

**Estudio de viabilidad para la exportación de aceite Canola Life de la empresa
Harinera del Valle S.A con destino a Santiago de Chile.**

Profesor

Julio Cesar Ramírez Montañez

Miembros

Cristian Fernando Muñoz Valderrama

Santiago González Gómez

Francia Dayanna Buitrago Galarza

Juan Sebastián Sandoval Arévalo

Universidad Pontificia Bolivariana

Administración de Negocios Internacionales

Seminario de Investigación en Negocios Internacionales

Bucaramanga

2020

Tabla de contenido

1. Caracterización del sector	9
1.1 Contribución al empleo	10
1.2 Indicadores de comercio exterior	11
1.2.1 Exportaciones	11
1.2.2 Importaciones	12
1.2.3 Balanza comercial del sector	13
1.3 Ventas	13
1.4 Principales subsectores, principales productos del sector	14
1.5 Principales acuerdos que benefician al sector	16
1.6 Destino de las exportaciones	16
1.7 Información del sector en el departamento de Santander	17
1.7.1 Exportaciones	17
1.7.2 Importaciones	18
1.7.3 Empleo	19
2. Análisis de la empresa	19
2.1 Información corporativa de la empresa	19
2.2 Compañías similares	20
2.3 Análisis financiero de la empresa	20
2.3.1 Estado de resultados	20
2.3.2 Balance total	24
2.3.3 Estado de flujo de efectivo	26
2.4 Ratios	30
2.4.1 Ratios de rentabilidad	30
2.4.2 Ratios de eficiencia	31
2.4.3 Ratios de liquidez	32
2.4.4 Ratios de apalancamiento	33
3. Análisis del Producto	34
4. Anteproyecto	37
4.1 Problema	37
4.1.1 Identificación	37
4.1.2 Formulación	37
4.1.3 Descripción	37
4.2. Justificación	38
4.3. Objetivos	39
4.3.1 Objetivo General	39

4.3.2	Objetivos Específicos	39
4.4.	Cronograma	39
5.	Selección de mercados	40
5.1.	Selección de país	40
5.1.1	Principales importadores	40
5.1.2	Principales destinos de las exportaciones	40
5.1.3	Acuerdos Comerciales	41
5.1.4	Preselección de Mercados.....	42
5.1.5	Diligenciamiento de Matriz Selección de Mercado.....	42
5.2.	Condiciones de Acceso	47
5.2.1	Acuerdos Comerciales que Favorecen la Operación	47
5.2.2	Solicitud de Vistos Buenos en Colombia	48
5.2.3	Condiciones Arancelarias	48
5.2.4	Condiciones No arancelarias	49
5.3	Producto, Precio, Punto de Venta y Promoción	52
5.3.1	Producto	52
5.3.2	Precio	54
5.3.3	Punto de Venta.....	57
5.3.4	Promoción.....	58
6.	Estrategia de inmersión.....	59
6.1	Selección y justificación.....	59
6.2	Explicación de la propuesta.....	59
7.	Logística y Distribución Física Internacional	61
7.1	Cantidades a exportar	61
7.2	Frecuencia de la Operación	62
7.3	Costeo Operación	62
7.4	Precios de venta internacional	65
7.5	Termino Incoterm a negociar	65
7.6	Ruta internacional de la operación	65
7.7	Empaque y Embalaje del Producto	67
7.7.1	Empaque primario	67
7.7.2	Empaque secundario.....	67
7.7.3	Embalaje	69
7.7.4	Contenerización	69
8.	Evaluación Financiera.....	70
9.	Conclusiones	74

Referencias.....76

Índice de gráficas

Gráfica 1. Exportaciones del sector alimentos procesados para 2028	9
Gráfica 2. Dinámica actual de empleo del sector de Alimentos procesados 2010-2019	10
Gráfica 3. Generación de empleo del sector de Alimentos procesados por departamentos	10
Gráfica 4. Dinámica de exportaciones de sector de Alimentos procesados 2010-2019	11
Gráfica 5. Exportaciones del sector de Alimentos procesados por departamento	11
Gráfica 6. Dinámica de importaciones de sector de Alimentos procesados 2010-2019	12
Gráfica 7. Importaciones del sector de Alimentos procesados por departamento	12
Gráfica 8. Ventas anuales del sector de Alimentos procesados	13
Gráfica 9. Ventas anuales del sector de Alimentos procesados por CIU	14
Gráfica 10. Subsectores del Sector Alimentos Procesados	14
Gráfica 11. Dinámica de exportaciones del sector Panadería	14
Gráfica 12. Dinámica de exportaciones del sector Snacks	15
Gráfica 13. Exportaciones de alimentos procesados	15
Gráfica 14. Destino de las exportaciones del sector de alimentos procesados	16
Gráfica 15. Exportaciones de Santander del sector de Alimentos procesados	17
Gráfica 16. Destinos de las exportaciones santandereanas del sector de Alimentos procesados	17
Gráfica 17. Importaciones de Santander del sector de Alimentos procesados	18
Gráfica 18. Origen de las importaciones santandereanas del sector de Alimentos procesados	18
Gráfica 19. Empleo del sector de Alimentos procesados en Santander	19
Gráfica 20. Total ingreso operativo de Harinera del Valle 2015-2019	21
Gráfica 21. Utilidad bruta de Harinera del Valle 2015-2019	21
Gráfica 22. Ganancia operativa (EBIT) de Harinera del Valle 2015-2019	22
Gráfica 23. EBITDA de Harinera del Valle 2015-2019	23
Gráfica 24. Ganancias después de impuestos de Harinera del Valle 2015-2019	24
Gráfica 25. Activos totales de Harinera del Valle 2015-2019	25
Gráfica 26. Pasivos totales de Harinera del Valle 2015-2019	25
Gráfica 27. Flujo neto de efectivo por actividades de explotación de Harinera del Valle 2015-2019	26
Gráfica 28. Flujo neto de efectivo por actividades de inversión de Harinera del Valle 2015- 2019	27
Gráfica 29. Flujo neto de efectivo por actividades de financiación Harinera del Valle 2015- 2019	28
Gráfica 30. Utilidad neta de Harinera del Valle 2015-2019	28
Gráfica 31. Efectivo al inicio y al final del periodo de Harinera del Valle 2015-2019	29
Gráfica 32. Condiciones arancelarias de Chile para Colombia de la subpartida 151411	49
Gráfica 33. Consumo y producción de aceite de colza en Chile desde 2010 hasta 2018	61

Índice de tablas

Tabla 1. Compañías similares a Harinera del Valle S.A.....	20
Tabla 2. Resumen del estado de resultados de Harinera del Valle 2015-2019.....	20
Tabla 3 Resumen del balance total de Harinera del Valle 2015-2019.....	24
Tabla 4. Resumen del estado de flujo de efectivo de Harinera del Valle 2015-2019.....	26
Tabla 5. Aplicación del rendimiento sobre los activos.....	30
Tabla 6. Aplicación del rendimiento sobre el patrimonio.....	30
Tabla 7. Aplicación del margen neto.....	30
Tabla 8. Aplicación de la rotación de inventario.....	31
Tabla 9. Aplicación de la rotación de cuentas por cobrar.....	31
Tabla 10. Aplicación de la rotación de activos.....	32
Tabla 11. Aplicación de la rotación de cuentas por pagar.....	32
Tabla 12. Aplicación de la razón de liquidez.....	32
Tabla 13. Aplicación de la prueba ácida.....	32
Tabla 14. Aplicación de la rotación de efectivo.....	33
Tabla 15. Aplicación de la relación deuda/activos totales.....	33
Tabla 16. Aplicación de la relación deuda/capital.....	33
Tabla 17. Aplicación de la rotación de activos/patrimonio.....	34
Tabla 18. Análisis del producto.....	34
Tabla 19. Cronograma de actividades.....	39
Tabla 20. Países con mayor participación en la importación de la subpartida 151411 en 2019.....	40
Tabla 21. Países con mayor participación en las exportaciones colombianas de la subpartida 151411 en 2019.....	41
Tabla 22. Acuerdos comerciales vigentes entre Colombia y principales socios comerciales de la subpartida 151411.....	41
Tabla 23. Matriz de selección de mercado.....	43
Tabla 24. Precios de las diferentes presentaciones del aceite Canola Life.....	55
Tabla 25. Mercado del aceite de canola en Chile (consumo, producción e importaciones).....	62
Tabla 26. Tabla de costeo exportación.....	62
Tabla 27. Cotización flete nacional.....	64
Tabla 28. Precios de venta internacional.....	65
Tabla 29. Frecuencias y tiempos de transito desde los puertos colombianos.....	66
Tabla 30. Dimensiones del empaque primario – 1 litro de Canola Life.....	67
Tabla 31. Dimensiones del empaque secundario – 8 botellas de 1 litro de Canola Life.....	68
Tabla 32. Dimensiones de un pallet americano.....	69
Tabla 33. Cálculo de la carga total por pallet.....	69
Tabla 34. Cálculo de la carga total contenerizada.....	70
Tabla 35. Estimación de la demanda (2020 - 2024).....	71
Tabla 36. Proyección de inflación en Chile (2019 - 2025).....	71
Tabla 37. Proyección de precios de aceite Canola Life en Chile (2020 - 2025).....	71
Tabla 38. Proyección de ingresos y egresos del proyecto (2020 - 2024).....	72
Tabla 39. Presupuesto para la promoción en Chile.....	72

Tabla 40. Inversión inicial para la exportación.....	73
Tabla 41. Flujo de caja neto (2020 - 2024).....	73
Tabla 42. Indicadores de evaluación financiera.....	74
Tabla 43. Periodo de recuperación de la inversión	74

Índice de ilustración

Ilustración 1. Alimentos procesados	9
Ilustración 2. Envase del Canola Life	52
Ilustración 3. Etiquetado del aceite Canola Life	53
Ilustración 4. Principales competidores en Chile	54
Ilustración 5. Conversión de pesos colombianos a pesos chilenos	56
Ilustración 6. Precios promedio del aceite de canola en el mercado chileno	56
Ilustración 7. Actividades de promoción en Chile	58
Ilustración 8. Aliace	60
Ilustración 9. Simulador de flete terrestre	63
Ilustración 10. Estimación flete internacional	64
Ilustración 11. Ruta internacional de Colombia a Chile	65
Ilustración 12. Información del buque	66
Ilustración 13. Pictogramas para usar en el embalaje	68

1. Caracterización del sector

Sector alimentos procesados

Los alimentos procesados son aquellos que son resultado de un proceso productivo que modifica o transforma sus características organolépticas (sabor, aroma, textura, color, etc.). Colombia tiene fortalezas en la producción de frituras en especial de papas y plátano, derivados de almidón de yuca y una gran oferta de manís y snacks para microondas. Las empresas colombianas a su vez tienen facilidad de fabricar para marcas de terceros y de desarrollar productos a la medida de cada cliente.

Ilustración 1. Alimentos procesados



Fuente: New York Post

Gráfica 1. Exportaciones del sector alimentos procesados para 2028

INDUSTRIA DE SNACKS, GALLETAS Y ACEITES

PROYECCIONES A 2028

■ Producción ■ Exportaciones

Cifras en millones

Snacks

US\$293,59

US\$8,6

Aceites

US\$1.291,83

US\$89,9

Galletas

US\$968,87

US\$179,3

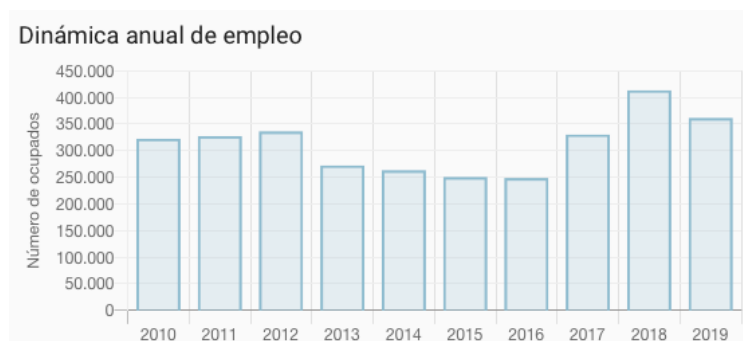
Fuente: Colombia Productiva

La industria de alimentos aporta **3,8% del PIB**, y el Gobierno adelanta un plan de negocios, por medio de Colombia Productiva, para potenciar la producción y las exportaciones en la próxima década en categorías con potencial, como los **snacks, aceites y galletería**. Se proyecta que a 2028 las exportaciones de estos productos lleguen a US\$277,8 millones. En la industria de snacks y nueces se prevé que en diez años las ventas lleguen a US\$261 millones y la producción a US\$293 millones, un crecimiento de 17%; los aceites lograrían exportaciones por US\$89,9 millones con un crecimiento anual de 13%, y su producción se incrementaría 7,4%, para llegar a US\$1.291 millones. En galletería se esperan US\$179,9 millones en exportaciones, un alza de 4,9%, y un incremento productivo de 7,8%, para llegar a US\$968 millones.

