuesto:** Son el segmento más grande de la población que adquieren productos orgánicos, aunque cuentan con un presupuesto limitado lo que conlleva a que busquen opciones de bajo costo sin considerar la sostenibilidad o certificaciones dadas en el producto.

7.7. Segmentación etaria

Este tipo de productos suele ser más atractivo para población joven como millenials y generación Z, los cuales han construido una preocupación más consciente por el bienestar, el impacto ambiental y las causas sociales.

7.8. Segmentación nacional

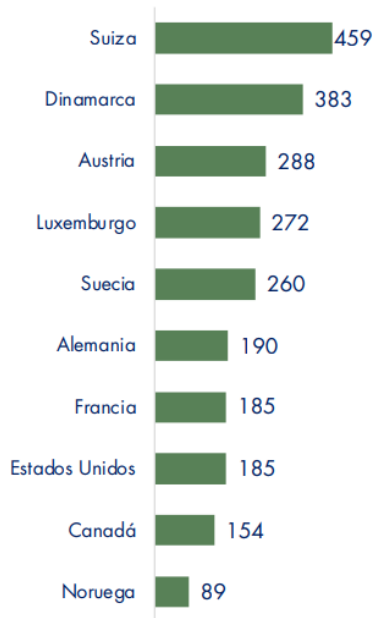
En Colombia, la población con mayor índice de consumo para productos de alta calidad orgánicos se concentra en ciudades como Bogotá, Medellín y Cali, dado que hay abastecimiento suficiente en cuanto a tiendas especializadas que manejan este tipo de productos y consumidores con mayor poder adquisitivo. Como resultado al efecto que ha tenido el turismo del chocolate se ha logrado impulsar el consumo local en regiones productoras como Antioquia y Huila, donde se puede tener acceso a recorridos sobre el proceso productivo y catas del producto,

7.9. Segmentación global

Los países europeos, particularmente los escandinavos, se encuentran entre los mercados de alimentos orgánicos más desarrollados, principalmente debido a una serie de políticas que han implementado para promover la alimentación y la agricultura orgánica, entre ellas medidas regulatorias, subsidios, financiación para la investigación y una importante difusión de información. De acuerdo con la European CAP Network, Dinamarca es un importante referente a nivel mundial en la promoción del consumo de alimentos orgánicos, pues la política danesa de alimentos y agricultura orgánica ha sido una de las más innovadoras, aplicando una amplia gama de instrumentos de política pública que afectan tanto el lado de la oferta como el de la demanda del mercado orgánico. Por ejemplo, se han introducido programas de adquisición pública de alimentos orgánicos en instituciones del sector público (hospitales, escuelas, jardines de infancia y hogares de ancianos). (Procolombia, 2024)

Ilustración 2

**Consumo per cápita de orgánicos, por país
(2022) (USD / persona)**



Nota: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; ProColombia; Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO)

7.10. Proceso de certificación en Colombia

Esta certificación es fundamental para garantizar la calidad del producto en cuanto a su procedencia, este proceso es regulado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural bajo a la resolución 187 de 2006. (rural, 2006)

Los pasos para lograr esta certificación consisten en:

- **Diagnóstico inicial y plan de manejo orgánico**

El productor debe realizar un autodiagnóstico sobre las practicas agroecológicas para garantizar el cumplimiento de los estándares sobre los cultivos orgánicos. Posteriormente se debe implementar un plan de manejo orgánico (PMO) donde se detallen las actividades de producción como rotación de cultivos, manejos del, enfermedades, fertilización y manejo de residuos.

- **Periodo de conversión**

Es el tiempo que tarda el cultivo en convertirse orgánico desde el momento de la implementación de las practicas agroecológicas, este proceso tiene una duración entre 1 y 3 años dependiendo el historial de la tierra.

- **Contacto con un organismo de certificación**

El productor debe elegir una entidad acreditada por la organización nacional de acreditación de Colombia (ONAC), proceder a contactar esta entidad, presentar su PMO y solicitar la autoría.

- **Auditoría e inspección**

Consiste en inspeccionar las practicas descritas en el PMO evaluando el uso de insumos, registro de producción, trazabilidad de productos, separación de las áreas descritas como orgánicas y convencionales si estas se encuentran en periodo de transición y cumplimiento de todas las normas. Durante dicha auditoria pueden tomarse muestras del suelo, agua y producto para elaborar análisis en laboratorios que garanticen los resultados.

