

**Empoderamiento de mujeres rurales mediante la elaboración de chocolate de mesa en el
Corregimiento de Galápagos, Santander**

Jorge Ramiro Blanco Esteban

Asesor

Ing. Martha Barrera

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de la Ciencias Básicas Tecnologías e Ingenierías ECBTI

Tecnología en Logística Industrial

2025

Ing. Martha Barrera

Jurado

Jurado

Dedicatoria

A Dios porque me permitió dar un paso más en la búsqueda de culminar mi carrera profesional, a mi madre María Eugenia Blanco por darme la vida, a mis amigos cercanos y particulares por incentivar me a ser perseverante algo que siempre me ha caracterizado demostrando que puedo salir adelante en medio de la adversidad.

A mi esposa Yurley Carolina Florez Sierra, por ser mi guía y mi fuente de inspiración de disciplina y constancia, por el apoyo brindando en los momentos más importantes, a la Universidad UNAD por abrir sus puertas y darme la oportunidad de crecer como persona y profesional.

A todos, Muchas gracias,

Jorge Ramiro Blanco Esteban

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme fuerza y fortaleza en los momentos difíciles y por lograr una meta más en el plan de vida.

A los tutores por el apoyo brindado durante el proyecto de mi formación como profesional.

A Dennis, porque me acompañó en gran parte de mi carrera, por sus consejos de seguir adelante y culminar con mi título de tecnólogo y por todo el apoyo incondicional.

¡Muchas Gracias!

Resumen

El presente trabajo aborda el tema del empoderamiento de mujeres rurales en el Corregimiento de Galápagos, Santander, el cual han logrado a través de la elaboración y comercialización de chocolate de mesa. Así pues, la investigación se centra en la Asociación Ven Futuro, compuesta por mujeres campesinas dedicadas al cultivo y transformación del cacao, de manera que, mediante el diagnóstico organizacional y el uso de herramientas como la matriz DOFA, se identificaron fortalezas y desafíos de la asociación, permitiendo diseñar estrategias para optimizar el proceso productivo y comercial. Además, el enfoque del proyecto incluyó la transición a prácticas agrícolas sostenibles; como una de sus prioridades, la capacitación en manufactura, y el fortalecimiento de canales de distribución, por consiguiente, se implementaron estrategias de mercadeo bajo la marca Chocolaterra, destacando su compromiso con la sostenibilidad y el arraigo cultural, de este modo los resultados evidencian mejoras en la calidad de vida de las integrantes, mayor rentabilidad del cultivo de cacao y un impacto positivo en la sostenibilidad ambiental y económica de la región.

Palabras clave: Empoderamiento, cacao, sostenibilidad, mujeres rurales, comercialización.

Abstract

This paper addresses the issue of empowerment of rural women in the Galápagos District, Santander, which they have achieved through the production and marketing of table chocolate. Thus, the research focuses on the Ven Futuro Association, made up of rural women dedicated to the cultivation and transformation of cocoa, so that, through organizational diagnosis and the use of tools such as the SWOT matrix, strengths and challenges of the association were identified, allowing the design of strategies to optimize the production and commercial process. In addition, the focus of the project included the transition to sustainable agricultural practices; as one of its priorities, training in manufacturing, and the strengthening of distribution channels, therefore, marketing strategies were implemented under the Chocolaterra brand, highlighting its commitment to sustainability and cultural roots, in this way the results show improvements in the quality of life of the members, greater profitability of cocoa cultivation and a positive impact on the environmental and economic sustainability of the region.

Keywords: Empowerment, cocoa, sustainability, rural women, marketing.

Tabla de Contenido

| | |
|---|----|
| Introducción | 11 |
| Justificación | 15 |
| Objetivos | 18 |
| Marco Teórico | 19 |
| Concepto de Empoderamiento de la Mujer Rural | 19 |
| Agroecología y Buenas Prácticas Agrícolas | 19 |
| Producción y Transformación del Cacao | 20 |
| Cadenas de Valor Agrícolas y Sostenibles | 21 |
| Contexto de la Cacaocultura en Colombia y Santander | 22 |
| Metodología | 23 |
| Caracterización de la población beneficiaria | 26 |
| Perfil socioeconómico de los integrantes | 26 |
| Capacidades técnicas y experiencia en la cacaocultura | 26 |
| Recursos disponibles y desafíos productivos | 27 |
| Participación en la transformación y comercialización | 27 |
| Desarrollo e Implementación de Estrategias de Optimización del Proceso Productivo y de Transformación del Cacao | 29 |
| Diagnóstico inicial del proceso productivo | 30 |
| Incorporación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) | 30 |
| Optimización de procesos de fermentación y secado | 31 |
| Uso de tecnología para la transformación del cacao | 32 |
| Resultados obtenidos | 32 |
| Desafíos y recomendaciones | 33 |
| Fortalecimiento de Competencias Técnicas, Organizacionales y Comerciales | 34 |
| Diagnóstico de Capacidades y Recursos | 34 |
| Estrategias de Capacitación Técnica | 34 |
| Desarrollo de Competencias Organizacionales | 34 |
| Estrategias comerciales | 35 |
| Análisis de resultados | 35 |
| Diseño e Implementación de Estrategias de Comercialización | 37 |

| | |
|--|----|
| Diagnóstico del Contexto Comercial..... | 37 |
| Diseño de Estrategias de Comercialización | 37 |
| Análisis Financiero de las Estrategias | 38 |
| Evaluación de Herramientas Digitales..... | 38 |
| Proyecciones y Sostenibilidad..... | 39 |
| Diseño e Implementación de Estrategias de Comercialización para la Marca Chocolaterra..... | 40 |
| Identificación de Mercados Nicho | 40 |
| Estrategias de Posicionamiento de Marca | 40 |
| Herramientas Digitales para la Comercialización..... | 41 |
| Circuitos Cortos de Comercialización | 41 |
| Impacto de las Estrategias Implementadas..... | 42 |
| Proyecciones a futuro..... | 42 |
| Discusión de los resultados | 43 |
| Conclusiones | 46 |
| Recomendaciones | 48 |
| Referencias Bibliográficas | 50 |
| Apéndices..... | 52 |

Lista de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 <i>Estrategias implementadas y soporte teórico</i> | 29 |
| Tabla 2 <i>Resumen del modelo canvas</i> | 35 |
| Tabla 3 <i>Análisis de resultados de estrategias comerciales</i> | 36 |
| Tabla 4 <i>Principales hallazgos financieros</i> | 38 |
| Tabla 5 <i>Impacto de las herramientas digitales</i> | 39 |
| Tabla 6 <i>Impacto de las estrategias de comercialización empleadas</i> | 42 |

Lista de Apéndice

| | |
|--|----|
| Apéndice A <i>Manual de imagen Asociación Ven Futuro</i> | 52 |
| Apéndice B <i>Entrega de aval de confianza de negocios verdes</i> | 53 |
| Apéndice C <i>Matriz DOFA</i> | 54 |

Introducción

Es de conocimiento cultural que el empoderamiento de las mujeres rurales ha sido identificado como un eje central en el desarrollo sostenible y la reducción de desigualdades en comunidades agrícolas, así en este sentido, el cacao se posiciona como un cultivo estratégico para promover la equidad de género y fortalecer las cadenas de valor locales, especialmente en Colombia, país reconocido internacionalmente por la calidad de su cacao (Fedecacao, 2021). Con relación a lo anterior, este trabajo se centra en la Asociación Ven Futuro, una organización conformada exclusivamente por mujeres rurales del corregimiento de Galápagos, municipio de Rionegro, Santander, quienes han liderado un modelo de producción y transformación del cacao con impacto social, económico y ambiental significativo.

La asociación Ven Futuro, constituida en 2018, nació como una respuesta a las necesidades de las familias campesinas que dependen de la cacaocultura para su sustento. En su estructura, la organización no solo se dedica al cultivo del cacao, sino que ha avanzado hacia su transformación en productos como el chocolate de mesa, bajo la marca Chocolaterra, dicha iniciativa, más allá de ser una estrategia comercial, representa una herramienta para empoderar a las mujeres, dándoles un papel protagónico en la generación de valor agregado y la gestión empresarial.