Así mismo, se trabaja en una estrategia de promoción de productos sofisticados, en el desarrollo de empaques eco amigables e iniciativas de asociatividad. El plan también propone incentivar la construcción y operación de infraestructura logística e impulsar la educación del consumidor final en hábitos de vida saludables. (Colombia productiva, 2019)

1.1 Contribución al empleo

Gráfica 2. Dinámica actual de empleo del sector de Alimentos procesados 2010-2019



Fuente: MARO

Esta gráfica comprende la dinámica anual de empleo generado por el sector de Alimentos procesados en Colombia analizando cifras que datan de los años 2010 hasta el 2019, en la cual se evidencia que en los tres primeros años estudiados el número de ocupados permanece constante en una cifra que ronda en los 320.000 empleados, sin embargo, para el 2013 se presenta un decrecimiento del 18,86% en el número de ocupados lo cual representó una pérdida aproximada de 64.000 empleos a nivel nacional.

En los últimos tres años se logra observar que gracias a que el sector se ha vuelto más dinámico, el empleo ha tendido a aumentar, llegando a su tope máximo en el 2018 con un total de 413.629 empleados.

Gráfica 3. Generación de empleo del sector de Alimentos procesados por departamentos

Departamento	2018	2019	Var %
Bogotá, D.C.	85.336	77.774	-8,9
Valle del Cauca	45.547	42.409	-6,9
Antioquia	41.170	41.428	0,6
Cundinamarca	26.438	22.897	-13,4
Atlántico	23.249	18.916	-18,6

Fuente: MARO

La lista de los departamentos que más generan empleo para el sector de Alimentos procesados está encabezada por Bogotá, D.C. registrando valores para el 2019 de 77.774 empleados. Por otro lado, el departamento de Antioquia es el único que registra una variación positiva del 0.6% con respecto al año 2018, sin embargo, se logra evidenciar que el departamento de Atlántico presenta la variación negativa más alta (-18,6%) pasando de un total de 23.249 empleados en 2018 a 18.916 empleados en 2019.

1.2 Indicadores de comercio exterior

1.2.1 Exportaciones

Gráfica 4. Dinámica de exportaciones de sector de Alimentos procesados 2010-2019



Fuente: MARO

Las exportaciones de Colombia del sector de Alimentos procesados han presentado a lo largo de los últimos diez años una tendencia creciente con dos picos importantes en el año 2014 en el cual se registró un total de exportaciones de 180.000 miles de USD presentando una variación positiva del 60,79% con respecto al año anterior; en segundo pico se presentó en el año 2019 en el cual se registró un total de exportaciones de 177.000 miles de USD.

Sin embargo, durante el periodo comprendido entre los años 2015 y 2016 las exportaciones se vieron afectadas de manera negativa obteniendo variaciones de -18,10% y -2,45% respectivamente.

Gráfica 5. Exportaciones del sector de Alimentos procesados por departamento

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Antioquia	47.804	52.386	54.998	54.425	55.833	57.240	53.619	63.436	69.752	77.147
Valle del Cauca	40.977	28.608	20.898	33.109	102.472	64.977	61.447	60.357	48.226	49.054
Bogotá, D.C.	7.277	9.750	10.308	6.870	5.278	6.405	8.010	14.231	17.313	16.254
Risaralda	8.049	3.833	4.913	6.201	4.809	3.247	6.931	7.883	11.960	15.527
Caldas	1.993	2.124	2.655	3.242	3.503	4.106	3.682	4.622	5.225	5.946

Fuente: MARO

Dentro de los principales departamentos exportadores de alimentos procesados se encuentran Antioquia con un total de 77.147 miles de USD exportados, en segundo lugar, está el departamento del Valle del Cauca con ventas internacionales que rondan los 49.000 miles de USD, en tercer lugar, se encuentra el departamento de Bogotá, D.C. con exportaciones

equivalente a 16.254 miles de USD, siendo estos los tres departamentos que encabezan la lista.

1.2.2 Importaciones

Gráfica 6. Dinámica de importaciones de sector de Alimentos procesados 2010-2019



Fuente: MARO

Las importaciones a Colombia del sector de Alimentos procesados han presentado a lo largo de los últimos diez años una tendencia creciente un pico importante en el año 2019 en el cual se registró un total de importaciones de 160.000 miles de USD presentando una variación positiva del 13,81% con respecto al año anterior.

Sin embargo, durante el periodo comprendido entre los años 2016 y 2017 las importaciones se vieron afectadas de manera negativa obteniendo variaciones de -12.517 miles de USD y -3,763 miles de USD respectivamente. Lo cual pudo implicar un beneficio para los productores nacionales de alimentos procesados.

Gráfica 7. Importaciones del sector de Alimentos procesados por departamento

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bogotá, D.C.	31.655	33.125	34.616	35.127	65.439	73.325	53.483	49.064	57.492	64.917
Valle del Cauca	11.873	24.977	37.129	45.059	41.502	40.230	43.513	41.823	43.610	49.187
Antioquia	10.608	11.789	14.970	13.762	18.903	15.743	14.618	15.087	16.421	21.393
Cundinamarca	2.242	5.303	8.340	11.926	6.249	3.651	7.604	9.496	12.488	12.661
Bolívar	45	68	246	380	135	1.460	2.334	2.593	3.021	3.050

Fuente: MARO

Dentro de los principales departamentos importadores de alimentos procesados se encuentran Bogotá, D.C con un total de 64.917 miles de USD importados, en segundo lugar, está el departamento del Valle del Cauca con compras internacionales que rondan los 49.200 miles

de USD, en tercer lugar, se encuentra el departamento de Antioquia con importaciones equivalente a 21.393 miles de USD, siendo estos a su vez los tres departamentos que más registran importaciones a nivel nacional de alimentos procesados.

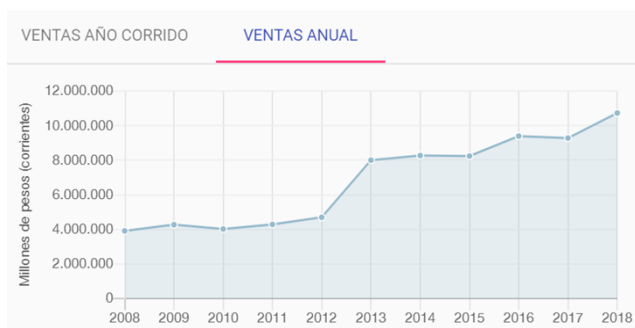
1.2.3 Balanza comercial del sector

- Importaciones de 2019: 58.665 miles de USD
 - Exportaciones de 2019: 63.284 miles de USD
 - Diferencia presentada: 4.619 miles de USD
 - Tipo de balanza: ***Superavitaria***
-
- Importaciones de 2018: 140.112 miles de USD
 - Exportaciones de 2018: 164.611 miles de USD
 - Diferencia presentada: 24.499 miles de USD
 - Tipo de balanza: ***Superavitaria***
-
- Importaciones de 2017: 126.100 miles de USD
 - Exportaciones de 2017: 159.617 miles de USD
 - Diferencia presentada: 33.517 miles de USD
 - Tipo de balanza: ***Superavitaria***

Se concluye que durante los últimos tres años estudiados la balanza comercial que presenta el sector de Alimentos procesados ha sido superavitaria ya que las exportaciones han superado significativamente a las importaciones.

1.3 Ventas

Gráfica 8. Ventas anuales del sector de Alimentos procesados



Fuente: MARO

Durante el periodo transcurrido de 2008 a 2012 las ventas nacionales de productos alimenticios procesados presentaron un comportamiento constante entre los 3,9 mil millones de pesos y los 4,6 mil millones de pesos. Desde el año 2013 hasta el 2018 las ventas han presentado una tendencia creciente obteniendo así su tope máximo en el 2018 generando 10,7 mil millones de pesos al sector de alimentos procesados.

La elaboración de otros productos alimenticios en conjunto a la elaboración de productos de panadería son las dos actividades económicas del sector con mayor registro de ventas nacionales según el DANE.

Gráfica 9. Ventas anuales del sector de Alimentos procesados por CIU

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Elaboración de otros productos...	3.911.059	4.269.439	4.018.868	4.284.522	4.696.601	4.787.855	4.742.571	4.738.689	5.490.974	5.333.431	6.244.054
Elaboración de productos de pa...	2.488.637	2.559.126	2.610.657	2.846.752	3.026.176	3.211.817	3.525.969	3.499.988	3.902.511	3.945.745	4.485.124

Cifras en millones de pesos. Fuente: Encuesta Anual Manufacturera (EAM)-DANE. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última act

Fuente: MARO

1.4 Principales subsectores, principales productos del sector

El sector de los alimentos perecederos tiene dos subsectores, los cuales corresponden a Panadería y otro que es Snacks.

Gráfica 10. Subsectores del Sector Alimentos Procesados



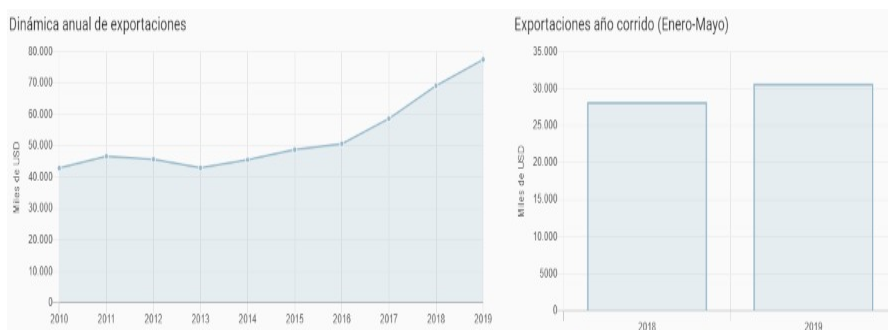
Fuente: MARO

Gráfica 11. Dinámica de exportaciones del sector Panadería



Fuente: MARO

Gráfica 12. Dinámica de exportaciones del sector Snacks



Fuente: MARO

La primera gráfica corresponde al comportamiento de las exportaciones de Panadería, mientras que la última gráfica corresponde al comportamiento de las exportaciones de Snacks. Podemos apreciar que la gráfica de Snacks ha mantenido una tendencia constante de crecimiento desde el año 2013 mientras que la gráfica de Panadería ha tenido fluctuaciones desde su máximo pico que fue en el año 2014 (+135.000 miles de USD).

Gráfica 13. Exportaciones de alimentos procesados

Subpartida arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2018 Ene-May	2019 Ene-May	2019/2018 Var %	2019/2018 Var % Ene-May	TCAC 2019/2010
Los demás frutos y partes come...	15.991	21.344	19.888	24.026	27.712	34.527	39.728	45.350	54.383	61.244	23.112	24.283	12,6	5,1	16,4
Galletas saladas o aromatizada...	20.091	21.206	25.751	28.018	39.686	37.468	41.819	43.536	43.327	45.568	16.079	21.493	5,2	33,7	9,5
Galletas dulces (con adición d...	32.264	23.362	20.518	24.208	45.223	34.358	28.606	31.578	29.015	27.696	9.113	10.219	-4,5	12,1	-1,7
Barquillos y obleas, incluso r...	11.438	5.295	1.640	8.134	42.577	20.152	15.818	18.908	14.704	16.765	6.460	6.508	14,0	0,7	4,3
Las demás preparaciones alimen...	21.602	20.376	0	0	1	6.459	10.529	13.115	13.936	14.559	4.516	5.936	4,5	31,5	-4,3
Los demás productos de panader...	5.423	4.595	7.308	7.197	5.021	4.866	5.066	5.713	6.547	7.133	2.634	3.316	9,0	25,9	3,1
Pan tostado y productos simila...	613	544	481	654	745	821	901	1.238	1.833	1.847	790	935	0,8	18,4	13,0
Papas (patatas), preparadas o ...	5.723	4.922	5.060	1.892	358	388	379	174	789	1.492	533	357	89,2	-33,0	-13,9
Chicharrones.	4	3	4	84	4	5	3	4	8	132	9	100	1.557,0	1.063,5	46,9
Pan de especias.	9	3	15	2	6	1	0	1	10	8	1	2	-18,9	111,0	-1,5

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Julio de 2020.

Fuente: MARO

Los principales productos del sector de alimentos procesados que han tenido un crecimiento en sus exportaciones son los demás frutos y partes comestibles de plantas junto con las galletas saladas o aromatizadas incluso con adición de cacao. Esto podría deberse a las tendencias del cuidado personal y la vida fitness.

1.5 Principales acuerdos que benefician al sector

Los acuerdos que benefician al sector de alimentos procesados son:

- CAN (Comunidad Andina).
- CARICOM (Comunidad del Caribe).
- EFTA (European Free Trade Association).
- MERCOSUR (Mercado Común del Sur).

Pero también tiene tratados con países como:

- Canadá.
- Chile
- Corea del Sur.
- Cuba
- Costa Rica.
- Estados Unidos.
- México.
- Nicaragua.
- Triángulo del Norte (Guatemala, Honduras, El Salvador).
- Unión Europea.