- **Revisión y otorgamiento del certificado**

Una vez completado el proceso de auditoría, cumpliendo los requerimientos establecidos en la Resolución 187 de 2006 la entidad certificadora procede a otorgar el certificado de producto orgánico que permite al productor usar el sello de alimento ecológico en Colombia, el cual es el logo oficial para el mercado nacional.

Esta certificación tiene una vigencia anual y requiere inspecciones regulares.

7.11. Proceso de certificación para exportación

En el caso que el productor desee incursionar en el mercado internacional deberá cumplir las normas de los países destino, para este caso puede requerir certificaciones como USDA Organic “para

Estados Unidos” o EU Organic “para Europa”, las cuales serán realizadas por entidades certificadoras acreditadas. (rural, 2006)

Ilustración 3



Nota: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; ProColombia; Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO)

7.12. Agricultura orgánica en Colombia

Ilustración 4

Área certificada orgánica en Colombia, por cultivo (2023)(Hectáreas)

Cultivo o grupo de cultivos	Área orgánica	Área en conversión	Total área certificada
Café	16.111	4.160	20.271
Hortalizas, tubérculos, raíces y plantas aromáticas	12.669	1.198	13.867
Caña de azúcar (y asociados)	10.197	1.519	11.716
Palma aceitera africana	10.358	781	11.140
Banano	2.455	32	2.486
Cítricos (limón mandarino, limón Tahití, naranjas)	761	680	1.441
Aguacate Hass	333	0	333
Cacao	0	39	39
Trigo	18	13	31
Arroz Paddy	14	0	14
Arándanos	12	0	12
Otros (mango, piña, plátano)	85	0	85
Total	53.013	8.423	61.436

Nota: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural; ProColombia; Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO)

7.13. Implementación Branding

Para una óptima implementación del branding en Colombia no solo se requiere el desarrollo de un logo, implica factores como calidad el producto, su historia, regulación que le aplica, y el apoyo gubernamental.

- **Calidad y origen:** Colombia es uno de los productores de cacao “Fino de Aroma” y, actualmente abarca el 5% del cacao comercializado a nivel mundial lo cual es fundamental para el reconocimiento de la marca.
- **Marco regulatorio y legal:** Para la implementación de la marca es fundamental contar con el cumplimiento de las regulaciones establecidas para garantizar la calidad y legalidad del producto.
- **Estrategia de marca y mercadeo:** Una vez cumplido el marco regulatorio, el siguiente paso es construir la narrativa sobre la historia a través de la metodología “Storytelling”, desarrollo de productos innovadores y participación activa en eventos internacionales logrando así el posicionamiento de la marca.
- **Apoyo gubernamental:** Con el apoyo de diversas entidades gubernamentales se puede lograr el posicionamiento de la marca aprovechando la incursión en sus programas. Dentro de dichas instituciones se puede encontrar el Ministerio del Agricultura y Desarrollo Rural, entidad que se encarga de regular la volatilidad de los precios e impulsa la innovación, competitividad y transferencia de tecnologías; FEDECACAO, entidad que apoya el desarrollo de los cultivos y a los productores; Ministerio de Ambiente y Desarrollo de Sostenibilidad, quienes promueven los negocios “cerdes” donde el cacao sostenible encaja perfectamente. Finalmente, Procolombia, quienes promueven la exportación de productos colombianos apoyando el posicionamiento de la marca a nivel internacional. (MADR)

8. Metodología

8.1. Enfoque

Para lograr los objetivos de este proyecto, se define implementar un enfoque mixto, con el cual es posible aplicar una técnica cualitativa, que logra explorar diversas percepciones y obtener resultados esperados de un producto competitivo, atractivo y saludable en todas sus variables para el consumidor final, impactando así a los nichos de mercado en un ámbito nacional e internacional; del mismo modo, aplicar una técnica cuantitativa, que permite medir variables en el mercado y consumo de este tipo de productos, identificando el segmento de la población al cual va dirigido, un precio de venta adecuado y competitivo con productos similares del mercado, considerando que el mercado objetivo está dispuesto a pagarlo, logrando un balance entre calidad y precio final.