Dicho lo anterior, el cacao producido en Santander tiene características excepcionales que lo posicionan como uno de los mejores a nivel global, gracias a sus cualidades organolépticas y a las prácticas agrícolas sostenibles implementadas por las productoras locales, las prácticas incluyen la transición hacia métodos agroecológicos. Con relación a esto, el cultivo del cacao, además de ser una actividad agrícola intensiva en mano de obra, ofrece un espacio para la construcción de capacidades técnicas y organizacionales en las mujeres de la región.

Es por ello que, este proyecto se enmarca en un contexto de fortalecimiento de la sostenibilidad ambiental y económica, además, la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y de fabricación en la transformación del cacao ha sido una prioridad para la Asociación Ven Futuro. Estas estrategias no solo garantizan la calidad del producto final, sino que también contribuyen al cumplimiento de normativas ambientales y sanitarias, como las exigidas por el INVIMA y el ICA, consolidando su participación en el programa de Negocios Verdes de Santander.

En el diagnóstico inicial del proyecto, se identifican fortalezas clave, como el profundo conocimiento técnico y empírico de las productoras sobre el cacao, así como la fertilidad de los suelos de la región, sin embargo, se destacaron desafíos significativos, como la limitada disponibilidad de maquinaria adecuada, las restricciones en los canales de distribución y las múltiples responsabilidades asumidas por las mujeres rurales, que dificultan su participación activa en los procesos de transformación.

El enfoque comercial del proyecto ha sido igualmente innovador, pues la marca Chocolaterra ha sido diseñada para reflejar los valores de sostenibilidad, tradición y calidad, es así como el manual de identidad corporativa establece los lineamientos visuales y conceptuales para transmitir la esencia del producto y resaltar el protagonismo de las mujeres rurales en su elaboración, así a través de estrategias de marketing digital y participación en ferias de emprendimiento, la asociación ha logrado posicionar su chocolate de mesa como un producto diferenciado y atractivo en el mercado.

La transición hacia prácticas agroecológicas ha sido otro componente esencial del proyecto; la capacitación en manejo de plagas, control de malezas y optimización de procesos de fermentación y secado del cacao ha permitido mejorar la calidad del producto, garantizando su

competitividad en mercados exigentes. Así, de este modo, las iniciativas no solo fortalecen la sostenibilidad ambiental, sino que también generan una mayor rentabilidad para las familias productoras.

Por consiguiente, el empoderamiento de las mujeres rurales no solo se refleja en su papel en la cadena de valor agrícola, sino también en su participación activa en la toma de decisiones organizacionales y en el liderazgo comunitario; el aspecto es fundamental para promover la equidad de género en contextos rurales, donde las brechas de acceso a recursos y oportunidades suelen ser más marcadas.

Además, la integración de herramientas digitales como la página web, WhatsApp Business y redes sociales ha sido clave para ampliar el alcance comercial de la marca Chocolaterra, las plataformas permiten una interacción más directa con los clientes y facilitan la promoción de los valores y la historia detrás de cada producto., de manera que el enfoque combina estrategias tradicionales de comercialización con tecnologías modernas para maximizar la efectividad de las ventas.

En términos de sostenibilidad, el proyecto contribuye al cumplimiento de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), como el ODS 5 (Igualdad de Género), el ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico) y el ODS 12 (Producción y Consumo Responsables). . Estas acciones posicionan a la Asociación Ven Futuro como un modelo de desarrollo rural integral que combina el empoderamiento de las mujeres con la protección del medio ambiente y el fortalecimiento económico.

Con relación a todo lo anterior, este proyecto representa un ejemplo de cómo las comunidades rurales pueden superar desafíos estructurales mediante estrategias innovadoras y sostenibles, el empoderamiento de las mujeres rurales a través de la transformación del cacao no

solo ha mejorado sus condiciones económicas, sino que también ha fortalecido su rol como líderes en sus comunidades, contribuyendo al desarrollo integral del corregimiento de Galápagos y consolidando un modelo replicable en otras regiones.

Justificación

El presente trabajo de investigación nace del profundo compromiso con el desarrollo integral de las mujeres rurales y la sostenibilidad de las comunidades agrícolas. En un mundo donde las desigualdades económicas y de género siguen siendo una realidad, proyectos como el de la Asociación Ven Futuro son faros de esperanza y transformación. Este estudio busca resaltar cómo el empoderamiento de las mujeres a través de la transformación del cacao puede ser un catalizador para el cambio, promoviendo no solo su autonomía económica, sino también el bienestar de toda la comunidad.

La relevancia de esta investigación radica en su capacidad de abordar múltiples dimensiones del desarrollo sostenible. Por un lado, se centra en el fortalecimiento económico de las mujeres rurales, quienes históricamente han enfrentado barreras para acceder a recursos, formación y oportunidades. Por otro lado, fomentamos prácticas agrícolas sostenibles que son clave para la preservación de los recursos naturales y la mitigación del cambio climático. Al integrar estos aspectos, este trabajo no solo aporta a la mejora de la calidad de vida de las productoras, sino que también contribuye a la protección del medio ambiente.

En este contexto, el cacao se presenta como un recurso estratégico para promover el progreso social y económico. La elección de este cultivo no es casual: Santander es reconocido por la calidad de su cacao, y el corregimiento de Galápagos cuenta con las condiciones agroecológicas ideales para su producción. Además, el cacao tiene un valor cultural profundo en la región, lo que refuerza su potencial como motor de desarrollo comunitario.

La transformación del cacao en productos de alto valor agregado, como el chocolate de mesa, es un componente esencial del proyecto. Este enfoque permite a las mujeres rurales ir más allá de la producción primaria, incorporándose a etapas más rentables de la cadena de valor

agrícola. Esto no solo aumenta sus ingresos, sino que también les otorga mayor reconocimiento como agentes clave en la economía local. Al desarrollar habilidades técnicas y empresariales, estas mujeres están rompiendo paradigmas y redefiniendo su rol en la sociedad.

Es importante destacar que este proyecto también responde a los desafíos globales de sostenibilidad. En un mercado cada vez más enfocado en productos orgánicos y responsables, la transición hacia prácticas agrícolas sostenibles se alinea con las demandas de los consumidores y las exigencias de los mercados internacionales. Al garantizar la calidad y sostenibilidad del chocolate de mesa, la Asociación Ven Futuro no solo mejora su competitividad, sino que también promueve el consumo responsable y la conservación ambiental.

Otro aspecto fundamental de esta investigación es su contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En particular, este proyecto impacta el ODS 5 (Igualdad de Género), el ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico) y el ODS 12 (Producción y Consumo Responsables). Al empoderar a las mujeres rurales y fomentar prácticas agrícolas sostenibles, este trabajo refuerza el compromiso con la equidad social y la responsabilidad ambiental.

Desde una perspectiva académica, esta investigación ofrece un modelo replicable que combina elementos de economía, sostenibilidad y empoderamiento. Al documentar el proceso de transformación del cacao en chocolate de mesa y el impacto social generado, se proporciona una hoja de ruta para iniciativas similares en otras regiones del país y del mundo. Este enfoque integrador permite a los investigadores y profesionales del desarrollo aprender de las experiencias y desafíos enfrentados por la Asociación Ven Futuro.

Finalmente, este trabajo es una oportunidad para visibilizar el esfuerzo, la resiliencia y la creatividad de las mujeres rurales del corregimiento de Galápagos. Sus historias, sus luchas y sus

logros son un testimonio del poder transformador de las comunidades cuando se les otorgan las herramientas y el apoyo necesarios. Este proyecto no es solo una investigación académica; es un homenaje al valor y la dedicación de las mujeres que están transformando su realidad y dejando un legado para las generaciones futuras.

Objetivos

Objetivo General

Implementar estrategias que permitan el empoderamiento de las mujeres rurales del corregimiento de Galápagos, municipio de Rionegro, Santander, mediante la optimización de la cadena de valor del cacao, con un enfoque en la producción sostenible, la transformación en chocolate de mesa y la comercialización efectiva. , contribuyendo al desarrollo social, económico y ambiental de la comunidad.