1.6 Destino de las exportaciones

Gráfica 14. Destino de las exportaciones del sector de alimentos procesados

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 Ene-May	2020 Ene-May	2019/2018 Var %	2020/2019 Var % Ene-May	TCAC 2019/2010
Estados Unidos	23.746	25.606	25.000	29.442	35.370	43.483	54.187	62.943	71.057	75.137	28.018	30.493	5,7	8,8	13,7
Ecuador	22.921	20.252	19.025	20.422	19.673	18.514	12.413	17.172	20.531	21.624	7.497	6.934	5,3	-7,5	-0,7
Haití	93	163	112	194	716	4.388	3.649	3.741	4.491	3.874	1.325	4.090	-13,7	208,5	51,4
Puerto Rico	8.540	6.891	8.198	8.653	9.685	10.117	8.913	9.683	9.080	8.689	3.096	3.728	-4,3	20,4	0,2
Panamá	5.721	5.399	1.908	2.090	4.795	5.216	4.376	5.957	7.288	9.031	3.249	3.652	23,9	12,4	5,2
España	3.298	4.065	3.661	3.035	3.792	3.580	3.904	4.511	5.428	6.260	2.155	3.122	15,3	46,3	7,4
Reino Unido	1.274	1.438	1.741	2.194	3.435	4.255	3.955	4.040	4.166	4.192	1.671	1.948	0,6	16,6	14,2
Cuba	1.255	1.808	4.169	3.085	2.535	2.005	2.888	4.505	6.620	6.918	2.548	1.825	1,4	-28,4	20,9
República Dominicana	772	503	215	979	2.046	1.863	1.396	1.751	1.875	2.700	985	1.803	44,0	83,1	14,9
Perú	4.930	4.884	5.958	5.718	7.400	6.581	4.732	5.307	5.926	5.804	1.695	1.762	-2,1	4,0	1,8

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Julio de 2020.

Fuente: MARO

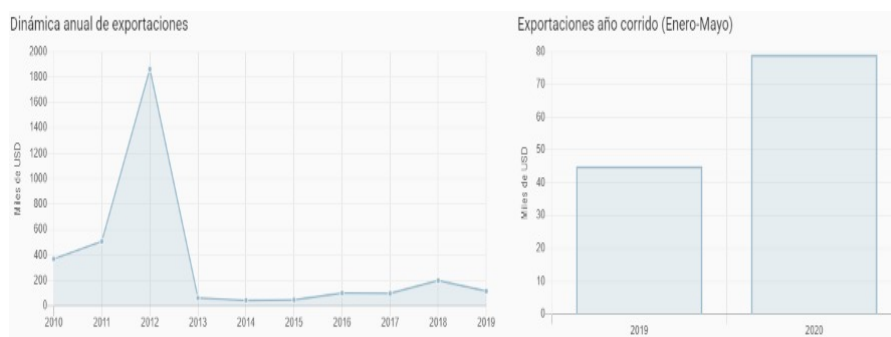
El principal país que tiene como destino las exportaciones colombianas son los Estados Unidos, con un valor en exportaciones de 75.137 millones de dólares, mientras que el segundo puesto se sitúa Ecuador con un valor en exportaciones de 21.624 millones de dólares, con una diferencia de 53.513 millones de dólares, lo que nos indica que el país

principal de destino de las exportaciones del sector de alimentos procesados son los Estados Unidos. Con esto se puede ver beneficiado Colombia debido a su acuerdo con el país estadounidense.

1.7 Información del sector en el departamento de Santander

1.7.1 Exportaciones

Gráfica 15. Exportaciones de Santander del sector de Alimentos procesados



Fuente: MARO

El producto que más ha exportado Santander en el 2020 ha sido las galletas dulces con adición de edulcorante con 34.469 USD, pero hay que resaltar que en los años 2019 y 2020 se ha evidenciado una constante de exportaciones del producto “Frutos y partes comestibles de plantas” con un promedio de 30.000 USD; sin embargo, es importante reconocer la variación de 185,7% que han tenido las galletas con adición de edulcorantes respecto a los años 2019 a 2020.

En cuanto a la dinámica de sus exportaciones, en el año 2012, tuvo un pico en cuanto a sus exportaciones con un valor de 1.862 miles de USD, pero del 2013 hasta la fecha, sus exportaciones se redujeron a un promedio de 160 mil USD.

Gráfica 16. Destinos de las exportaciones santandereanas del sector de Alimentos procesados

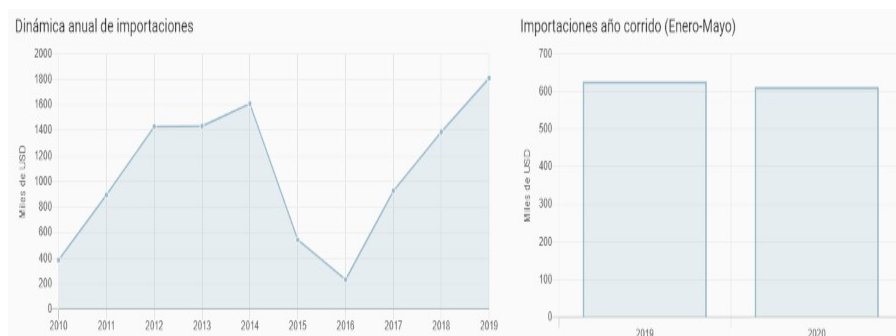
Destino	2019	2020	Var %
Aruba	0	31	10.209,7
Estados Unidos	29	23	-19,3
Curazao	5	13	172,2
Australia	8	8	8,5
Canadá	3	3	-20,0

Fuente: MARO

En este año (2020) se ha comenzado a exportar alimentos procesados a Aruba (aproximadamente 31.000 USD), obteniendo una variación de 10.209,7% respecto al 2019 (No se había exportado nunca), mientras que Estados Unidos, tuvo una variación negativa de -19,3% (En el 2019 exportaba 29.000 USD aproximadamente y para el año 2020 sus exportaciones se redujeron a 23.000 USD aproximadamente). A pesar de ello, Estados Unidos sigue siendo un importador constante para el departamento de Santander.

1.7.2 Importaciones

Gráfica 17. Importaciones de Santander del sector de Alimentos procesados



Fuente: MARO

Gráfica 18. Origen de las importaciones santandereanas del sector de Alimentos procesados

Origen	2019	2020	Var %
Estados Unidos	400	422	5,6
España	94	121	29,2
Polonia	133	66	-50,5
Alemania	0	2	0,0
Chile	0	0	0,0

Fuente: MARO

El producto que más ha importado Santander han sido los Chicharrones, para el año 2020 ha visto un incremento de un 10,1% (Aproximadamente 493.000 USD en 2019 a aproximadamente 543.000 USD en 2020). Su principal socio comercial de importaciones son los Estados Unidos con aproximadamente 422.000 USD (Año 2020), en este año también sus importaciones se han incrementado un 5,6% respecto al año anterior (400.000 USD aproximadamente para el año 2019).

1.7.3 Empleo

Gráfica 19. Empleo del sector de Alimentos procesados en Santander



Fuente: MARO

El empleo en el departamento de Santander, para el año 2018, en el sector de elaboración de productos de panadería contaba con 13.883 puestos ocupados, ha tenido una variación negativa de -12,6% (12.136 puestos ocupados para el año 2019, es decir se perdieron 1.747 empleos). El sector de elaboración de productos alimenticios también se ha visto afectado negativamente con una variación de -18,3% (En el año 2018 se contaba con 4.973 puestos ocupados y para el año 2019 se redujeron a 4.064 puestos ocupados, es decir se perdieron 909 empleos).

2. Análisis de la empresa

2.1 Información corporativa de la empresa



harinera del valle

- *Nombre Completo:* Harinera del Valle S.A.
- *Principales Actividades:*
 - ✓ Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal (C1030)
 - ✓ Elaboración de productos de molinería (C1051)
 - ✓ Comercio al por mayor de productos alimenticios (G4631)
- *Actividades Secundarias:*
 - ✓ Elaboración de macarrones, fideos, alcuarcz y productos farináceos similares (C1083)

- *Principales Productos:*
 - ✓ Harinas
 - ✓ Aceites
 - ✓ Esparcibles
 - ✓ Galletas
 - ✓ Pastas

- *Número de Empleados:* 1.872 empleados (2009)

- *Capital Registrado:* 722.87 millones de pesos (2018)

2.2 Compañías similares

Tabla 1. Compañías similares a Harinera del Valle S.A.

Team Foods Colombia S.A.	Biocombustibles Sostenibles del Caribe S.A.
Oleoflores S.A.S.	Aceites Manuelita S.A.
C.I. Tequendama S.A.S.	Grasco, Ltda.
Grasas S.A.	Qbco S.A.S.
C.I. Yumbo S.A.	C.I. Sociedad Industrial De Grasas Vegetales Sigra S.A.

Fuente: Elaboración propia

2.3 Análisis financiero de la empresa

2.3.1 Estado de resultados

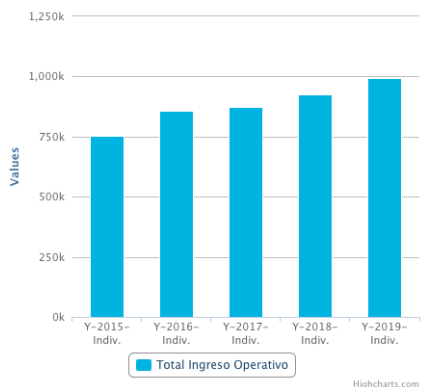
Tabla 2. Resumen del estado de resultados de Harinera del Valle 2015-2019

	2015	2016	2017	2018	2019
Total de ingreso Operativo	752,440.26	856,180.95	874,298.35	927,261.62	994,292.65
Utilidad Bruta	177,163.36	188,271.80	199,532.40	222,800.73	215,946.73
Ganancia Operativa (EBIT)	37,422.56	44,145.43	61,728.81	61,051.91	60,425.40
EBITDA	42,939.99	49,914.37	67,902.37	66,739.72	66,016.01
Ganancias después de Impuestos	24,207.62	27,678.50	42,293.96	44,376.80	39,382.85

Fuente: Elaboración propia

2.3.1.1 Total de ingreso operativo

Gráfica 20. Total ingreso operativo de Harinera del Valle 2015-2019



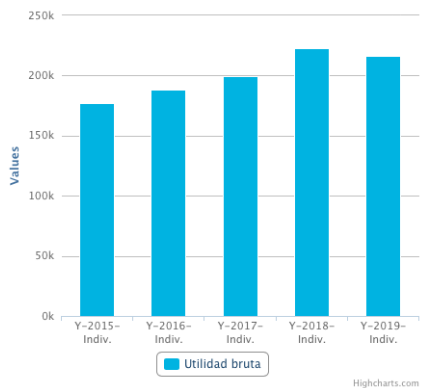
Fuente: EMIS

El ingreso operativo representa para la empresa el valor obtenido por las ventas comerciales después de deducir los gastos operacionales y es considerado un indicador directamente relacionado con la eficiencia con la que opera una empresa. En los últimos cinco años Harinera del Valle S.A. ha presentado un crecimiento en dicho indicador lo cual permite concluir que ha podido generar una alta rentabilidad a través de la actividad principal de la empresa.

En el 2016 la empresa registró su variación positiva más alta en el total de los ingresos operativos la cual fue del 13,79% y a partir del 2017 ha venido presentando una variación anual no menor al 2,12%, finalmente para el año 2019 la cifra alcanzó los \$ 994,292.65 millones de pesos. El análisis de esta cifra es una medida indirecta de la productividad y la capacidad que tiene la empresa para seguir generando ganancias a través de los años y tener la oportunidad de generar inversión que beneficie al negocio.

2.3.1.2 Utilidad bruta

Gráfica 21. Utilidad bruta de Harinera del Valle 2015-2019

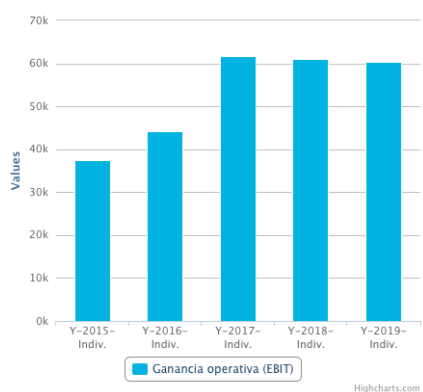


Fuente: EMIS

Al analizar la utilidad bruta de la empresa se puede observar que para el 2018 presentó su mayor pico registrando un total de \$ 222,800.73 millones de pesos con la variación más alta (11,66%) y a pesar de haber tenido una tendencia a la alza durante el periodo comprendido entre los años 2015 a 2018 que indica que la estrategia de precios es eficaz y que se están administrando correctamente los costos de ventas, para el 2019 presentó una variación negativa del 3,08% lo cual indicó un decrecimiento de \$ 6,854 millones de pesos siendo un margen bruto decreciente, este dato indica la capacidad de una empresa para ser rentable, y en definitiva para generar beneficios. un indicador de que los precios no se están ajustando como es debido, y que hay un exceso o mala administración en lo que a costos de ventas se refiere.