Este enfoque mixto resulta apropiado para comprender tanto los aspectos técnicos de la transformación del cacao como los aspectos sociales y comerciales de la cadena de valor. (Samaniego, 2022)

8.2. Diseño y alcance

Para este proyecto se adopta un tipo de investigación descriptivo dado que es posible recopilar información relevante utilizando diferentes herramientas como encuestas, entrevistas, observaciones directas y análisis de documentos, identificando interrogantes relevantes como ¿qué producto es el más sano, atractivo y competitivo?, ¿quién está dispuesto a adquirirlo teniendo en cuenta la relación de precio y calidad?, ¿dónde se concentra el consumo de este tipo de producto?, ¿cuál sería el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto?; la expectativa al obtener las respuestas a estas interrogantes es proporcionar datos precisos sobre características, frecuencias, patrones y tendencias acercándonos a la solución final de la problemática planteada logrando definir la producción, transformación y comercialización de productos derivados del cacao con valor agregado. (Etecé, 2025)

8.3. Definición de Variables

Tabla 1

Variable	Tipo	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Técnica / instrumento
Derivados del cacao	Cualitativa	Productos derivados de preferencia	Análisis de la oferta-demanda en el mercado	Estudio de mercado	Análisis de documentos
Derivados del cacao	Cuantitativa	Productos derivados de preferencia	Análisis de la demanda en el mercado	Estudio de demanda	Encuesta a consumidores
Precio del producto a base de cacao orgánico	Cuantitativa	Precio promedio de productos a base de cacao orgánico	Clasificación de rangos de precios al consumidor final	Precio/kg, percepción de equidad	Encuesta a consumidores
Mercado Objetivo	Cuantitativa	Segmentación población potencial	Evaluación de tipos de consumidores entre nichos de mercado	Estrato, motivación de compra	Encuesta a consumidores
Medios de promoción	Cuantitativa	Medios tradicionales o medios digitales	Identificación de preferencias publicitarias en el segmento analizado	Canal, frecuencia, y decisión de compra.	Encuesta a consumidores

Nota: Propia

8.4. Población objetivo

Consumidores en el mercado global interesados en productos derivados de cacao orgánico, sostenible y saludable.

8.5. Muestra

Para el componente cuantitativo se aplicará una encuesta a aproximadamente $n = 50$ consumidores, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia en la ciudad de Bogotá, debido a la focalización del estudio en nichos consumidores de productos saludables y

orgánicos. Para el componente cualitativo se realizará un análisis de documentos que evalúa la oferta y demanda de este tipo de productos en el mercado global.

8.6. Instrumento

Encuesta estructurada para consumidores, con preguntas cerradas, que permitan evaluar variables como preferencia de productos derivados de cacao orgánico, disposición a pagar por productos saludables guardando relación precio-calidad, preferencias en canales de promoción entre otras, las cuales permitirán una segmentar la población objetivo.

Tabla 2

8.6.1. Encuesta

Pregunta	Respuesta
1. Genero	
2. Edad	
3. Estrato socioeconómico	
4. ¿Cuáles son los derivados de cacao de su preferencia?	
Cacao en Polvo	
Licor de cacao	
Chocolate de mesa	
Confitería	
5. ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por un paquete de chocolate de mesa orgánico y sostenibles, en una presentación de 200 gr?	
\$ 12.000	
\$ 18.000	
\$ 25.000	
6. ¿Cuál es la motivación para adquirir un producto orgánico?	
Beneficio para la salud	
Calidad del producto	
Sostenibilidad	
Precio/calidad	
7. ¿Con que frecuencia adquiere productos orgánicos de consumo?	
Mensual	
Quincenal	
Ocasional	
8. ¿Cuál medio utiliza con mayor frecuencia para adquirir productos orgánicos?	
Supermercados de cadena	

Supermercados pequeños	
Tiendas naturistas	
E-commerce	
9. ¿Cuál son sus plataformas digitales de preferencia?	
Facebook	
Instagram	
X	

Nota: Propia

8.6.2. Análisis de documentos

Revisión documental de fuentes secundarias, para identificar que productos derivados de cacao orgánico están en tendencia en mercados nacionales e internacionales, así como conocer intención de compra, precios promedio, relación de calidad y precio, certificaciones para los productos orgánicos vigentes y el proceso para obtenerlas.

9. Técnicas de análisis de datos

Para los datos cuantitativos se empleará estadística descriptiva donde se identificarán frecuencias, porcentajes, medias y análisis bivariado básico mediante software como Excel.