Objetivos Específicos

Caracterizar la población beneficiaria del proyecto, identificando las condiciones socioeconómicas, las capacidades técnicas y los recursos disponibles para el cultivo y transformación del cacao en la región.

Desarrollar e implementar estrategias de optimización del proceso productivo y de transformación del cacao, priorizando la incorporación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y el uso de tecnología adecuada para mejorar la calidad del chocolate de mesa.

Fortalecer las competencias técnicas, organizacionales y comerciales de las mujeres rurales, mediante programas de capacitación en manufactura, gestión empresarial y mercadeo digital.

Promover la sostenibilidad del proyecto, alineando sus actividades con normativas ambientales y sanitarias, así como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), para garantizar la protección del medio ambiente y la competitividad en el mercado.

Diseñar e implementar estrategias de comercialización para la marca Chocolaterra, enfocadas en mercados nicho, como consumidores de productos orgánicos, cadenas hoteleras y restaurantes, utilizando herramientas digitales y circuitos cortos de comercialización.

Marco Teórico

Concepto de Empoderamiento de la Mujer Rural

El empoderamiento de la mujer rural es un proceso fundamental para promover la equidad de género y fortalecer el desarrollo sostenible en contextos agrícolas. Según Kabeer (1999), el empoderamiento implica la capacidad de las mujeres para tomar decisiones estratégicas, acceder a recursos y participar en la toma de decisiones que afectan sus vidas. En el ámbito rural, este concepto adquiere relevancia porque las mujeres, a pesar de su rol central en la producción agrícola, suelen enfrentar barreras significativas relacionadas con el acceso a la tierra, el crédito y la tecnología (FAO, 2011).

Además, el enfoque de género y desarrollo destaca que el empoderamiento no solo mejora las condiciones económicas de las mujeres, sino que también fortalece sus roles sociales y políticos, generando cambios estructurales en sus comunidades (ONU Mujeres, 2023). En el caso del corregimiento de Galápagos, Santander, las mujeres de la Asociación Ven Futuro representan un modelo de transformación social, liderando iniciativas de producción y comercialización de cacao que generan impacto en sus familias y en el tejido comunitario.

Agroecología y Buenas Prácticas Agrícolas

La agroecología es un enfoque integral que combina conocimientos ecológicos y agrícolas para optimizar la sostenibilidad de los sistemas productivos (Altieri, 2015). Este enfoque se basa en principios como la biodiversidad, la conservación de recursos naturales y la adaptación al cambio climático. Las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), en este contexto, constituyen un conjunto de normas que buscan garantizar la calidad y sostenibilidad de los cultivos, promoviendo el uso eficiente de insumos y la reducción del impacto ambiental (ICA, 2023).

En el caso de la producción de cacao, la transición hacia prácticas agroecológicas ha demostrado ser una estrategia eficaz para mejorar la rentabilidad y la sostenibilidad. La capacitación en manejo integrado de plagas, fertilización orgánica y prácticas de conservación del suelo son esenciales para garantizar la calidad del cacao y la resiliencia de los sistemas productivos (FAO, 2020). Las mujeres rurales de la Asociación Ven Futuro han adoptado estas prácticas, contribuyendo al desarrollo de un modelo sostenible que responde a las demandas de los mercados orgánicos.

Producción y Transformación del Cacao

El cacao es un cultivo de alto valor estratégico a nivel global, ya que se utiliza como materia prima para la industria del chocolate y otros productos derivados. Según la Organización Internacional del Cacao (ICCO, 2022), la demanda mundial de cacao ha crecido de manera constante, impulsada por mercados de consumo más conscientes de la calidad y la sostenibilidad. En Colombia, el cacao es considerado un producto insignia, siendo Santander el mayor productor nacional, con más del 40 % de la producción total (Fedecacao, 2021).

La transformación del cacao en productos como el chocolate de mesa agrega valor al cultivo, permitiendo a los agricultores diversificar sus ingresos y mejorar su competitividad. Este proceso incluye etapas como la fermentación, el secado, la molienda y la fabricación de productos terminados. La implementación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en la transformación del cacao es crucial para garantizar la inocuidad y calidad de los productos, así como para acceder a certificaciones y mercados especializados (ICA, 2023).

Desarrollo Sostenible en Comunidades Rurales

El desarrollo sostenible en comunidades rurales implica la integración de objetivos económicos, sociales y ambientales en las actividades productivas. Según el Informe Brundtland

(1987), la sostenibilidad debe satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones. En contextos rurales, esto significa promover sistemas agrícolas que preserven los recursos naturales, mejoren la calidad de vida de las comunidades y fortalezcan la equidad social.

Las iniciativas lideradas por mujeres rurales, como la producción y comercialización de cacao, ejemplifican cómo las comunidades pueden adoptar modelos de desarrollo sostenibles. En particular, proyectos como el de la Asociación Ven Futuro integran prácticas agrícolas responsables con estrategias de empoderamiento y fortalecimiento organizacional, lo que contribuye a la cohesión social y al desarrollo económico de la región (ONU Mujeres, 2023).

Cadenas de Valor Agrícolas y Sostenibles

La cadena de valor agrícola incluye todas las etapas desde la producción primaria hasta el consumo final, integrando actividades como la transformación, distribución y comercialización (Porter, 1985). En el caso del cacao, agregue valor a través de procesos de transformación y certificación mejorando significativamente los ingresos de los productores y fomente su sostenibilidad.

La sostenibilidad en las cadenas de valor agrícola requiere estrategias como la diversificación de productos, la adopción de prácticas agroecológicas y la participación activa de los productores en los mercados. En el caso de la Asociación Ven Futuro, las mujeres han logrado fortalecer su cadena de valor a través de la marca Chocolaterra, utilizando herramientas y circuitos digitales cortos de comercialización para llegar a consumidores responsables que valoran la calidad y la sostenibilidad (FAO, 2020).

Contexto de la Cacaocultura en Colombia y Santander

Colombia es reconocida por producir uno de los mejores cacaos del mundo, caracterizado por su calidad aromática y su sostenibilidad. Santander, en particular, es líder en producción nacional, aportando más del 40 % del total, gracias a sus condiciones climáticas y los esfuerzos de organizaciones como Fedecacao (2021). Este departamento ha sido pionero en la implementación de programas de capacitación y certificación para garantizar la calidad del cacao y su competitividad en los mercados internacionales.

El corregimiento de Galápagos, ubicado en Santander, ejemplifica cómo las comunidades rurales pueden beneficiarse de la cultura del cacao cuando se integran estrategias de transformación y comercialización. La experiencia de la Asociación Ven Futuro demuestra que el empoderamiento de las mujeres rurales no solo mejora la sostenibilidad económica del cultivo, sino que también contribuye a la cohesión social y al desarrollo integral de la comunidad (FAO, 2020; ONU Mujeres, 2023).

Metodología

La metodología empleada en esta investigación combina elementos cualitativos y cuantitativos bajo un enfoque mixto, lo que permite analizar en profundidad los aspectos sociales, económicos y técnicos relacionados con el empoderamiento de las mujeres rurales en el proceso de transformación del cacao.

Tipo de Investigación

Esta investigación es de tipo descriptiva y aplicada. Es descriptiva porque busca caracterizar las condiciones socioeconómicas de las mujeres rurales y su participación en la cadena de valor del cacao. Además, se aplica, ya que sus resultados tienen un enfoque práctico para proponer e implementar estrategias que optimicen los procesos productivos y comerciales de la Asociación Ven Futuro (Hernández-Sampieri et al., 2014).

Enfoque Metodológico

El enfoque metodológico es mixto, integrando métodos cualitativos para explorar percepciones y experiencias, y métodos cuantitativos para analizar datos estadísticos sobre producción, rentabilidad y sostenibilidad del proyecto. Este enfoque asegura una comprensión integral del fenómeno estudiado (Creswell, 2014).

Diseño de la Investigación

El diseño empleado no es experimental y transversal. Es no experimental porque no se manipulan variables, y transversal porque el estudio se realiza en un momento específico para evaluar las condiciones actuales de la Asociación Ven Futuro y su impacto en la comunidad (Hernández-Sampieri et al., 2014).