2.3.1.3 Ganancia operativa (EBIT)

Gráfica 22. Ganancia operativa (EBIT) de Harinera del Valle 2015-2019



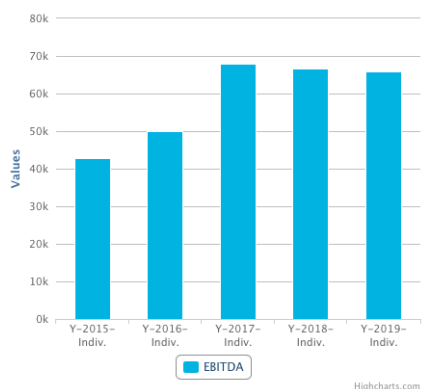
Fuente: EMIS

Las ganancias antes de intereses e impuestos (EBIT) es un indicador esencial dentro de los estados contables y financieros de una empresa porque permite realizar una primera aproximación a los resultados empresariales de la compañía. En Harinera del Valle S.A. este indicador ha logrado registrar en el periodo de tiempo comprendido entre 2015 a 2017 una tendencia al alza, obteniendo su pico máximo en este último año el cual fue de 39,83%, sin embargo, en el periodo de tiempo que comprenden los años 2018 y 2019 se presenta un estancamiento de este indicador rodando los \$ 60,000 millones de pesos.

Si en los objetivos de la empresa está buscar y atraer inversores, el EBIT puede proporcionar una señal del potencial de ingresos de la empresa ya que es una cifra crucial para comprender el valor de las acciones de la empresa. De esta manera, este dato indica la capacidad de una empresa para ser rentable, y en definitiva para generar beneficios.

2.3.1.4 EBITDA

Gráfica 23. EBITDA de Harinera del Valle 2015-2019



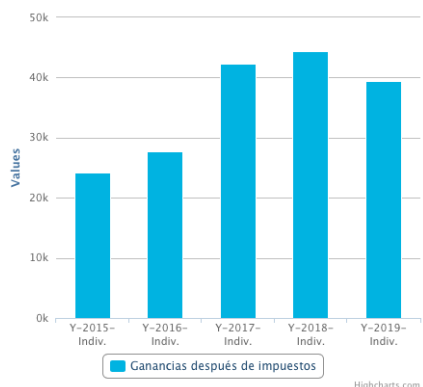
Fuente: EMIS

El EBITDA es el indicador que muestra el beneficio bruto de explotación de la empresa antes de deducir los intereses de las deudas o créditos adquiridos y los impuestos, así como la depreciación y la amortización de las inversiones o de los activos, permitiendo obtener el estado de pérdidas y ganancias de la empresa. Este es un indicador fiel ya que deja afuera aspectos financieros y tributarias, de gastos contables que no reflejen salida de dinero que podría utilizarse para comparar resultados de la empresa durante cierto período de tiempo o entre empresas, mediante el ratio de la división a partir de la inversión realizada o entre las ventas en cierto período.

En Harinera del Valle S.A. este indicador ha logrado registrar en el periodo de tiempo comprendido entre 2015 a 2017 una tendencia a la alza, obteniendo su pico máximo en este último año el cual fue de 36,04% representado en \$ 67,902.37 millones de pesos, sin embargo en el periodo de tiempo que comprenden los años 2018 y 2019 se presenta un estancamiento de este indicador rodando los \$ 66,000 millones de pesos, permitiendo conocer el flujo de dinero de la empresa para asumir los diferentes pagos por deudas y hacer comparaciones del historial de la empresa a lo largo de su operatividad.

2.3.1.5 Ganancias después de impuestos

Gráfica 24. Ganancias después de impuestos de Harinera del Valle 2015-2019



Fuente: EMIS

Las ganancias después de impuestos son un indicador que muestran la ganancia real de la empresa, es decir la que queda después de haber hecho frente a todos los pagos como los impuestos, intereses, amortizaciones y préstamos. Esta cantidad es la que representa el resultado que la empresa tendrá disponible para pago de dividendos y para generar reservas. Este margen señala la capacidad que tiene el negocio de convertir sus ingresos en beneficios, un indicador casi más importante que el propio beneficio neto, ya que cuanto más alto sea, mayor control de gasto y buena gestión tendrá la compañía.

Este indicador financiero en Harinera del Valle S.A. ha registrado en el periodo de tiempo comprendido entre 2015 a 2018 una tendencia a la alza, obteniendo su variación más alta en el año 2017 registrando un 52,8% mientras que para el año 2018 el resultado de este indicador supuso su pico máximo representado en \$ 44,376.80 millones de pesos, sin embargo para el año 2019 se presenta una gran caída en este indicador presentando una variación negativa del 11,25% equivalente a la suma de \$ 4,993.95 millones de pesos.

2.3.2 Balance total

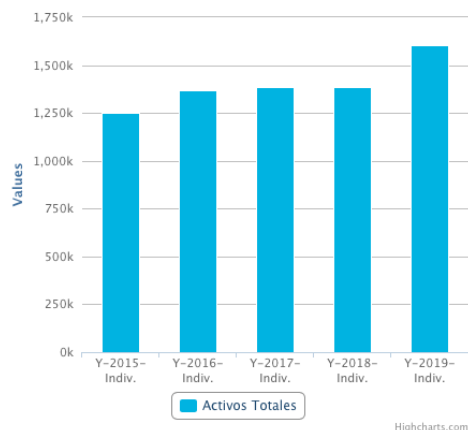
Tabla 3 Resumen del balance total de Harinera del Valle 2015-2019

	2015	2016	2017	2018	2019
Activos totales	1,252,942.33	1,366,031.00	1,385,987.81	1,387,225.24	1,601,976.51
Pasivos totales	409,660.35	394,372.98	363,675.81	402,447.12	430,036.80

Fuente: Elaboración propia

2.3.2.1 Activos totales

Gráfica 25. Activos totales de Harinera del Valle 2015-2019



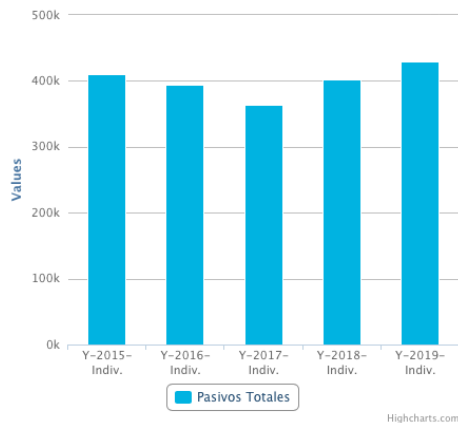
Fuente: EMIS

Los activos totales registrados por Harinera del Valle S.A. durante el periodo de tiempo de 2015 hasta 2019 han presentado una tendencia que fluctuando, registrando valores de \$ 1,252,942.33 millones de pesos en 2015, para 2016 alcanzó la suma de \$ 1,366,031 millones de pesos, en 2017 \$ 1,385,987.81 millones de pesos, para 2018 1,387,225.24 millones de pesos y finalmente en 2019 alcanza su pico máximo con 1,601,976.51 millones de pesos obteniendo una variación máxima del 15,48%.

La valoración de los activos es vital para el desarrollo de cualquier negocio, aunque sus ventajas no son inmediatas ni se traduce en liquidez, son elementos patrimoniales en potencia que permiten evaluar la capacidad de compra que tiene la empresa, dándole un grado de competitividad en términos económicos y agregando valor a la empresa.

2.3.2.2 Pasivos totales

Gráfica 26. Pasivos totales de Harinera del Valle 2015-2019



Fuente: EMIS

Los pasivos totales registrados por Harinera del Valle S.A. durante el periodo de tiempo de 2015 hasta 2017 han presentado una tendencia a la baja, registrando su menor valor en el último año de \$ 363,675.81 millones de pesos, mientras que para los periodos entre 2018 y 2019 se registra un aumento significativo en el nivel de endeudamiento de la empresa alcanzando para el último año su pico máximo de \$ 430,036.80 millones de pesos.

2.3.3 Estado de flujo de efectivo

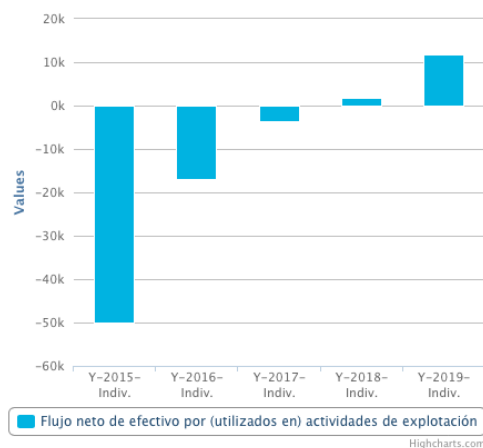
Tabla 4. Resumen del estado de flujo de efectivo de Harinera del Valle 2015-2019

	2015	2016	2017	2018	2019
Actividades de explotación	-50,086.08	-16,944.93	-3,639.31	1,838.18	11,693.35
Actividades de inversión	24,269.20	34,036.11	41,493.98	-14,708.05	15,908.00
Actividades de financiación	30,850.03	12,249.09	-34,147.97	17,280.63	-16,086.23
Utilidad Neta	24,207.62	27,678.50	42,293.96	44,376.80	39,382.85
Efectivo al inicio del Periodo	15,071.76	20,104.91	49,445.19	53,151.89	57,562.65
Efectivo al final del Periodo	20,104.91	49,445.19	53,151.89	57,562.65	69,077.77

Fuente: Elaboración propia

2.3.3.1 Flujo neto de efectivo por actividades de explotación

Gráfica 27. Flujo neto de efectivo por actividades de explotación de Harinera del Valle 2015-2019

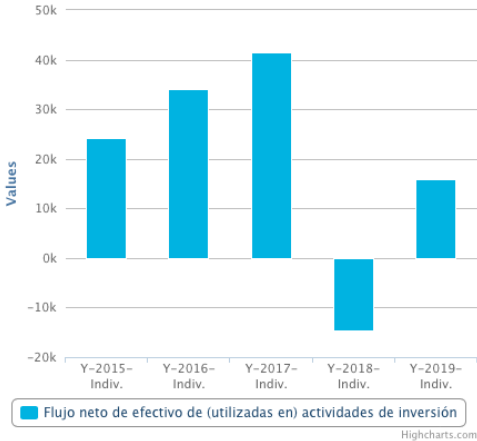


Fuente: EMIS

El importe de los flujos de efectivo procedentes de actividades de explotación es un indicador clave de la medida en la que estas actividades han generado fondos líquidos suficientes para reembolsar los préstamos, pagar dividendos y realizar nuevas inversiones sin recurrir a fuentes externas de financiación por consiguiente se concluye que las actividades de explotación de la empresa Harinera del Valle S.A. durante el periodo de tiempo comprendido entre los años 2015 a 2017 no lograron apalancar los gastos generados por las principales actividades de la empresa presentando un nivel crítico de liquidez para el año 2015 llegando a tener un déficit en este indicador equivalente a \$ -50,086.08 millones de pesos, sin embargo se puede observar una pronta recuperación en a partir del año 2018 donde se empiezan a existir un flujo de efectivo positivo (\$ 1,838.18 millones de pesos)

2.3.3.2 Flujo neto de efectivo por actividades de inversión

Gráfica 28. Flujo neto de efectivo por actividades de inversión de Harinera del Valle 2015-2019

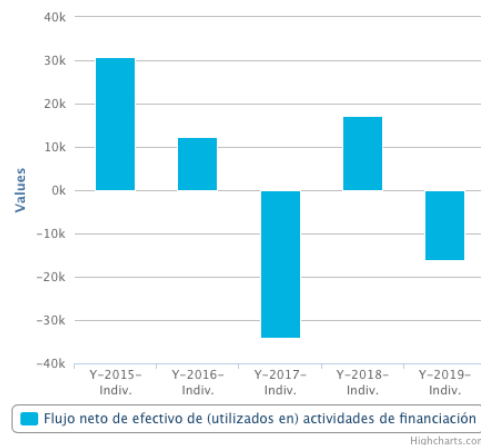


Fuente: EMIS

Las actividades de inversión representan los desembolsos realizados de efectivo que se espera van a producir beneficios futuros para Harinera del Valle S.A., se pueden clasificar como actividades de inversión aquellos desembolsos que permitan el reconocimiento de un activo en el estado de situación financiera, esto es, por ejemplo, los pagos por la adquisición de activos a largo plazo. Es decir, aquellos como los inmovilizados intangibles, materiales, inversiones inmobiliarias o inversiones financieras. Por lo tanto a través de la gráfica se puede concluir que para el periodo de tiempo comprendido entre los años 2015 a 2017, la empresa tuvo resultados positivos que generaron ingresos provenientes de inversiones realizadas durante el mismo periodo de tiempo; 2017 fue el año con mejores resultados para Harinera del Valle S.A. generando un total de \$ 41,493.98 millones de pesos gracias a las inversiones realizadas, sin embargo en 2018 se puede inferir que presentó una pérdida valorada en \$ -14,708.05 millones de pesos.