Para los datos cualitativos se realizará un análisis de información extraído de las fuentes consultadas para conocer la oferta y demanda de productos orgánicos, hacia qué población esta mayormente dirigido y georreferenciar estos nichos de mercado.

En la fase de integración (mixta) se efectuará integración de los hallazgos cuantitativos, cualitativos-documentales para sustentar la propuesta de valor agregado al producto de cacao.

Asimismo, se registrará todo el procedimiento de investigación para asegurar transparencia, replicabilidad y rigor metodológico.

10. Análisis y discusión de los resultados

Al culminar esta fase en el proceso de investigación referente a la problemática y objetivos establecidos en este proyecto se ha logrado, en primer lugar, conocer sobre el grano de cacao,

diferentes tipos y derivados del grano que llegan a ser atractivos para los consumidores, así como implementación de marca y proceso de certificaciones de un producto orgánico.

Después de realizar un análisis exhaustivo sobre los tipos de cacao y las diferentes particularidades de cada grano, se ha identificado que el más apropiado para un producto competitivo es el trinitario, dada su alta calidad de aroma, su sabor y resistencia en la semilla, al ser una combinación entre el criollo y forastero adquiriendo las mejores características de cada uno. Adicionalmente, al explorar las diferentes variedades de producto que se encuentran en el mercado como confitería, cacao en polvo, licor de cacao, chocolate soluble en agua; uno de los productos que podría tener una mejor salida es el chocolate soluble en agua dado que es uno de los productos consumido por la mayoría de personas en la canasta familiar, así mismo se decide trabajar en este producto que es 100% orgánico lo que lo vuelve más atractivo, representando beneficios para la salud del consumidor.

El análisis de la información que se espera recopilar mediante encuestas y revisión documental permitirá revelar patrones claves respecto al comportamiento del consumidor, abriendo la puerta a oportunidades únicas para la creación de un producto saludable y competitivo derivado del cacao.

Dentro del estudio realizado se han identificado 3 nichos de mercado potencialmente consumidores de productos derivados del cacao; consumidores premium, que son individuos para los cuales es relevante la sostenibilidad y beneficios para la salud, además de contar con suficiente poder adquisitivo dispuestos a pagar un precio más alto por un producto de alta calidad, certificado como orgánico; consumidores medios, que se concientizan sobre los beneficios del cacao orgánico, sin embargo, no siempre están dispuestos a aceptar el precio del mercado, usualmente prefieren adquirirlo en forma ocasional o con descuentos y por último, consumidores presupuesto, que son el segmento más grande de la población que adquieren productos orgánicos, aunque cuentan con un presupuesto limitado lo

que conlleva a que busquen opciones de bajo costo sin considerar la sostenibilidad o certificaciones dadas en el producto.

El análisis cualitativo de los documentos muestra que la producción nacional de cacao ha venido creciendo de manera constante, al mismo tiempo que se fortalece la oferta de productos orgánicos certificados. Los mercados europeos —especialmente los países escandinavos— aparecen como una oportunidad importante para la exportación de productos con alto valor agregado, debido a sus políticas que promueven el consumo de alimentos orgánicos y sostenibles. Todo esto refleja que el cacao colombiano tiene un gran potencial para posicionarse en segmentos premium que valoran la calidad, la trazabilidad y el compromiso ambiental.

El grano será adquirido en una finca del Tolima, la cual cultiva y cosecha un producto de alta calidad y que se encuentra actualmente en proceso de certificación, para ejecutar un emprendimiento que cuente con los insumos necesarios y adecuados, más los conocimientos técnicos para transformar el grano y este proceso integrado permitirá llevar a la mesa de los consumidores el producto propuesto.

La información revisada sobre certificaciones orgánicas muestra que, aunque obtenerlas requiere cumplir con requisitos técnicos estrictos y atravesar largos periodos de transición, acreditaciones como USDA Organic o EU Organic aumentan la confianza del consumidor, elevan el valor comercial del producto y abren puertas a mercados nacionales e internacionales más exigentes.

En conjunto, los resultados indican que existe una demanda creciente de productos derivados del cacao que respondan a criterios rigurosos de sostenibilidad, calidad y beneficios para la salud. Por ello, transformar el cacao orgánico en un chocolate saludable se presenta como una oportunidad real para mejorar los ingresos de los agricultores, fortalecer la competitividad y disminuir la dependencia de productos ultraprocesados de bajo costo.