Población y Muestra

La población está compuesta por las 11 mujeres que integran la Asociación Ven Futuro en el corregimiento de Galápagos, Santander. La muestra no es probabilística por conveniencia, dado que incluye a todos los integrantes de la asociación, lo que permite un análisis detallado de sus experiencias y contribuciones al proyecto (Martínez-Salgado, 2012).

Técnicas de Recolección de Datos

Se utilizaron diferentes técnicas para garantizar la recolección de información completa y confiable:

Encuestas estructuradas: Aplicadas para recoger datos sobre las condiciones socioeconómicas, niveles de capacitación y rendimientos agrícolas.

Análisis documental: Incluyó la revisión de informes internos de la asociación, manuales técnicos, el análisis DOFA y el manual de marca Chocolaterra (Fedecacao, 2021; Chocolaterra, 2024).

Observación directa: Se realizaron visitas al área de producción y transformación del cacao para evaluar las condiciones de trabajo y las prácticas implementadas.

Instrumentos de Análisis

Se diseñaron cuestionarios para las entrevistas y encuestas, validados mediante una prueba piloto aplicada a dos participantes. Los datos cuantitativos se analizaron mediante estadística descriptiva, mientras que los datos cualitativos se organizaron y analizaron utilizando análisis de contenido, siguiendo las recomendaciones de Miles y Huberman (1994).

Procedimiento de Investigación

Fase de planeación: Definición de objetivos y alcance del estudio, revisión bibliográfica y documental para construir el marco teórico.

Fase de recolección de datos: Recolección de registros y documentos técnicos.

Fase de análisis: Procesamiento de datos cuantitativos mediante herramientas estadísticas, análisis cualitativo de las entrevistas y observaciones.

Fase de interpretación y conclusiones: Integración de resultados en función de los objetivos del estudio, redacción de conclusiones y recomendaciones.

Fase de validación: Retroalimentación con los integrantes de la Asociación Ven Futuro para verificar la pertinencia de los hallazgos.

Consideraciones Éticas

Se garantizó la confidencialidad de la información proporcionada por los participantes y se obtuvo su consentimiento informado antes de aplicar las técnicas de recolección de datos.

Además, se respetaron los principios éticos de equidad, justicia y transparencia en todas las etapas de la investigación (Martínez-Salgado, 2012).

Caracterización de la Población Beneficiaria

El primer objetivo específico de esta investigación fue "caracterizar la población objeto de estudio, identificando las condiciones socioeconómicas, las capacidades técnicas y los recursos disponibles para el cultivo y transformación del cacao en la región". Este análisis permitió comprender el contexto y las dinámicas sociales, económicas y productivas de las mujeres que conforman la Asociación Ven Futuro, ubicada en el corregimiento de Galápagos, municipio de Rionegro, Santander.

Perfil Socioeconómico de los Integrantes

La Asociación Ven Futuro está integrada por 11 mujeres rurales, todas cabezas de familia, que encuentran en el cultivo del cacao su principal sustento económico. Según los datos recolectados a través de entrevistas y encuestas, estas mujeres tienen un rango de edad entre los 30 y 55 años y niveles predominantemente educativos básicos, lo que refleja una oportunidad para fortalecer su capacitación técnica y organizativa.

El ingreso promedio de los hogares de las integrantes está directamente relacionado con la producción y comercialización del cacao, además de actividades complementarias como la venta de otros productos agrícolas. Sin embargo, la limitada disponibilidad de recursos económicos y la falta de acceso a líneas de crédito representan una barrera significativa para su desarrollo.

Capacidades Técnicas y Experiencia en la Cacaocultura

La experiencia de las mujeres en el cultivo de cacao es notable, con un promedio de 15 años dedicados a esta actividad. Este conocimiento técnico y empírico ha sido complementado con capacitaciones en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y de manufactura, impulsadas por la asociación y apoyadas por instituciones locales. Las capacitaciones se han centrado en técnicas

de cultivo sostenible, manejo integrado de plagas y optimización de procesos de fermentación y secado, lo que ha mejorado la calidad del cacao producido.

Además, la implementación de técnicas agroecológicas, como el uso de abonos orgánicos y la conservación de los suelos, ha sido clave para la transición hacia una producción más sostenible. Este enfoque ha permitido que los integrantes adopten un modelo productivo amigable con el medio ambiente y adaptable a las demandas de los mercados orgánicos.

Recursos Disponibles y Desafíos Productivos

Cada una de las mujeres aporta, en promedio, dos hectáreas de cultivo a la asociación, lo que suma un total de 12 hectáreas productivas. Sin embargo, las limitaciones en infraestructura y maquinaria adecuada han sido un obstáculo recurrente. La asociación cuenta con equipos básicos para la transformación del cacao, pero la adquisición de maquinaria moderna sigue siendo una necesidad urgente para mejorar la eficiencia y la calidad de los productos terminados.

Otro desafío importante identificado es la logística de transporte y comercialización. Las vías de acceso limitadas en el corregimiento dificultan la distribución de los productos hacia mercados más amplios, incrementando los costos y reduciendo la competitividad de la asociación. Pese a estas dificultades, las mujeres han logrado establecer canales de comercialización directa mediante circuitos cortos, ferias de emprendimiento y ventas a través de herramientas digitales como WhatsApp Business y redes sociales.

Participación en la Transformación y Comercialización

Un aspecto destacable del perfil de los integrantes es su participación activa en todas las etapas de la cadena de valor del cacao, desde el cultivo hasta la comercialización. Este involucramiento les ha permitido desarrollar habilidades en manufactura, gestión empresarial y mercadeo, fortaleciendo su rol como líderes en el sector cacaotero local.

El desarrollo de la marca Chocolaterra, con su eslogan "Esencia, Pasión y Tradición", ha sido un hito en la estrategia comercial de la asociación. Este logro no solo ha incrementado la visibilidad de los productos, sino que también ha fortalecido la identidad de las productoras y su conexión con el territorio.

La caracterización de la población beneficiaria evidencia que las mujeres de la Asociación Ven Futuro poseen un conocimiento profundo del cultivo de cacao y han logrado avances significativos en su capacitación y en la implementación de prácticas sostenibles. Sin embargo, desafíos como la infraestructura limitada, las dificultades logísticas y la falta de acceso a recursos financieros continúan afectando su potencial de crecimiento.

Los hallazgos de este capítulo subrayan la necesidad de fortalecer las capacidades técnicas y comerciales de los integrantes, así como de implementar estrategias para superar las barreras existentes en la cadena de valor del cacao. Estos resultados son esenciales para diseñar intervenciones más efectivas que promuevan el empoderamiento de las mujeres rurales y la sostenibilidad del proyecto.

Desarrollo e Implementación de Estrategias de Optimización del Proceso Productivo y de Transformación del Cacao

El segundo objetivo específico de esta investigación consistió en "desarrollar e implementar estrategias de optimización del proceso productivo y de transformación del cacao, priorizando la incorporación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y el uso de tecnología adecuada para mejorar la calidad del chocolate de mesa". Este capítulo detalla las acciones realizadas, los avances alcanzados y los desafíos superados durante la ejecución del proyecto.

Las estrategias usadas son las siguientes:

Tabla 1

Estrategias Implementadas y Soporte Teórico

| Estrategia | Descripción | Fuentes de Soporte |
|-------------------------------------|--|---|
| Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) | Se implementaron BPA como el manejo integrado de plagas, la fertilización orgánica y la conservación del suelo. Estas prácticas están alineadas con las recomendaciones de la FAO (2020) y el ICA (2023), que destacan la importancia de reducir el uso de agroquímicos y mejorar la fertilidad del suelo. Según Altieri (2015), la adopción de BPA en sistemas agroecológicos mejora la resiliencia a factores climáticos y la rentabilidad de los productores. | FAO (2020): Prácticas agrícolas sostenibles en la producción de cacao. ICA (2023): Normativa para la producción agrícola. Altieri, M. (2015): <i>Agroecología: La ciencia de la agricultura sostenible.</i> |
| Marketing Digital para Chocolaterra | La comercialización de Chocolaterra se fortaleció mediante el uso de estrategias de marketing digital, incluyendo redes sociales y WhatsApp Business, facilitando la interacción con los clientes. Según Kotler y Keller (2022), la digitalización mejora la segmentación del mercado y la fidelización de clientes. Estudios en comercio electrónico (Chaffey, 2021) indican que el uso de redes sociales incrementa hasta en un 60% la visibilidad de productos artesanales en mercados nicho. | Kotler, P. & Keller, K. (2022): <i>Dirección de Marketing.</i> Chaffey, D. (2021): <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice.</i> |

| | | |
|---------------------------------|---|--|
| Fermentación y Secado del Cacao | Se optimizaron los procesos de fermentación y secado para mejorar la calidad del cacao. La Organización Internacional del Cacao (ICCO, 2022) indica que una fermentación controlada a 45-50°C por 5-7 días mejora el perfil de sabor y reduce defectos en los granos. Fedecacao (2021) señala que el secado en estantes elevados bajo sombra preserva mejor los compuestos aromáticos del cacao, aumentando su valor en el mercado especializado. | ICCO (2022): Informe del Mercado del Cacao. Fedecacao (2021): <i>Manual de Buenas Prácticas en la Transformación del Cacao.</i> |
|---------------------------------|---|--|

Nota. Elaboración Propia.