2.3.3.3 Flujo neto de efectivo por actividades de financiación

Gráfica 29. Flujo neto de efectivo por actividades de financiación Harinera del Valle 2015-2019

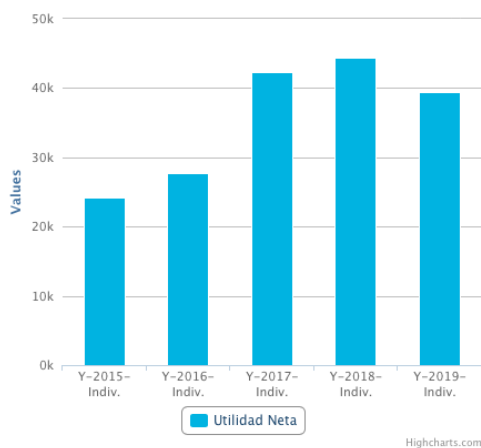


Fuente: EMIS

El indicador de las actividades de financiación hace referencia a los cobros procedentes de la adquisición por terceros de títulos o valores emitidos por Harinera del Valle S.A., también se asocia a la compra de recursos concedidos por entidades financieras o terceros, en forma de préstamos u otros instrumentos de financiación. Podemos concluir que en los periodos de análisis comprendidos entre 2015 a 2019 la empresa presenta una inestabilidad que generó los siguientes valores: \$30,850.03 millones de pesos para el 2015, \$ 12,249.09 millones de pesos para el 2016, \$ - 34,147.97 millones de pesos para el 2017, \$ 17,280.63 millones de pesos para 2018 y finalmente en 2019 se presentó un déficit de \$ 16,086.23 millones de pesos. La mayor variación negativa fue registrada en el año 2017 y fue equivalente a 60,29%.

2.3.3.4 Utilidad neta

Gráfica 30. Utilidad neta de Harinera del Valle 2015-2019

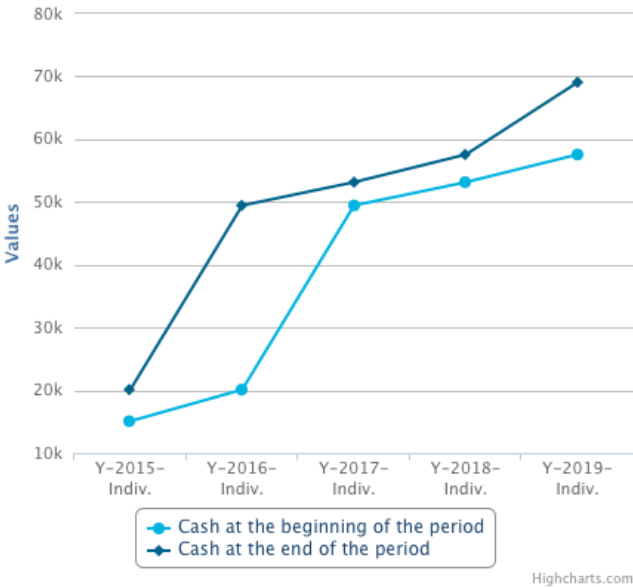


Fuente: EMIS

La utilidad neta registrada por Harinera del Valle S.A. en el periodo de tiempo comprendido desde el año 2015 hasta el 2019 se ha obtenido resultados positivos que promedian los \$ 35,587.95 millones de pesos. Tener una estimación de este indicador es importante ya que este es el monto efectivo de utilidades que obtendrán los dueños de la empresa. Por muchas ventas o ingresos que haga una empresa esta no necesariamente será exitosa si sus costos son altos y no es capaz de entregar una rentabilidad razonable a sus propietarios.

2.3.3.5 Efectivo al inicio y al final del periodo

Gráfica 31. Efectivo al inicio y al final del periodo de Harinera del Valle 2015-2019



Fuente: EMIS

Durante los años estudiados, para Harinera del Valle S.A. el efectivo al final del periodo siempre superó al efectivo al inicio del periodo, por ende, se puede concluir que a pesar de que en años como el 2017 y 2018 se presentó una diferencia poco significativa, la empresa siempre ha logrado generar un flujo de efectivo suficiente para aumentar su capital a final del periodo. El aumento más alto registrado por la empresa se dio en el año 2016, en el cual empezó el periodo con un total de \$ 20,104.91 millones de pesos y cerró el mismo periodo con una suma de \$ 49,445.19 millones de pesos.

2.4 Ratios

2.4.1 Ratios de rentabilidad

2.4.1.1 Rendimiento sobre los activos (ROA): Esto quiere decir que por cada diez millones que entraban a la empresa, quedan de utilidad total y libre 2,45 unidades (Doscientos cuarenta y cinco mil pesos), es decir; la utilidad neta para el 2019 fue de 2,45%.

Tabla 5. Aplicación del rendimiento sobre los activos

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{Utilidad\ Neta}{Activo\ Total} * 100$	$\frac{39.382,85}{1'601.976,51} * 100$	2,45%

Fuente: Elaboración propia

2.4.1.2 Rendimiento sobre el patrimonio (ROE): Esto se interpreta en que las utilidades netas corresponden al 3,36% sobre el patrimonio, es decir; los socios recibieron un rendimiento sobre su inversión de 3,36% en el año 2019.

Tabla 6. Aplicación del rendimiento sobre el patrimonio

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio\ Total} * 100$	$\frac{39.382,85}{1'171.939,71} * 100$	3,36%

Fuente: Elaboración propia

2.4.1.3 Margen neto: Esto se interpreta a que la utilidad neta correspondió al **4,19%** de las ventas netas, eso quiere decir que, cada millón de pesos vendido, generaron cuarenta y un mil novecientos pesos de utilidad neta (para el año 2019).

Tabla 7. Aplicación del margen neto

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{Utilidad\ Neta}{Ventas}$	$\frac{39.382,85}{939.653,27}$	4,19%

Fuente: Elaboración propia

2.4.1.4 Margen de ganancia bruta: 22,98%, esto nos indica que las ventas de la empresa (año 2019) generaron un **22,98%** de utilidad bruta, es decir, que, por cada millón de pesos vendido por la empresa, se generaron doscientos veintinueve mil ochocientos pesos de utilidad bruta (antes de impuestos).

2.4.1.5 Margen operacional: 6,43%, como pudimos apreciar anteriormente, la compañía en el año 2019 generó una utilidad operacional de **6,43%**, esto podría deberse a los gastos por costos de ventas (Especialmente materia prima), pero esto también quiere decir que, por cada millón de pesos vendido, se reportaron sesenta y cuatro mil trescientos pesos de margen operacional.

2.4.2 Ratios de eficiencia

2.4.2.1 Rotación de inventario: En el año 2019, el inventario de mercancías rotó 1,20 veces por año, es decir, que el inventario se convierte en efectivo o cuentas por cobrar 1,20 veces al año, esto significa que la empresa presenta condiciones de reaprovisionamiento y su sistema de planificación de reposición está utilizando datos no válidos dando como consecuencia que la empresa no pueda atender pedidos de gran volumen.

Tabla 8. Aplicación de la rotación de inventario

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\textit{Costo ventas}}{\textit{Inventarios}}$	$\frac{167.848,32}{138.758,69}$	1,20 veces

Fuente: Elaboración propia

2.4.2.2 Rotación de cuentas por cobrar: Para el periodo del año 2019, la empresa rotó en ventas en las cuentas por cobrar 4,39 veces al poder vender a crédito una cantidad, al cumplirse otro periodo (año siguiente) la empresa puede cobrar en su totalidad en 4,39 veces el total de las cuentas por cobrar.

Tabla 9. Aplicación de la rotación de cuentas por cobrar

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\textit{Ventas Netas}}{\textit{Cuentas Por Cobrar}}$	$\frac{939.653}{213.960,34}$	4,39 veces

Fuente: Elaboración propia

2.4.2.3 Rotación de activos: Esto representa que para el año 2019, con los activos que actualmente la empresa posee, puede producir la cantidad vendida, es decir; con las ventas la empresa pudo producir el valor de los activos independientemente de las utilidades, la empresa obtuvo un 58,65% a nivel de ventas para alcanzar el valor total de los activos.

Tabla 10. Aplicación de la rotación de activos

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos Totales}}$	$\frac{939.653}{1'601.976,51 * 100}$	58.65%

Fuente: Elaboración propia

2.4.2.4 Rotación de cuentas por pagar: Esto quiere decir que; para el año 2019, la empresa liquidó 0,07 veces sus cuentas por pagar en el año a sus diferentes proveedores de materia prima.

Tabla 11. Aplicación de la rotación de cuentas por pagar

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\text{Compras Totales}}{\text{Cuentas Por Pagar}}$	$\frac{6.922,23}{87.476,11}$	0.07 veces

Fuente: Elaboración propia

2.4.3 Ratios de liquidez

2.4.3.1 Razón de liquidez: Para el año 2019, la empresa cuenta con una cifra favorable (Mayor a 1 es favorable), ya que la empresa por cada millón de pesos que debe a corto plazo cuenta con un millón setenta mil pesos para respaldar la obligación a corto plazo.

Tabla 12. Aplicación de la razón de liquidez

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{394.940,85}{334.987,14}$	1,17

Fuente: Elaboración propia

2.4.3.2 Prueba ácida: La interpretación dada para el año 2019 es que por cada millón de pesos que se debe a corto plazo, se cuenta para pagarlo con setecientos sesenta mil pesos en activos corrientes de fácil realización sin tener que recurrir a la venta de los inventarios.

Tabla 13. Aplicación de la prueba ácida

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{394.940,85 - 138.758,69}{334.987,14}$	0,76

Fuente: Elaboración propia

2.4.3.3 Razón de efectivo: Esto quiere decir que, para el año 2019, la empresa no cuenta con la liquidez suficiente para cumplir con sus obligaciones de corto plazo, por lo tanto; para conseguir fondos deberá cobrar parte de la deuda que tiene con sus clientes; aunque otra alternativa sería vender el inventario que haya quedado en stock de existencias.

Tabla 14. Aplicación de la rotación de efectivo

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo Corriente}}$	$\frac{69.077,77}{334.987,14}$	0,20

Fuente: Elaboración propia

2.4.4 Ratios de apalancamiento

2.4.4.1 Relación deuda/activos totales: Esto quiere decir que; para el 2019, la empresa por cada millón de pesos que la empresa tiene invertido en activos, 26,84% (Doscientos sesenta y ocho mil cuatrocientos pesos) han sido financiados por los acreedores y/o deudores externos.

Tabla 15. Aplicación de la relación deuda/activos totales

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} * 100$	$\frac{430.036,80}{1'601.976,51} * 100$	26.84%

Fuente: Elaboración propia

2.4.4.2 Relación deuda/capital: El anterior resultado se puede interpretar en que para el año 2019 el dinero aportado por los socios y/o accionistas se encuentra comprometido en un 36,69% con terceros, eso quiere decir que el patrimonio de la empresa es más grande que los pasivos de esta.

Tabla 16. Aplicación de la relación deuda/capital

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Total}} * 100$	$\frac{430.036,80}{1'171.939,71} * 100$	36,69%

Fuente: Elaboración propia

2.4.4.3 Relación activos/patrimonio: Para el año 2019 podemos interpretar que la empresa cuenta con más activos que patrimonio, en otras palabras, el activo total de la empresa sería usado como garantía para nuevos inversores mientras que el patrimonio sería

usado como el respaldo, es un escenario medianamente favorable, ya que la empresa tiene mayor solvencia frente a los accionistas los cuales buscan condiciones de correr menos riesgos.

Tabla 17. Aplicación de la rotación de activos/patrimonio

Fórmula	Aplicación	Resultado
$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}} * 100$	$\frac{1'601.976,51}{1'171.939,71} * 100$	136,69%

Fuente: Elaboración propia

3. Análisis del Producto

Tabla 18. Análisis del producto

Nombre del Producto	Posición arancelaria	Descripción del Producto
Aceite Canola Life	1514.11.00.00 Aceites de nabo (de nabina), colza o mostaza, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente. Aceites de nabo (de nabina) o de colza con bajo contenido de ácido erúcico y sus fracciones: Aceites en bruto	<i>Características físicas del producto:</i> Aceite 100% de canola con bajo contenido de grasas trans y libre de colesterol, fuente de antioxidantes, vitamina E y balanceado en Omega 3, 6 y 9. Cuenta con cuatro diferentes presentaciones.
		<i>Diseño del producto:</i> El producto cuenta fue diseñado en cuatro diferentes presentaciones para su comercialización: 500 cc*, 1000 cc, 2000 cc y 4000 cc. *cc: Centímetros Cúbicos.
		<i>Embalaje del producto:</i> Botellas de plástico no retornables de las cuatro presentaciones anteriormente mencionadas.
		<i>Precio del producto a nivel nacional:</i> El precio en las tiendas JUMBO a nivel nacional es de:

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Botella 500 cc: \$ 10.390 ▪ Botella 1.000 cc: \$ 15.990 ▪ Botella 2.000 cc: \$ 32.990 ▪ Botella 4.000 cc: \$ 51.990 <p>El precio de las distintas presentaciones puede variar dependiendo del distribuidor.</p>
		<p style="text-align: center;"><i>Promoción:</i></p> <p>La empresa actualmente utiliza una estrategia basada en la complementación y diversificación de sus productos, ya que cuentan también con una margarina de canola también con los beneficios de sus aceites, ellos se promocionan mediante la promesa de un aceite bajo en grasas saturadas y con la frase “Escucha tu corazón” haciendo alocución a los beneficios de sus productos. También; por medio de videos realizan recetas con productos como el aceite Canola Life y su margarina esparcible de Canola Life con el fin de que los clientes despierten el deseo de adquirir los productos para realizar las recetas en las cuales adicionan sus productos y que queden igual y/o similares a los mostrados.</p>
		<p style="text-align: center;"><i>Qué tiene de innovador el producto:</i></p> <p>El producto tiene como diferenciador de los demás de que no solamente cuenta con Omega 3, también cuenta con Omega 6 y 9 en su composición final, además de su fuente de vitamina E y antioxidantes, sumado a su bajo contenido de grasas saturadas y sobre todo es libre de colesterol.</p>
		<p style="text-align: center;"><i>Razones de selección producto por parte del grupo:</i></p> <p>Dado el análisis realizado anteriormente, arrojó unos resultados positivos en el consumo de este producto, donde encontramos una alta demanda de este producto en los hogares, además según las tendencias actuales y la</p>

necesidad del cuidado de la alimentación, el uso de este tipo de aceites ha incrementado a lo largo de los años, ya que es comprobado científicamente que es menos nocivo para nuestro organismo cocinar con este tipo de aceite.