Dentro de la estrategia que se usará para impulsar este nuevo producto, se enfocará principalmente en una participación amplia en redes sociales mediante pago de publicidad, llegando así al mayor número posible de clientes potenciales, se espera que el resultado sea brindar a la marca una alta visibilidad, adicionalmente se explorará la distribución en tiendas minoristas y como un plus la participación activa en ferias empresariales, lo cual permitirá crear un reconocimiento del producto logrando obtener alianzas estratégicas con otros emprendedores y cautivar clientes potenciales.

11. Conclusiones

A partir del análisis realizado, se concluye que el desarrollo de un producto derivado del cacao saludable, sostenible y de alta calidad es una estrategia viable que fortalecerá la cadena de valor del cacao en Colombia. La investigación demuestra que los consumidores presentan una disposición creciente hacia la adquisición de productos orgánicos, motivada principalmente por beneficios para la salud, calidad en aroma, sabor y conciencia ambiental.

Asimismo, se visualiza la viabilidad del proyecto el cual logrará acogimiento en el mercado, dado que permite obtener margen de utilidad atractivo mediante la transformación del grano y la comercialización de productos con valor agregado. La implementación de prácticas agroecológicas y la certificación orgánica no solo mejoran la calidad del producto, sino que también aumentan su competitividad en mercados nacionales e internacionales.

El análisis del mercado confirma la existencia de nichos consolidados como consumidores premium y jóvenes con conciencia ambiental que podrían convertirse en el público objetivo ideal para el nuevo producto. También se evidencia que ciudades como Bogotá, Medellín y Cali concentran una mayor demanda de productos orgánicos, lo que constituye un punto estratégico para la comercialización inicial en tiendas minoristas.

Finalmente, se concluye que la transformación del cacao en productos saludables y orgánicos puede contribuir significativamente al bienestar social, económico y ambiental, al promover prácticas agrícolas sostenibles, fomentar hábitos de consumo más saludables y garantizar precios justos para los pequeños y medianos productores. Este proyecto, por tanto, no solo es pertinente, sino también estratégico para avanzar hacia sistemas agroalimentarios más equitativos, competitivos y sostenibles.

12. Bibliografía

- (FiBL, R. I. (1 de 2023 de Marzo). *EU CAP Network: Organic Policies in Denmark*. Obtenido de Procolombia: <https://procolombia.co/sites/default/files/2025-09/cartilla-organicos-2024-esp.pdf>
- Etecé, E. (2025). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/investigacion-descriptiva/>
- G., N. D. (5 de diciembre de 2024). *Economía y Finanzas*. Obtenido de <https://forbes.co/2024/12/05/economia-y-finanzas/bonanza-de-precios-duplico-las-exportaciones-de-cacao-a-us195-millones-en-los-primeros-nueve-meses-del-ano>
- Kakaoteros. (5 de febrero de 2023). *Kakaoteros*. Obtenido de <https://www.kakaoteros.com/2023/02/05/derivados-del-cacao/>
- MADR, F. P. (s.f.). Branding.
- Marangely Rodríguez, A. (7 de octubre de 2016). *AARP*. Obtenido de Beneficios del Cacao: https://www.aarp.org/espanol/cocina/dieta-y-nutricion/info-06-2013/fotos-beneficios-cacao.html?utm_source=chatgpt.com
- Procolombia. (2024). *Cartilla Organicos*. Obtenido de <https://procolombia.co/sites/default/files/2025-09/cartilla-organicos-2024-esp.pdf>
- rural, M. d. (31 de julio de 2006). Regulación para acreditación de productos organicos. COlombia.
- Samaniego, G. (28 de agosto de 2022). *Mi asesor de tesis*. Obtenido de <https://miasesor detesis.com/enfoque-tipo-diseno-metodo-de-investigacion/>
- T., D. K. (04 de marzo de 2024). *Portafolio*. Obtenido de Panorama del Sector del Cacao en Colombia: <https://www.portafolio.co/economia/agro/el-panorama-del-sector-del-cacao-en-colombia-599742>
- X, D. (enero de 2021). *Farmaceuticonline*. Obtenido de El cacao y sus propiedades saludables: De Diego, X., Sanz, M., Paré, A., & Prados, A. (enero 2021). El cacao y sus propiedades saludables. FarmaceuticOnline. Propiedades antioxidantes, neuroprotección y efectos beneficiosos de los flavonoides del cacao.