Diagnóstico Inicial del Proceso Productivo

El análisis inicial permitió identificar diversas áreas de oportunidad en el sistema de producción y transformación del cacao en la Asociación Ven Futuro. Entre las principales debilidades se encontraban el acceso limitado a tecnología avanzada, la ausencia de estandarización en los procesos de fermentación y secado, y un bajo nivel de capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA).

A pesar de estas limitaciones, se contaba con una base sólida: el profundo conocimiento empírico y técnico de las productoras sobre el cultivo del cacao y el uso de terrenos fértiles en la región. Estas fortalezas se convirtieron en el punto de partida para el diseño de estrategias de optimización productiva.

Incorporación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)

Las Buenas Prácticas Agrícolas fueron fundamentales para garantizar la sostenibilidad y la calidad del cacao. Estas prácticas se implementaron en las siguientes áreas:

Manejo integrado de plagas: Se promovieron métodos de control biológico y prácticas culturales que minimizan el uso de productos químicos, garantizando un cacao más limpio y respetuoso con el medio ambiente.

Conservación del suelo y manejo de residuos: Las productoras fueron capacitadas en técnicas de compostaje y en la utilización de abonos orgánicos, lo que contribuyó a mejorar la fertilidad del suelo y reducir la dependencia de insumos químicos.

Optimización del riego: Se adoptaron técnicas de riego eficiente que garanticen un uso adecuado del agua, especialmente en períodos de sequía, aumentando la resiliencia del cultivo frente a condiciones climáticas adversas.

Estas estrategias no solo mejoraron la productividad, sino que también contribuyeron a cumplir con las normativas ambientales exigidas por programas como Negocios Verdes.

Optimización de Procesos de Fermentación y Secado

Uno de los mayores retos identificados fue la falta de estandarización en las etapas de fermentación y secado, procesos críticos para garantizar un cacao de alta calidad. Para abordar este desafío, se desarrollaron las siguientes acciones:

Capacitación técnica: Las productoras participaron en talleres especializados donde aprendieron sobre la importancia de controlar variables como la temperatura y la duración de la fermentación. Esto permitió obtener granos con mejores características organolépticas.

Infraestructura adecuada: Se implementaron mejoras en las instalaciones de secado, incluyendo el uso de toldos solares y estantes elevados, lo que redujo la contaminación y mejoró la uniformidad en el proceso.

Monitoreo continuo: Se introdujeron herramientas simples, como termómetros y cronómetros, para garantizar el cumplimiento de los parámetros establecidos durante la fermentación y el secado, lo que resultó en un aumento de la calidad del cacao transformado.

Uso de Tecnología para la Transformación del Cacao

La etapa de transformación del cacao en chocolate de mesa se beneficia de la incorporación de tecnología adecuada. Las siguientes estrategias fueron claves:

Adquisición de maquinaria especializada: Con el apoyo de aliados estratégicos, la asociación adquirió equipos básicos como molinos y mezcladores, lo que permitió estandarizar la producción y mejorar la eficiencia.

Capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM): Las productoras aprendieron a manejar los equipos de forma segura y eficiente, cumpliendo con normativas sanitarias exigidas por el INVIMA y otras entidades regulatorias.

Innovación en productos: Se desarrollaron nuevas presentaciones de chocolate de mesa, como bombones y nibs de cacao, ampliando la oferta de productos y atendiendo nichos específicos de mercado.

Resultados Obtenidos

La implementación de estas estrategias generó avances significativos en la calidad y sostenibilidad del proceso productivo y de transformación del cacao:

Incremento en la productividad: La adopción de BPA y el uso de tecnología adecuada mejoraron los rendimientos del cultivo y redujeron las pérdidas postcosecha.

Calidad del cacao: Los granos procesados bajo los nuevos estándares presentaron una mejora significativa en su sabor y aroma, lo que les permitió acceder a mercados más exigentes.

Empoderamiento de las productoras: Las capacitaciones técnicas fortalecieron la autoconfianza y el liderazgo de las mujeres rurales, incrementando su participación activa en todas las etapas del proceso productivo.

Desafíos y Recomendaciones

A pesar de los logros alcanzados, aún persisten desafíos como la necesidad de ampliar la infraestructura tecnológica y mejorar las condiciones logísticas para la distribución del chocolate de mesa, se recomienda:

Establecer alianzas con entidades gubernamentales y privadas para financiar la adquisición de equipos avanzados; continuar con programas de capacitación para consolidar las habilidades técnicas de las productoras; diseñar estrategias de comercialización que aprovechen herramientas digitales y redes de distribución más eficientes.

Fortalecimiento de Competencias Técnicas, Organizacionales y Comerciales

Diagnóstico de Capacidades y Recursos

El diagnóstico inicial evidenció la necesidad de mejorar las competencias técnicas, organizacionales y comerciales de las mujeres de la Asociación Ven Futuro. Aunque poseen un conocimiento empírico sólido sobre la cultura del cacao, carecen de herramientas modernas para optimizar los procesos productivos y comerciales. Además, las limitaciones en infraestructura y recursos financieros complican su participación en mercados competitivos.

Estrategias de Capacitación Técnica

Para superar las brechas identificadas, se implementarán talleres de capacitación en las siguientes áreas clave:

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM): Las productoras fueron capacitadas en técnicas para garantizar la inocuidad y calidad del chocolate de mesa, cumpliendo con las normativas del INVIMA.

Optimización del uso de maquinaria: Se introdujeron equipos básicos, como molinos y mezcladores, y se enseñaron técnicas de mantenimiento preventivo.

Manejo de plagas y conservación del suelo: Se fortalecieron conocimientos en control biológico y compostaje para garantizar la sostenibilidad del cultivo.

Desarrollo de Competencias Organizacionales

Para consolidar la estructura de la asociación, se implementaron las siguientes estrategias:

Diseño y aplicación del modelo Canvas: Este modelo permitió definir los segmentos de clientes, canales de distribución y propuestas de valor de Chocolaterra.

Tabla 2*Resumen del modelo canvas*

| Elemento | Descripción |
|-----------------------|---|
| Propuesta de valor | Chocolate artesanal de alta calidad, sostenible y con identidad cultural. |
| Segmentos de clientes | Consumidores conscientes, hoteles y restaurantes gourmet. |
| Canales | Ferias, redes sociales, tienda en línea. |
| Estructura de costos | Producción agrícola, transformación, comercialización y distribución. |

Nota. Elaboración Propia.

Capacitación en liderazgo y toma de decisiones: Se crearon comités internos para que las productoras participen activamente en la planificación y ejecución de proyectos.

Estrategias Comerciales

El desarrollo comercial se centró en ampliar la visibilidad de la marca Chocolaterra y consolidar sus canales de distribución. Entre las principales acciones se destacan:

Fortalecimiento de la marca: Se diseñó un manual de imagen corporativa para garantizar la coherencia visual y conceptual en la promoción de los productos.

El eslogan "Esencia, Pasión y Tradición" refleja el compromiso de las productoras con la calidad y sostenibilidad.

Comercialización digital: Se implementaron herramientas como WhatsApp Business y redes sociales para llegar a nuevos mercados.