Imagen del producto:

Estas son las distintas presentaciones del producto:

- **Presentación botella 500 cc:**



- **Presentación botella 1.000 cc:**



- **Presentación botella 2.000 cc:**



- **Presentación botella 4.000 cc:**



Fuente: Elaboración propia

4. Anteproyecto

4.1 Problema

4.1.1 Identificación

Según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) el aceite de canola ocupa el tercer lugar entre los aceites vegetales más consumidos a nivel mundial y en el mercado latinoamericano Colombia cuenta con el 37,7% de la producción en aceites y grasas (Procolombia). Estos dos factores claves representan una oportunidad comercial para que Harinera del Valle promueva el valor nutricional del aceite Canola Life en el mercado internacional.

4.1.2 Formulación

¿Qué tan viable es la exportación del aceite Canola Life a un nuevo mercado internacional para que represente una oportunidad comercial significativa en Harinera del Valle?

4.1.3 Descripción

La canola se ubica en el segundo lugar como planta oleaginosa cultivada en el mundo, y no sólo se utiliza en la fabricación de aceites para ensaladas y frituras, sino también en la elaboración de margarinas, mantecas y otros productos alimenticios. El aceite extraído de esta planta es el tercer aceite vegetal más producido y consumido a nivel mundial, después del de palma y soya. Para el año 2018 el consumo mundial de oleaginosas estuvo representado en 234 millones de toneladas de las cuales el aceite de canola tuvo una participación del 14% que equivale a 32,76 millones de toneladas. (Fedepalma, 2019)

En Colombia, la cadena productiva de las oleaginosas, aceites y grasas ocupa el quinto lugar dentro del macro sector agroindustrial. De hecho, la producción de este sector corresponde al 10% del PIB de la agroindustria. Según el informe sectorial de Procolombia, la entidad llegó a catalogar al país como potencia mundial en aceites y grasas a partir del año 2008, cuando incrementó sus exportaciones en un 85%, por otro lado, el sector ha venido presentando una evolución creciente tanto en su componente de oferta como en la demanda. Entre 2013 y 2016, aumentó la producción en un 44,2%, hasta lograr USD \$4.973 millones.

Los consumidores internacionales se inclinan cada vez por una dieta más sana buscando que los aceites eliminen la grasa trans, minimicen el riesgo cardiovascular e incluyan ingredientes para la fortificación, por otro lado, evalúan con más detalle la composición nutricional e ingredientes de un producto y se inclinan por opciones naturales y más saludables. Los ensayos clínicos y los estudios revelan que el consumo de aceite de canola en lugar de otros

aceites de cocina contribuye favorablemente en el organismo y ofrece mejoras significativas individuales para la salud y el aumento del metabolismo, es por esto que gracias a las ventajas competitivas del aceite Canola Life se considera que su comercialización internacional resultaría en una oportunidad de expansión y posicionamiento clave para Harinera del Valle S.A.

4.2. Justificación

La investigación propuesta busca que mediante la aplicación de conceptos teóricos y prácticos se conozcan las oportunidades comerciales que tiene el producto aceite Canola Life dentro de nuevos mercados internacionales para que este obtenga un buen nivel de aceptación y represente un beneficio económico para Harinera del Valle S.A.

El éxito internacional de este producto se basa en el cambio prominente de los consumidores en los patrones alimenticios donde se ha visto una transición de productos animales a vegetales. Por otro lado, la creciente conciencia sobre el valor nutricional, la alta demanda de grasas y aceites dietéticos, la necesidad de frenar problemas de salud como las enfermedades cardiovasculares o el cáncer son factores que ha llevan al aumento del consumo de aceite de canola a nivel mundial. También se espera que la creciente industria alimentaria y su objetivo de producir alimentos saludables para los consumidores impulsen el mercado de este aceite. (Transparency Market Research, 2016).

En el 2018 Colombia figuró dentro del top tres de exportadores de aceites y grasas en el sector de América Latina con una participación del 9,64% y un valor exportado de 631 millones de dólares, cabe resaltar que la producción nacional de aceites y grasas superan a Ecuador, Costa Rica y Brasil juntos, lo cuales producen en la región cerca del 34%, frente al 37,7% de Colombia. El desempeño en este sector resulta ser una ventaja competitiva para llevar a cabo procesos de internacionalización que den pie al éxito en nuevos mercados para las empresas nacionales.

Con esta investigación, se obtendrá una visión global del mercado de los aceites de canola, conociendo el público objetivo, la fluctuación en la oferta y demanda, las diferencias con la competencia y los costos manejados en el mercado. Al lograr esclarecer este panorama mundial del producto se podrá conocer el nivel competitivo de la empresa y los estándares exigidos por el comercio exterior al que se planea exportar el aceite de Canola Life logrando determinar cuál sería su participación en dicho mercado.

4.3. Objetivos

4.3.1 Objetivo General

Formular una estrategia de internacionalización que le permita a Harinera del Valle S.A. identificar las oportunidades comerciales y de distribución que tiene el producto aceite Canola Life a fin de posicionarse en un nuevo mercado y lograr la expansión de la compañía.

4.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar mediante el análisis financiero la factibilidad que tiene Harinera del Valle S.A. de producir en calidad de exportación el aceite Canola Life y lograr su posicionamiento en un nuevo mercado.
- Diseñar una ruta logística viable para la exportación de aceite de canola a través de un análisis del manejo portuario que demarque los aspectos críticos a tener en cuenta dentro de un proceso eficaz y completo.
- Identificar un mercado potencial determinando la demanda, capacidad de penetración y nivel de aceptación del aceite de canola para hacer un uso correcto de los aspectos técnicos y legales de la empresa.
- Realizar un diagnóstico de la empresa determinando el tipo de estrategia internacional más adecuado para comercializar el aceite Canola Life.

4.4. Cronograma

Tabla 19. Cronograma de actividades

Actividad por realizar	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.
Diagnóstico del sector “Alimentos procesados”	x				
Análisis financiero de Harinera del Valle S.A.	x				
Selección del producto a trabajar.		x			
Formulación del problema de investigación y definición de los objetivos.		x			
Preselección de mercados.			x		
Análisis del mercado objetivo.			x		
Diseño de estrategia de inmersión.			x		
Desarrollo de la cadena logística e Incoterm a usar.				x	
Descripción de la cadena de distribución física internacional.				x	

Costeo de la cadena logística y distribución física internacional.				X	
Estrategia de comercialización del producto.					X
Evaluación financiera.					X
Sustentación final.					X

Fuente: Elaboración propia

5. Selección de mercados

5.1. Selección de país

5.1.1 Principales importadores

Según datos de Trade Map, el valor total de las importaciones sin discriminar país de origen de la subpartida arancelaria 151411 a nivel mundial fue de \$ 3.844.825 miles USD para 2019. En la siguiente tabla se relacionan los diez países con mayor participación dentro de estas importaciones.

Tabla 20. Países con mayor participación en la importación de la subpartida 151411 en 2019

País	Participación (%)
China	10%
Alemania	6,4%
Francia	6,16%
Países Bajos	4,97%
Chile	4,85%
Estados Unidos	3,8%
Irlanda	3,18%
Canadá	3,17%
Polonia	2,92%
Brasil	2,44%

Fuente: Trade Map

5.1.2 Principales destinos de las exportaciones

Según datos de Trade Map, el valor total de las exportaciones realizadas por Colombia de la subpartida arancelaria 151411 a nivel mundial fue de \$ 16.350 miles USD para 2019. En la siguiente tabla se relacionan los diez países con mayor participación dentro de estas exportaciones.

Tabla 21. Países con mayor participación en las exportaciones colombianas de la subpartida 151411 en 2019

País	Participación (%)
Panamá	37,86%
Chile	16,59%
Guatemala	10,62%
Bolivia	10,13%
Zona Franca	7,34%
Estados Unidos	6,50%
Venezuela	6,26%
Ecuador	2,34%
República Dominicana	1,41%
Australia	1,06%

Fuente: Trade Map

5.1.3 Acuerdos Comerciales

En la siguiente tabla se relacionan aquellos acuerdos comerciales que están vigentes entre Colombia con los países que tienen la mayor participación dentro de las importaciones a nivel mundial y las exportaciones colombianas de la subpartida arancelaria 151411, basados en los datos suministrados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para el año 2020.

Tabla 22. Acuerdos comerciales vigentes entre Colombia y principales socios comerciales de la subpartida 151411

País	Acuerdo Comercial
Alemania	Acuerdo de libre comercio (Colombia – Unión Europea)
Bolivia	Unión aduanera (CAN)
	Acuerdo comercial preferencial (MERCOSUR)
Brasil	Acuerdo de complementación económica (Colombia – Brasil)
	Acuerdo comercial preferencial (MERCOSUR)
Canadá	Acuerdo de libre comercio (Colombia – Canadá)
Chile	Acuerdo de libre comercio (Colombia – Chile)
	Mecanismo de Integración Profunda (Alianza del pacífico)
Ecuador	Unión aduanera (CAN)
	Acuerdo de libre comercio (Colombia, Perú y Ecuador – Unión Europea)
Estados Unidos	Acuerdo de libre comercio (Colombia – Estados Unidos)
Francia	Acuerdo de libre comercio (Colombia y Perú – Unión Europea)
	Acuerdo de libre comercio (Colombia, Perú y Ecuador – Unión Europea)
Guatemala	Acuerdo de libre comercio (Colombia – Triángulo Norte)

Irlanda	Acuerdo de libre comercio (Colombia y Perú – Unión Europea)
Países Bajos	Acuerdo de libre comercio (Colombia y Perú – Unión Europea)
	Acuerdo de libre comercio (Colombia, Perú y Ecuador – Unión Europea)
Panamá	Acuerdo de libre comercio (Colombia – Panamá)
Polonia	Acuerdo de libre comercio (Colombia y Perú – Unión Europea)
Venezuela	Acuerdo comercial preferencial (Colombia – Venezuela)

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

5.1.4 Preselección de Mercados

Los países con mayor potencial para exportar el aceite Canola Life de Harinera del Valle S.A. son aquellos que cumplen con las características de estar entre los mayores importadores a nivel mundial, ser de los principales destinos de las exportaciones colombianas de la subpartida arancelaria 151411 y que cuenten actualmente con acuerdos comerciales vigentes con Colombia. Basado en el estudio de mercados realizado y teniendo en cuenta las características anteriormente mencionadas se concluye que los países con los que se realizará una matriz de selección de mercado son:

- Panamá
- Chile
- Guatemala

5.1.5 Diligenciamiento de Matriz Selección de Mercado

En la siguiente matriz de selección de mercado se realiza un estudio de 26 diferentes variables que afectan tanto positiva como negativamente a Harinera del Valle S.A. al momento de realizar el proceso de internacionalización del aceite Canola Life hacia cada uno de los mercados previamente seleccionados (Panamá, Chile y Guatemala), los tipos de variables analizadas se encuentran divididas entre las categorías de comercio exterior, logística, macroeconomía, política y cultura. A cada una de estas variables se le asignó un porcentaje de peso en relación con cuánto podría afectar a la empresa al momento de ingresar a este nuevo mercado.

Se obtuvo como resultado final que el país más atractivo para la internacionalización del aceite Canola Life es Chile, ya que presenta una mayor cantidad de variables que resultan siendo beneficiosas para la empresa en este proceso de exploración de un nuevo mercado. Chile obtiene la puntuación más alta (3,96) dentro de los tres países estudiados.

Tabla 23. Matriz de selección de mercado

TIPO	VARIABLE	PANAMÁ	P	C	R
Comercio exterior	Importaciones (USD millones)	\$41.829	2%	3	0,06
	Variación de las importaciones (%)	-2%	2%	3	0,06
	Concentración de las importaciones - Principales proveedor (%)	China (19,8%) Estados Unidos (18,5%) Singapur (6,9%)	2%	5	0,10
	Importaciones per cápita (USD)	\$5.342	2%	5	0,10
	Importaciones de aceite de canola (USD miles)	\$11.699	8%	3	0,24
	Variación de las importaciones de aceite de canola (%)	6%	2%	1	0,02
	Exportaciones colombianas (FOB) (USD miles)	\$2.815.987	4%	5	0,20
	Variación de las exportaciones colombianas (%)	-4%	2%	3	0,06
	Exportaciones colombianas de aceite de canola (USD miles)	\$6.190	8%	5	0,40
	Variación de las exportaciones colombianas de aceite de canola (%)	-4%	2%	3	0,06
	Arancel general vs Arancel preferencial a Colombia	MFN: 10%	8%	3	0,24
	Impuestos adicionales	IVA: 7%	4%	5	0,20
	Restricciones técnicas	Requisito de autorización por motivos sanitarios y fitosanitarios para la importación de determinados productos, límites de tolerancia para residuos o contaminación por determinadas sustancias (no microbiológicas), requisitos de etiquetado, criterios microbiológicos del producto final, requisitos higiénicos, requisito de certificación, requisito de pasar por un puerto de aduanas especificado.	3%	1	0,03

Logística	Medio de transporte	16 navieras con 3 días de transito directo	2%	5	0,10
	Frecuencias	Semanal	2%	5	0,10
	Índice de desempeño logístico (Puesto)	38	8%	3	0,24
	Tarifas USD	380 + 7%	2%	5	0,10
Macroeconómicas	PIB (USD miles de millones)	\$65,06	4%	1	0,04
	PIB per cápita (USD)	\$15.575,07	3%	3	0,09
	Inflación (%)	-0,4%	2%	5	0,10
	Devaluación (%)	0%	2%	3	0,06
Políticas	Sistema de gobierno	República presidencial	2%	5	0,10
	Acuerdos comerciales	Acuerdo de libre comercio suscrito	8%	1	0,08
	Riesgo de no pago	BBB+	4%	3	0,12
Culturales	Exceso de colesterol en la sangre (OMS) (%)	42,8%	8%	3	0,24
	Gasto en consumo de salud per cápita (USD)	\$1.112,3	4%	3	0,12
TOTAL			100%		3,26

TIPO	VARIABLE	CHILE	P	C	R
Comercio exterior	Importaciones (USD millones)	\$69.574	2%	5	0,10
	Variación de las importaciones (%)	-2,12%	2%	1	0,02
	Concentración de las importaciones - Principales proveedor (%)	China (23,8%) EEUU (19,3%) Brasil (8,1%)	2%	3	0,06
	Importaciones per cápita (USD)	\$3.715	2%	3	0,06
	Importaciones de aceite de canola (USD miles)	\$186.322	8%	5	0,40
	Variación de las importaciones de aceite de canola (%)	40%	2%	5	0,10
	Exportaciones colombianas (FOB) (USD miles)	\$967.863	4%	3	0,12
	Variación de las exportaciones colombianas (%)	-18,7%	2%	1	0,02

	Exportaciones colombianas de aceite de canola (USD miles)	\$2.713	8%	3	0,24
	Variación de las exportaciones colombianas de aceite de canola (%)	-22%	2%	5	0,10
	Arancel general vs Arancel preferencial a Colombia	MFN: 6% Alianza pacífico: 0% Aladi: 4,80% TLC: 0%	8%	5	0,40
	Impuestos adicionales	IVA: 19%	4%	1	0,04
	Restricciones técnicas	Requisito de autorización por motivos sanitarios y fitosanitarios para la importación de determinados productos, límites de tolerancia para residuos o contaminación por determinadas sustancias (no microbiológicas), requisitos de etiquetado, criterios microbiológicos del producto final, requisitos higiénicos, requisito de certificación, requisito de pasar por un puerto de aduanas especificado.	3%	1	0,03
Logística	Medio de transporte	15 navieras con 7 días de transito directo	2%	1	0,02
	Frecuencias	Semanal	2%	5	0,10
	Índice de desempeño logístico (Puesto)	34	8%	5	0,40
	Tarifas USD	450 + 6%	2%	1	0,02
Macroeconómicas	PIB (USD miles de millones)	\$298,2	4%	5	0,20
	PIB per cápita (USD)	\$15.923,36	3%	5	0,15
	Inflación (%)	2,6%	2%	3	0,06
	Devaluación (%)	-3,39%	2%	1	0,02
Políticas	Sistema de gobierno	República presidencial	2%	5	0,10
	Acuerdos comerciales	Acuerdo de libre comercio (Colombia – Chile) Mecanismo de Integración Profunda (Alianza del pacífico) Comunidad Andina de Naciones (CAN)	8%	5	0,40
	Riesgo de no pago	A+	4%	5	0,20

Culturales	Exceso de colesterol en la sangre (OMS) (%)	48,6%	8%	5	0,40
	Gasto en consumo de salud per cápita (USD)	\$1.381,99	4%	5	0,20
TOTAL			100%		3,96

TIPO	VARIABLE	GUATEMALA	P	C	R
Comercio exterior	Importaciones (USD millones)	\$21.076	2%	1	0,02
	Variación de las importaciones (%)	6,47%	2%	5	0,10
	Concentración de las importaciones - Principales proveedor (%)	Estados Unidos (41,9%) China (11,3%) México (11,2%)	2%	1	0,02
	Importaciones per cápita (USD)	\$1.222	2%	1	0,02
	Importaciones de aceite de canola (USD miles)	\$8.494	8%	1	0,08
	Variación de las importaciones de aceite de canola (%)	16%	2%	2	0,04
	Exportaciones colombianas (FOB) (USD miles)	\$342.033	4%	1	0,04
	Variación de las exportaciones colombianas (%)	15,7%	2%	5	0,10
	Exportaciones colombianas de aceite de canola (USD miles)	\$1.737	8%	1	0,08
	Variación de las exportaciones colombianas de aceite de canola (%)	112%	2%	5	0,10
	Arancel general vs Arancel preferencial a Colombia	MFN: 15%	8%	1	0,08
	Impuestos adicionales	IVA: 12%	4%	3	0,12
	Restricciones técnicas	No se requiere licencias de importación, aunque las importaciones de ciertos productos relacionados a la salud, seguridad, y protección del medio ambiente están sujetas a permisos previos de importación.	3%	3	0,09

Logística	Medio de transporte	16 navieras con 6 días de tránsito directo	2%	3	0,06
	Frecuencias	Semanal	2%	5	0,10
	Índice de desempeño logístico (Puesto)	125	8%	1	0,08
	Tarifas USD	420 + 10%	2%	3	0,06
Macroeconómicas	PIB (USD miles de millones)	\$78,46	4%	3	0,12
	PIB per cápita (USD)	\$4.549,0	3%	1	0,03
	Inflación (%)	3,7%	2%	1	0,02
	Devaluación (%)	1%	2%	5	0,10
Políticas	Sistema de gobierno	República presidencial	2%	5	0,10
	Acuerdos comerciales	Acuerdo de libre comercio (Colombia – Triángulo Norte)	8%	3	0,24
	Riesgo de no pago	BBB+	4%	3	0,12
Culturales	Exceso de colesterol en la sangre (OMS) (%)	27,7%	8%	1	0,08
	Gasto en consumo de salud per cápita (USD)	\$259,94	4%	1	0,04
TOTAL			100%		2,04

Fuente: Elaboración propia

5.2. Condiciones de Acceso

5.2.1 Acuerdos Comerciales que Favorecen la Operación

Acuerdos y tratados Bilaterales

Chile y Colombia, a través de su historia, han suscrito una gran cantidad de tratados de diversa índole. Entre estos se pueden, entre otros, mencionar los siguientes: El Memorándum de Entendimiento para la Asociación Estratégica entre la República de Chile y la República de Colombia que tiene como objeto el fortalecimiento de la relación bilateral, el Acuerdo de Libre Comercio entre las Repúblicas de Chile y Colombia, que constituye un Protocolo Adicional al ACE N° 24, el Convenio de Seguridad Social, el Convenio para evitar la doble imposición y para prevenir la evasión fiscal en relación al impuesto a la renta y al patrimonio, el Convenio Básico de Cooperación Técnica y Científica entre el Gobierno de la República de Chile y el Gobierno de la República de Colombia.

Cooperación Internacional

La cooperación bilateral oficial entre Chile y Colombia se enmarca en el diálogo y la agenda común generada a partir de las reuniones de las Comisiones Mixtas de Cooperación Técnica

y Científica que se llevan a cabo bienalmente, y que cuentan con su correspondiente mecanismo de evaluación y seguimiento. El grupo técnico de trabajo de dichas Comisiones está compuesto, por parte de Colombia, por la Dirección de Cooperación Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores y por la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional, y por parte de Chile por la Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

En la actualidad, está vigente el Programa de Cooperación 2018-2020, acordado en la IX Reunión de la Comisión Mixta de Cooperación Técnica y Científica, realizada en Santiago, el 03 de septiembre de 2018, cuyos proyectos están orientados a las áreas de prevención y control de tormentas de fuego; construcción de memoria histórica, liderazgo social y energía.

Por otra parte, Chile entiende la Cooperación Sur-Sur como una cooperación técnica y no financiera, la que se realiza mediante acciones directas y proyectos, e implica concentrar esfuerzos en traspasar capacidades y conocimientos, principalmente, en materias de políticas públicas y en formación de recursos humanos. También se debe destacar la permanente presencia de profesionales colombianos que han sido beneficiados con becas de capacitación y formación en las principales universidades gestionadas por la AGCID y el Gobierno de Chile.

5.2.2 Solicitud de Vistos Buenos en Colombia

Para la partida arancelaria 15.14.11 correspondiente a “Aceites de nabo (de nabina), colza o mostaza, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente. Aceites de nabo (de nabina) o de colza con bajo contenido de ácido erúxico y sus fracciones: Aceites en bruto” se tienen en cuenta los siguientes vistos buenos para exportar hacia Chile:

- Certificado de inspección sanitaria para la exportación de alimentos y materias primas (INVIMA) al momento de embarcar y desembarcar la mercancía.
- Certificado fitosanitario que lo entrega el Instituto Colombiano Agropecuario es necesario al momento de embarcar y desembarcar la mercancía.

5.2.3 Condiciones Arancelarias

El producto 15.14.11 con la abreviación de “Grasas y aceites animales o vegetales” cuenta con varios tratados (Arancel preferencial para Colombia y arancel por pertenecer a la alianza del pacifico) en el cual se le aplica el 0% de arancel y 0% de Equivalente Ad Valorem con el cual pueden ingresar el producto de cualquiera de las dos maneras, ya que el producto se verá beneficiado por dichos acuerdos.

Gráfica 32. Condiciones arancelarias de Chile para Colombia de la subpartida 151411

Derechos de aduana ①

Por producto 15141100 – Aceites de nabo (de nabina) colza o mostaza y sus fracciones incluso refinados pero sin modificar químicamente: Aceites de nabo (de nabina) o de colza con bajo contenido de ácido erúxico y sus fracciones: Aceites en bruto

Exportado desde **Colombia a Chile**

Año arancelario: **2019 (HS Rev.2017)**

Fuente: ITC (Market Access Map)

Régimen arancelario ①	Arancel aplicado ①	EAV ①	Nota
MFN duties (Applied) ④	6%	6%	
Preferential tariff (AAP:CE24) for Colombia ④	0%	0%	Detalles del acuerdo comercial ▼
Preferential tariff for Pacific Alliance countries ④	0%	0%	Detalles del acuerdo comercial ▼
Regional tariff preference (Aladi: AR.PARA) for Colombia ④	4.80%	4.80%	Detalles del acuerdo comercial ▼

Fuente: Mac Map

5.2.4 Condiciones No arancelarias

Dentro de las condiciones no arancelarias de acceso al mercado chileno es necesario cumplir ciertos requerimientos con respecto a documentos para el ingreso de mercancías. Estos documentos son los siguientes:

- Factura comercial original (puede ser necesaria más de una copia), preferiblemente en español con la siguiente información: nombre y dirección del exportador, nombre y dirección del consignatario, número de paquetes, descripción de los bienes, número y fecha del “informe de importación”, valores FOB o CIF, y precio unitario.
- La factura comercial también debe contener la siguiente declaración: “certificamos que todos los datos contenidos en esta factura son exactos y verdaderos y que el origen de la mercancía es.....” (el país de origen de la mercancía.)
- AWB o Bill of Lading son obligatorias para todos los envíos. De no adjuntarse este documento no se podrán iniciar los trámites aduaneros para cargas con destino a Chile ni para cargas en tránsito.

5.2.4.1 Medidas sanitarias y fitosanitarias

Chile aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de junio de 2005 y el Servicio Agrícola y Ganadero de Chile está a cargo de hacer cumplir la norma. Esta medida reduce el riesgo de dispersión de plagas relacionadas con el embalaje de madera, la medida recae en: Pallets, Estibas, Bloques, Cajas y demás empaques y embalajes de madera. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca.

5.2.4.2 Normas de etiquetado

En el *Reglamento sanitario de los alimentos* concebido en el Decreto N°977/96 (d.of. 13.05.97) de La República de Chile y el Ministerio de Salud se demarcan todas las condiciones sanitarias a que deberá ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población chilena garantizando el suministro de alimentos sanos e inocuos.