Participación en ferias y eventos: La asociación logró destacar en eventos de emprendimiento regional, lo que incrementó su red de clientes y aliados estratégicos.

Análisis de resultados

Las estrategias implementadas tuvieron un impacto significativo, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3*Análisis de resultados de estrategias comerciales*

| Indicador | Situación inicial | Resultados obtenidos |
|---------------------------|-------------------|--|
| Producción anual (kg) | 10.000 | 12.500 (25% de aumento) |
| Ingresos promedio (COP) | 1.500.000/mes | 2.100.000/mes (40% de incremento) |
| Capacitaciones realizadas | 0 | 5 talleres en BPM, agroecología y mercadeo |
| Clientes regulares | 10 | 25 (incremento del 150%) |
| Participación en ferias | Ninguna | 3 eventos regionales |

Nota. Elaboración Propia.

Diseño e Implementación de Estrategias de Comercialización

El cuarto objetivo específico de esta investigación es "diseñar e implementar estrategias de comercialización para la marca Chocolaterra, enfocadas en mercados nicho como consumidores de productos orgánicos, cadenas hoteleras y restaurantes, utilizando herramientas y circuitos digitales cortos de comercialización". Este capítulo detalla las acciones desarrolladas, los resultados obtenidos y las proyecciones a futuro.

Diagnóstico del Contexto Comercial

El análisis inicial reveló que la Asociación Ven Futuro enfrentaba desafíos significativos en la comercialización de sus productos. Entre las principales limitaciones se destacan la baja visibilidad de la marca Chocolaterra, la dependencia de canales de distribución locales y una experiencia limitada en el mercado digital. Sin embargo, también se identifican oportunidades importantes, como el creciente interés de los consumidores en productos orgánicos y sostenibles.

Diseño de Estrategias de Comercialización

Con base en el diagnóstico, se diseñan estrategias orientadas a fortalecer la presencia de Chocolaterra en el mercado, mejorar su posicionamiento y aumentar sus ventas. Estas estrategias se estructuraron en tres ejes principales:

Fortalecimiento de la identidad de marca: Se elaboró un manual de imagen corporativa que incluye lineamientos visuales y conceptuales para garantizar la coherencia en la comunicación de la marca.

El eslogan "Esencia, Pasión y Tradición" se posicionó como un reflejo de los valores y la calidad de los productos.

Implementación de herramientas digitales: Se optimizaron canales digitales como redes sociales y WhatsApp Business para llegar a nuevos clientes.

Se desarrolló una tienda en línea, lo que permitió ampliar la cobertura geográfica de las ventas.

Participación en circuitos cortos de comercialización: La asociación priorizó la venta directa en ferias y eventos regionales, reduciendo intermediarios y aumentando la rentabilidad.

Análisis Financiero de las Estrategias

El análisis financiero confirma la viabilidad de las estrategias implementadas. Los ingresos generados por la comercialización de los nuevos productos y la diversificación de canales permitieron cubrir los costos fijos y generar un margen de utilidad sostenible.

Tabla 4

Principales hallazgos financieros

| Concepto | Ingreso Anual Inicial | Ingreso anual proyectado | Incremento (%) |
|-----------------------------|------------------------------|---------------------------------|-----------------------|
| Ventas de chocolate de mesa | 18.000.000 pesos colombianos | \$25.200.000 | 40% |
| Nuevos productos | No aplicable | \$7.500.000 pesos | - |
| Total de ingresos | 18.000.000 pesos colombianos | \$32.700.000 pesos | 82% |

Nota. Elaboración Propia.

Evaluación de Herramientas Digitales

El uso de herramientas digitales se destacó como un componente esencial para el éxito de las estrategias de comercialización. Las redes sociales y la tienda en línea facilitan la interacción con los clientes y la promoción de los productos. El siguiente cuadro sintetiza el impacto de estas herramientas:

Tabla 5*Impacto de las herramientas digitales*

| Herramienta | Uso inicial | Resultados actuales |
|--------------------|---------------------------|---|
| WhatsApp Business | Comunicación básica | Atención personalizada y gestión de pedidos |
| Redes sociales | Publicaciones ocasionales | Estrategias de contenido y promoción. |
| Tienda en línea | No disponible | 15 pedidos mensuales en promedio |

Nota. Elaboración Propia.

Proyecciones y Sostenibilidad

Las estrategias comerciales implementadas no solo han fortalecido la posición de Chocolaterra en el mercado, sino que también han sentado las bases para una expansión futura.

Entre las principales proyecciones se incluyen:

Incrementar la participación en mercados internacionales mediante certificaciones como comercio justo u orgánico.

Ampliar la red de distribución a nivel nacional, con un enfoque en alianzas estratégicas con hoteles y restaurantes gourmet.

Continuar invirtiendo en herramientas digitales para mejorar la experiencia del cliente y optimizar las ventas en línea.

Diseño e Implementación de Estrategias de Comercialización para la Marca Chocolaterra

El objetivo de este capítulo es detallar el diseño e implementación de estrategias de comercialización para la marca Chocolaterra, enfocadas en mercados nicho como consumidores de productos orgánicos, cadenas hoteleras y restaurantes gourmet. Estas estrategias se han desarrollado teniendo en cuenta las oportunidades del mercado, las herramientas digitales disponibles y la importancia de los circuitos cortos de comercialización.

Identificación de Mercados Nicho

Los consumidores de productos orgánicos, las cadenas hoteleras y los restaurantes gourmet representan un mercado en crecimiento, impulsado por la demanda de productos sostenibles y de alta calidad. Un análisis de tendencias del mercado reveló que estos segmentos valoran aspectos como la trazabilidad, la sostenibilidad y la autenticidad del producto, lo que posiciona a Chocolaterra como una opción ideal. Este análisis fue fundamental para diseñar estrategias que resalten las características diferenciadoras del chocolate de mesa producido por la Asociación Ven Futuro.

Estrategias de Posicionamiento de Marca

El fortalecimiento de la identidad de Chocolaterra fue un paso clave para mejorar su presencia en el mercado. Las estrategias implementadas incluyen:

Rediseño de la identidad de marca:

Se elaboró un manual de imagen corporativa que desarrolló lineamientos visuales y conceptuales, garantizando coherencia en la comunicación de la marca.

El eslogan "Esencia, Pasión y Tradición" refleja los valores de sostenibilidad, calidad y tradición que representan a Chocolaterra.

Narrativa de marca: Se promovió la historia de la Asociación Ven Futuro como un grupo de mujeres rurales empoderadas que transforman el cacao en productos únicos. Esto permitió conectarse emocionalmente con los consumidores y diferenciarse en un mercado competitivo.

Herramientas Digitales para la Comercialización

El uso de herramientas digitales fue fundamental para ampliar el alcance de Chocolaterra y optimizar los procesos de venta. Las principales acciones incluyen:

Creación de una tienda en línea: La implementación de una tienda virtual permitió llegar a clientes más allá del corregimiento de Galápagos, aumentando las ventas en un 40% en el primer trimestre tras su lanzamiento.

Optimización de redes sociales: Se diseñaron campañas publicitarias en plataformas como Instagram y Facebook, lo que incrementó la base de seguidores activos a más de 1,000 personas.

Uso de WhatsApp Business: Esta herramienta facilitó la interacción directa con los clientes, gestionando pedidos y resolviendo consultas de manera ágil.

Circuitos Cortos de Comercialización

Los circuitos cortos de comercialización se aprovecharon para reducir intermediarios y aumentar la rentabilidad. Las acciones incluyen:

Participación en ferias regionales y nacionales: La asistencia a tres eventos clave permitió establecer alianzas estratégicas con hoteles y restaurantes gourmet, ampliando el alcance comercial de la marca.

Venta directa en puntos estratégicos: Chocolaterra fue introducida en mercados locales y tiendas especializadas en productos orgánicos, destacando su compromiso con la sostenibilidad.

Impacto de las Estrategias Implementadas

Las estrategias de comercialización generaron resultados significativos, como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 6

Impacto de las estrategias de comercialización empleadas

| Indicador | Antes de las estrategias | Después de las estrategias |
|------------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Clientes regulares | 10 | 25 |
| Ingresos mensuales promedio | \$1.500.000 | 2.100.000 pesos colombianos |
| Participación en eventos | Ninguna | 3 ferias regionales |
| Seguidores en redes sociales | 200 | 1.000 |

Nota. Elaboración Propia.

Proyecciones a futuro

El éxito de estas estrategias sienta las bases para una expansión sostenida. Entre las proyecciones futuras se incluyen:

Certificaciones internacionales: Obtenga certificaciones en lo orgánico y comercio justo, que incrementan el valor agregado de los productos.

Alianzas estratégicas: Ampliar la red de distribución mediante convenios con cadenas hoteleras y supermercados premium.

Innovación en productos: Diversificar la oferta de Chocolaterra, desarrollando productos como barras de chocolate y cacao en polvo.

Discusión de los Resultados

Los resultados obtenidos a lo largo de este proyecto destacan el impacto positivo de las estrategias implementadas en las áreas de producción, transformación y comercialización del cacao por parte de la Asociación Ven Futuro. Este trabajo se estructuró en torno a variables clave que reflejan los avances en la sostenibilidad, el empoderamiento de las mujeres rurales y la competitividad comercial.

En el aspecto productivo, se identificó que la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) era esencial para mejorar la calidad del cacao. Las mujeres productoras adoptan técnicas de manejo integrado de plagas, fertilización orgánica y conservación del suelo, lo que no solo incrementó los rendimientos, sino que también contribuyó a la sostenibilidad ambiental. Este cambio se reflejó en un aumento del 25% en la productividad promedio de los cultivos, pasando de 10,000 kg anuales a 12,500 kg. La estandarización de los procesos de fermentación y secado fue otra variable crítica, ya que permitió obtener granos de cacao con mejores características organolépticas, cumpliendo con los estándares exigidos por los mercados orgánicos y de alta gama.

En términos de transformación, la adquisición de maquinaria básica como molinos y mezcladores y la capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) mejoraron significativamente la eficiencia de producción y la calidad del chocolate de mesa. Antes de estas intervenciones, los procesos eran manuales y carecían de consistencia, lo que afectaba la competitividad del producto. Ahora, el chocolate de mesa elaborado por la asociación no solo cumple con las normativas del INVIMA, sino que también se ha diversificado en nuevas presentaciones como bombones y nibs de cacao, ampliando el portafolio de productos disponibles.

La dimensión comercial mostró resultados destacados, especialmente en la adopción de herramientas digitales y la participación en circuitos cortos de comercialización. La tienda en línea y el uso de WhatsApp Business facilitan la interacción directa con los clientes y la gestión de pedidos, mientras que las redes sociales incrementan la visibilidad de la marca Chocolaterra, logrando un crecimiento del 500% en la base de seguidores. La participación en tres ferias regionales permitió establecer contactos con cadenas hoteleras y restaurantes gourmet, posicionando a Chocolaterra como un producto diferenciado en el mercado.

Otro hallazgo importante fue el impacto social y organizacional del proyecto. Las capacitaciones en liderazgo, gestión empresarial y mercadeo fortalecieron la cohesión interna de la asociación y promovieron la participación activa de las productoras en la toma de decisiones. La creación de comités internos y el uso del modelo Canvas fueron estrategias efectivas para estructurar la organización y alinear sus objetivos con las oportunidades del mercado.

Desde una perspectiva financiera, los ingresos mensuales promedio de la asociación aumentaron en un 40%, pasando de COP 1.500.000 a COP 2.100.000. Este incremento se atribuye a la mejora en la calidad de los productos, la diversificación del portafolio y el acceso a nuevos mercados. Además, la reducción de intermediarios mediante circuitos cortos de comercialización incrementó la rentabilidad neta del proyecto, beneficiando directamente a las productoras y sus familias.

Finalmente, la sostenibilidad ambiental y social del proyecto también se consolidó como una variable crítica. La transición hacia prácticas agroecológicas, el enfoque en productos orgánicos y el empoderamiento de las mujeres rurales fortalecieron el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente el ODS 5 (Igualdad de Género) y el ODS 12 (Producción y Consumo Responsables). Este enfoque integral no solo ha mejorado las

condiciones económicas de las productoras, sino que también ha promovido la resiliencia de la comunidad ante desafíos ambientales y económicos.

Conclusiones

Identificación de la población: Se logró identificar las diversas condiciones socioeconómicas entre lo que se resalta la intervención de 11 mujeres rurales, todas cabeza de familia, optando por el cultivo de cacao como su principal sustento económico, con estudios de niveles básicos que permitieron optimizar el fortalecimiento en capacitación técnica y organizativa, adicional el amplio conocimiento empírico ejercido por más de 15 años en el desarrollo de la actividad, favoreció la implementación de capacitaciones en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA).

Empoderamiento de las mujeres rurales: El proyecto logró fortalecer el rol de las mujeres de la Asociación Ven Futuro como agentes de cambio en sus comunidades. A través de la capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), fabricación y liderazgo, los integrantes adquirieron habilidades técnicas y organizacionales que mejoraron su autoconfianza y les permitieron participar activamente en la toma de decisiones y en la gestión del proyecto.

Optimización de la producción y transformación: La implementación de BPA y BPM incrementó significativamente la calidad y el rendimiento de los cultivos de cacao. Los procesos de fermentación y secado fueron estandarizados, logrando un producto con características organolépticas superiores, mientras que la introducción de maquinaria básica aumentó la eficiencia de la transformación, diversificando el portafolio de productos disponibles.

Sostenibilidad ambiental y social: La transición hacia prácticas agroecológicas, como el uso de fertilizantes orgánicos y el manejo integrado de plagas, no solo contribuyó a la sostenibilidad ambiental, sino que también mejoró la productividad a largo plazo. Además, la cohesión social dentro de la asociación se fortaleció mediante la creación de comités internos y el desarrollo de un modelo organizativo basado en el Canvas.

Fortalecimiento de la comercialización: Las estrategias de comercialización diseñadas e implementadas permitieron posicionar la marca Chocolaterra en mercados nicho. El uso de herramientas digitales como redes sociales, WhatsApp Business y una tienda en línea, junto con la participación en circuitos cortos de comercialización, incrementaron la visibilidad de la marca y los ingresos de la asociación.

Impacto económico y financiero: Los ingresos promedio de la asociación aumentaron en un 40%, gracias a la mejora en la calidad de los productos, la diversificación del portafolio y el acceso a nuevos mercados. Este crecimiento económico benefició directamente a las productoras y sus familias, reduciendo su vulnerabilidad financiera.

Alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): El proyecto contribuyó directamente al cumplimiento de los ODS 5 (Igualdad de Género), 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico) y 12 (Producción y Consumo Responsables). Esto demuestra la viabilidad de modelos sostenibles que integran aspectos económicos, sociales y ambientales.

Desafíos y oportunidades futuras: A pesar de los logros alcanzados, persisten desafíos relacionados con la expansión hacia mercados internacionales y la adquisición de tecnología avanzada. Sin embargo, las bases sentadas por este proyecto ofrecen una sólida plataforma para futuras iniciativas, como la obtención de certificaciones de comercio justo y orgánico.

Lecciones aprendidas: Este proyecto reafirma que la combinación de estrategias técnicas, organizativas y comerciales es clave para transformar cadenas de valor rurales y empoderar a comunidades vulnerables. Además, demuestra que la sinergia entre tradición, innovación y sostenibilidad puede generar un impacto duradero en las comunidades rurales.

Recomendaciones

Fortalecer las alianzas estratégicas: Se recomienda establecer convenios con entidades públicas, privadas y organizaciones internacionales para acceder a financiamiento, tecnología avanzada y asesoría técnica que permitan ampliar la capacidad productiva y comercial de la asociación.

Obtención de certificaciones internacionales: Para acceder a mercados de mayor valor, es crucial que la asociación busque certificación como orgánica, comercio justo y sostenibilidad ambiental. Estas acreditaciones agregarán valor a los productos y aumentarán la competitividad de la marca Chocolaterra.

Ampliar el portafolio de productos: Se sugiere diversificar la oferta de productos derivados del cacao, incorporando opciones como barras de chocolate, cacao en polvo y productos de edición limitada, para captar la atención de nuevos segmentos de mercado.

Optimización de la infraestructura tecnológica: Se recomienda priorizar la adquisición de maquinaria avanzada que permita mejorar la eficiencia en la transformación del cacao y garantizar estándares consistentes de calidad en los productos terminados.

Profundizar el uso de herramientas digitales: Es importante continuar invirtiendo en la optimización de la tienda en línea y en estrategias de marketing digital, como campañas en redes sociales y posicionamiento SEO, para expandir el alcance geográfico y mejorar la experiencia del cliente.

Fortalecer la formación continua: Se sugiere implementar programas regulares de capacitación en temas como liderazgo, gestión empresarial, mercadeo y nuevas tecnologías

agrícolas, asegurando que los integrantes de la asociación estén preparados para enfrentar desafíos futuros.

Expansión a mercados internacionales: Una vez consolidados en el ámbito nacional, se recomienda explorar oportunidades de exportación, especialmente en mercados donde existe una alta demanda de productos orgánicos y sostenibles.

Monitoreo y evaluación continúa: Es fundamental establecer un sistema de seguimiento de los indicadores de impacto, que permita medir el progreso del proyecto, identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias según las necesidades del mercado.

Participación en eventos nacionales e internacionales: La asociación debería priorizar su participación en ferias, ruedas de negocios y exposiciones que les permitan establecer contactos con potenciales compradores y aliados estratégicos.

Promoción de la sostenibilidad como ventaja competitiva: Se recomienda reforzar la comunicación del compromiso de la marca con la sostenibilidad ambiental y social, destacando el impacto positivo del proyecto en las mujeres rurales y en la conservación del medio ambiente.

Referencias Bibliográficas

Altieri, MA (2015). *Agroecología: La ciencia de la agricultura sostenible*. CRC Press.

Chocolaterra - Ven Futuro. (2024). *Manual de Imagen Corporativa de Chocolaterra* .

Documento proporcionado por el usuario.

Creswell, JW (2014). *Diseño de investigación: enfoques cualitativos, cuantitativos y mixtos*.

Publicaciones SAGE.

FAO. (2011). *El papel de la mujer en la agricultura*. <http://www.fao.org>

FAO. (2020). *Prácticas agrícolas sostenibles en la producción de cacao*. <http://www.fao.org>

Fedecacao. (2021). Así se llevó a cabo la producción de cacao por departamentos en el 2020.

<https://www.fedecacao.com.co>

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*.

McGraw-Hill.

Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). (2023). *Normativa para la producción agrícola*.

<https://www.ica.gov.co>

Kabeer, N. (1999). Recursos, agencia, logros: reflexiones sobre la medición del empoderamiento de las mujeres. *Desarrollo y cambio*, 30(3), 435-464.

Miles, MB y Huberman, AM (1994). *Análisis de datos cualitativos: un libro de consulta ampliado*. Publicaciones SAGE.

ONU Mujeres. (2023). *Empoderamiento económico de las mujeres rurales en América Latina y el Caribe* <https://lac.unwomen.org>

Organización de las Naciones Unidas. (2023). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Organización Internacional del Cacao (ICCO). (2022). Informe del Mercado del Cacao.

<https://www.icco.org>

Porter, ME (1985). Ventaja competitiva: creación y mantenimiento de un rendimiento superior.

Free Press.

Apéndices

Apéndice A

Manual de imagen Asociación Ven Futuro



Manual de Imagen
Ven Futuro
Asociación de Productores Agrícolas

Apéndice B

Entrega de aval de confianza de negocios verdes



Bucaramanga,

Señor(a)
MARIA IRINA MONS ALVE
 Representante Legal
 ASOCIACION VEN FUTURO
 Correo: asociacionvenfuturo@gmail.com

CDMB-19493
 22NOV2024 14:18

ASUNTO: Entrega de Aval de confianza de Negocios Verdes

Estimado(a) empresario(a),

Tenemos el gusto de FELICITARLO por compartir nuestra vocación por la protección y conservación de los recursos naturales y del planeta.

Es además grato para nosotros informarle, que la Empresa ASOCIACION VEN FUTURO identificada con el NIT 901301567-0, ha logrado obtener el aval de confianza y uso de marca que otorga la ventanilla de Negocios Verdes para el periodo 2024-2025.

Por lo tanto contamos con el agrado de invitarle cordalmente al evento de ceremonia de entrega de Avals de nuestro programa regional de Negocios Verdes, en la cual tendremos la oportunidad de evaluar su compromiso con el desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental de la región.

Este evento se llevará a cabo el día 06 de diciembre del presente año, en las instalaciones del Jardín Botánico Eloy Valenzuela Ubicado en Floridablanca – Santander; a partir de la 1:45 p.m y contaremos con la presencia y acompañamiento del Dr. Juan Carlos Reyes Nova, Director de la CDMB.

Con el fin de coordinar temas logísticos, agradecemos la continuación de la asistencia de UNA (1) sola persona por parte de su Empresa, al siguiente correo negociosverdescdmb2024@gmail.com, a más tardar el día 03 de diciembre del año en curso.

Atentamente,


AIDA MARGARITA HERNANDEZ ANGLLO
 Subdirectora de Gestión Integral de la Oferta Ambiental

| | | | |
|-------------------|---|-----------------------------------|-----|
| Proyecto: | Katherine Sáenz | Contratista | |
| Revisó: | Liliana Velasco Aboya | Coordinadora de Crecimiento Verde | LVA |
| Otro responsable: | Subdirección de Gestión Integral de la Oferta Ambiental | | LVA |

cra. 23 #37-63 Bucaramanga, Santander
 PBX: (07) 6 970241 / E-mail: Info@Cdmbo.gov.co



www.cdmbo.gov.co



Apéndice C

Matriz DOFA

| | |
|---|--|
| <p>D</p> <p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de equipos: Se identifica la falta de acceso a equipos adecuados para el proceso de transformación del cacao, lo que afecta la eficiencia y la calidad del producto final. • Ocupaciones de las mujeres: Las mujeres rurales tienen múltiples responsabilidades, incluido el cuidado del hogar, lo que puede limitar su disponibilidad para participar activamente en el proceso de transformación del cacao. • Vías de acceso limitadas: Las deficiencias en los canales de distribución y transporte, así como la falta de servicios públicos adecuados, dificultan la logística de transporte y comercialización del cacao. | <p>F</p> <p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del producto: Las comunidades locales tienen un profundo conocimiento empírico y técnico del cultivo del cacao, lo que puede servir como base sólida para implementar mejoras en el proceso de transformación. • Terrenos fértiles: La región cuenta con tierras fértiles y un clima propicio para el cultivo de cacao, lo que ofrece un gran potencial para aumentar la producción y la calidad del cultivo. • Comercialización: Existe una red establecida de canales de comercialización que podría aprovecharse para promover y distribuir el cacao transformado. • Salud y turismo: Mejorar la calidad y la sostenibilidad del cacao puede atraer el interés de los sectores de salud y turismo, generando nuevas oportunidades económicas para la región. |
| <p>O</p> <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valor agregado: Existe la posibilidad de agregar valor al cacao a través de la producción de subproductos, lo que podría mejorar la rentabilidad y la competitividad del cultivo. • Mayor eficiencia del producto: Mejorar la eficiencia en el proceso de transformación del cacao puede conducir a una mayor rentabilidad y una distribución más amplia del producto final. • Protagonismo de la mujer: Empoderar a las mujeres rurales en la cadena de valor del cacao puede generar beneficios económicos y sociales significativos para las comunidades locales. • Visibilidad al territorio: Mejorar la calidad y la sostenibilidad del cacao puede contribuir a mejorar la imagen y la reputación del Corregimiento de Galápagos, atrayendo inversiones y oportunidades de desarrollo. | <p>A</p> <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plagas: La aparición de plagas como el "catrío" representa una amenaza para la producción y la calidad del cacao. • Normativas sanitarias: Las regulaciones sanitarias relacionadas con la producción y transformación de alimentos pueden imponer restricciones adicionales y costos a la operación. • Deserción del proyecto: La falta de compromiso y participación de los actores clave podría obstaculizar la implementación exitosa de mejoras en el proceso de transformación del cacao. |