En el **Artículo 107** de dicho decreto se establece que todos los productos alimenticios que se almacenen transporten o expendan envasados deberán llevar un rotulo o etiqueta que contenga la información siguiente:

Nombre del alimento: El nombre deberá indicar la verdadera naturaleza del alimento en forma específica. Sin perjuicio del nombre podrá indicarse su marca comercial. Junto al nombre o muy cerca del mismo, deberán aparecer las palabras o frases adicionales necesarias para evitar que se induzca a error o engaño respecto a la naturaleza y condición física auténtica del alimento.

Contenido neto: Expresado en unidades del sistema métrico decimal o del sistema internacional, mediante el símbolo de la unidad o con palabra completa. No deberá acompañar a los valores del contenido neto ningún término de significado ambiguo.

País de origen: Debe indicarse en forma clara, tanto en los productos nacionales como en los importados, conforme a las normas de rotulación establecidas en el (decreto No 297, de 1992).

Fecha de elaboración o fecha de envasado del producto: Esta deberá ser legible, se ubicará en un lugar del envase de fácil localización y se indicará en la forma y orden siguiente:

- El día (dos dígitos)
- El mes (dos dígitos o tres primeras letras)
- El año (dos últimos dígitos)

La industria podrá identificar la fecha de elaboración con la clave correspondiente al lote de producción. En este caso los registros de esta última deberán estar disponibles en todo momento a la autoridad sanitaria.

Fecha de vencimiento o plazo de duración del producto: Esta información se ubicará en el envase en un lugar fácil de localizar. La fecha de vencimiento se indicará en la forma y orden establecido para la fecha de elaboración. El plazo de duración se indicará en términos de días, meses o años según corresponda, utilizando siempre unidades enteras.

Ingredientes: En el rótulo deberá figurar la lista de todos los ingredientes y aditivos que componen el producto, con sus nombres específicos, en orden decreciente de proporciones,

con la excepción correspondiente a los saborizantes/aromatizantes, de acuerdo a lo establecido en el artículo 136 del mismo decreto.

Aditivos: Se debe indicar en el rótulo la incorporación de aditivos, en orden decreciente de concentraciones, con sus nombres específicos, con las excepciones indicadas en el título correspondiente.

Información nutricional (artículo 115): Todos los alimentos envasados listos para su entrega al consumidor final deberán obligatoriamente incorporar en su rotulación la siguiente información nutricional:

- Valor energético o energía expresado en calorías, proteínas, grasas totales, hidratos de carbono disponibles o carbohidratos disponibles y azúcares totales, en gramos y el sodio en miligramos.
- La cantidad de cualquier otro nutriente o factor alimentario, como fibra dietética y colesterol, acerca del que se haga una declaración de propiedades nutricionales y/o saludables.

Instrucciones para el almacenamiento: Indicar en la etiqueta las condiciones especiales que se requieran para la conservación del alimento. En caso de que, una vez abierto el envase, el producto necesite de refrigeración u otro ambiente especial, deberá también señalarse en la rotulación.

Instrucciones para su uso: El rótulo debe contener las instrucciones que sean necesarias sobre el modo de empleo.

En el caso de los productos importados: El nombre y domicilio del importador. El importador estará obligado a mantener un registro de todas las partidas internadas al país, por un plazo mínimo de 90 días posteriores a la fecha de vencimiento o del plazo de duración del producto, según corresponda.

Este registro deberá incluir los antecedentes de la destinación aduanera, los antecedentes sanitarios del producto, la autorización de uso y consumo, las claves de los lotes de producción o fechas de elaboración, la fecha de vencimiento, el país de origen, tipo de producto, la marca comercial, el nombre del proveedor extranjero y estará, en todo momento, a disposición de la Autoridad Sanitaria.

5.2.4.3 Normas de empaque y embalaje

El embalaje: Los embalajes deben ser suficientemente resistentes para aguantar las condiciones meteorológicas (calor, humedad, etc.), el hurto y la manipulación. Los productos no deben ser embalados en paja, heno u otra materia vegetal. Si este tipo de embalaje es usado, se requieren certificados para probar que los materiales de embalaje fueron esterilizados y no contienen parásitos. Los pallets que ingresen con mercancías en el país,

por la NIMF N° 15 se exige un tratamiento y sello (“timbrado”) que certifique que la madera está fumigada.

Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado: Las etiquetas deben estar redactadas en español, pero se autoriza el uso de otros idiomas adicionales.

Unidades de medida autorizadas: Las medidas deben ser expresadas usando el sistema métrico.

5.2.4.4 Normas técnicas

El Instituto Nacional de Normalización (INN) es el organismo encargado de desarrollar la normalización técnica en Chile. Además, impulsa la certificación y gestión de la calidad, promueve la importancia y beneficios de estas actividades y participa en la normalización internacional representando al país ante los organismos internacionales, regionales y extranjeros que persigan fines análogos.

Chile es miembro desde 1947 de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) a través del INN. Las normas ISO son siempre de carácter voluntario. El INN no exige que un producto cuente con una certificación ISO para ser comercializado en Chile.

Sin embargo, los productos destinados para el consumo humano como alimentos están sujetos a análisis y aprobación por parte del Ministerio de Salud de Chile, el cual es el encargado de dictar las normas técnicas en cuanto a producción, distribución y comercialización de alimentos.

5.3 Producto, Precio, Punto de Venta y Promoción

5.3.1 Producto

Ilustración 2. Envase del Canola Life



Fuente: PR NEWSWIRE

El aceite Canola Life cuenta con las siguientes características físicas: líquido graso de origen vegetal color ambarino pálido con una textura viscosa de baja densidad, 100% extraído de semillas de canola prensadas con el contenido más bajo de grasa saturada en el mercado, libre de grasas trans y colesterol a su vez contiene omega 3, 6, 9 y vitamina E. Su sabor es suave, característico, libre de sabor extraño, a rancio o a solvente.

Su componente principal, la canola, es una planta con una flor de color amarillo vivo intenso, es de la familia de las plantas *Brassicaceae*, sus semillas son diminutas, similares a las semillas de amapola y contienen alrededor de 44% de aceite, más del doble del contenido de aceite de la soya.

Este producto cuenta con cuatro diferentes presentaciones al público que van desde los 500 cc hasta los 4.000 cc, estos están envasados en botellas PET con un peso aproximado de 25,10 gr, estos envases por sus propiedades de alta barrera y resistencia a la abrasión preservan con seguridad el interior de los productos en su estado original. Además, está demostrado, y así lo avalan las diferentes normativas de seguridad alimentaria, que se trata de un material seguro y no tóxico (Bisfenol-A), y resistente a los ataques de microorganismos, a su vez es el tipo de envase que tiene mayor aceptación en el mercado ya que le permite al consumidor final observar el color, comprobar su aspecto, analizar las diferencias entre las distintas variedades, así como diferenciar si el aceite es filtrado o sin filtrar para hacer su decisión de compra y preferencia.

Envasar el producto en plástico PET en lugar de cualquier otro tipo de material representa diferentes ventajas para Canola Life, al ser un material más barato y ligero le permite no encarecer innecesariamente el aceite y reducir los gastos de envío del producto al momento de la distribución, además de que es más resistente a roturas en comparación del vidrio.

El envase cuenta con dos etiquetas elaboradas en plástico film. La etiqueta frontal contiene el nombre de la marca Canola Life junto con su slogan “100% puro de canola” también se encuentra presente el contenido neto expresado en mililitros o litros, además de hacer mención de las características principales del producto como “bajo en grasa saturada”. Toda esta información está acompañada bajo un fondo solido azul rey, un corazón haciendo referencia a el beneficio para la salud y un campo de cultivo de canola. La etiqueta trasera presenta la información nutricional del producto, los ingredientes usados, información sobre la empresa fabricante, envasadora y distribuidora, código de barras y el número de registro sanitario. La tapa está elaborada en polietileno de alta densidad (HDPE) de 28 mm con aro de seguridad, y su color es a su vez el azul rey.

Ilustración 3. Etiquetado del aceite Canola Life



Fuente: Jumbo Colombia

Los principales competidores presentes en el mercado chileno son emperseas en su mayoría nacionales las cuales se han posicionado como marcas preferidas por el consumidor, sin embargo, se conoce que en Chile existe una gran oportunidad para comercializar el aceite de

canola debido a la buena aceptación por parte del consumidor chileno y a su vez la falta de oferta nacional que pocas veces suple la demanda total del producto. Las empresas que tienen una mayor trayectoria en este mercado son:

1. **Belmont:** Belmont, la marca líder en el mercado de aceites, invita a todos los chilenos a cuidarse a través de una alimentación saludable. Al contener canola en todas sus presentaciones, es la marca que cuida el corazón de los chilenos: la opción más saludable para cocinar. Belmont y la Fundación de la Sociedad Chilena de Cardiología (SOCHICAR) recomiendan el uso de aceite de canola por ser bajo en grasas saturadas y beneficioso para la prevención de enfermedades del corazón.
2. **Mazola:** El compromiso de Mazola es cumplir constantemente con las expectativas de los clientes, suministrando productos y servicios asociados de alta calidad. Mazola, en la elaboración de sus productos, pone especial cuidado en cada uno de los procesos necesarios, preservando el medio ambiente, respetando las normas y leyes vigentes e implementando métodos de producción regidos por estándares de calidad establecidos por la Organización Internacional de Estandarización (ISO) y otras entidades nacionales e internacionales.
3. **Cuisine & company:** Pese su nombre sería de origen italiano (la etiqueta está escrita en ese idioma). Solo se vende en los súper de capitales chilenos, pero pareciera ser que está envasada a pedido, por cuanto no hay web que identifique a la empresa elaboradora. Su precio es llamativamente barato si la consideramos como italiana.

Ilustración 4. Principales competidores en Chile



Fuente: Google

5.3.2 Precio



El precio que se le da al final al producto en el lugar de destino (en este caso, Chile), está dado en base a los costos directos e indirectos que tiene el producto, sumado a los gastos que acarrear la exportación de este y sus trámites (arancel, valor del flete, gastos de logística en aduana de salida y aduana de entrada, transportes hasta el destino y final, etc.) añadiéndole la utilidad que la empresa desea con el fin de que el producto sea rentable exportarlo y sea

sostenible en el mercado. En base a lo anterior, procedemos a realizar con algunas otras marcas de aceites que actualmente se comercializan en Chile con la finalidad de definir la estrategia adecuada de precio de venta al público y llegar a ser competitivos en este mercado.

En base a los precios dados por la competencia para la venta al público en base a su calidad y volumen y segmentación del mercado objetivo; se procede a analizarlos y promediarlos con el fin de crear el precio final de comercialización, como lo hacemos en Colombia, al momento de que si la persona quiere comprar más unidades (docena en adelante) el producto unitario le puede salir más económico puesto que se otorgaría un descuento.

Aunque también la empresa Harinera Del Valle S.A puede optar (con el fin de ahorrarse costos de estudios de mercadeo y obtener más ganancia) por vender el producto en un promedio de entre 2,297 Pesos Chilenos hasta 10,774 Pesos Chilenos (dependiendo de la presentación y del precio suministrado por el supermercado).

Tabla 24. Precios de las diferentes presentaciones del aceite Canola Life

Presentación botella 500 cc	Presentación botella 1.000 cc
 \$ 10.390	 \$ 15.990
Presentación botella 2.000 cc	Presentación botella 4.000 cc
 \$ 32.990	 \$ 51.990

Fuente: Elaboración propia

La empresa Harinera Del Valle S.A tiene sus aceites en las grandes superficies posicionadas en el mercado colombiano, como lo son Almacenes Carulla, Éxito, Más Por Menos, Jumbo, Almacenes Olímpica, entre otros. El precio del aceite de canola es variable dependiendo del supermercado donde se venda y de la presentación que se desea comprar.

Ilustración 5. Conversión de pesos colombianos a pesos chilenos

CONVERTIR PESOS COLOMBIANOS A PESOS CHILENOS			Añadir a Sitio
Convertir	De	a	
<input type="text" value="10390"/>	<input type="text" value="Peso Colombiano (COP)"/>	<input type="text" value="Peso Chileno (CLP)"/>	2.123,06 21/09/20 20:00 (UTC-5)
CONVERTIR PESOS COLOMBIANOS A PESOS CHILENOS			Añadir a Sitio
Convertir	De	a	
<input type="text" value="51990"/>	<input type="text" value="Peso Colombiano (COP)"/>	<input type="text" value="Peso Chileno (CLP)"/>	10.623,46 21/09/20 20:00 (UTC-5)

Fuente: Valuta.Fx (convertor de divisas)

En las anteriores conversiones, podemos ver el precio que tiene el aceite de canola de la presentación de 500 cc (más económico) y la presentación de 4.000 cc (más costoso) en la moneda nacional (peso colombiano) para convertirla a Peso Chileno y conocer cuánto cuesta.

Competencia en Chile

Los precios dados por la competencia en Chile se encuentran entre \$1,774 a \$2,899 Pesos Chilenos en la presentación de 1.000 cc, según la investigación realizada, nuestros competidores solamente comercializan dicho aceite en la presentación de 1.000 cc, siendo un plus para la empresa Harinera Del Valle S.A, ya que esta lo comercializa en cuatro diferentes presentaciones (500 cc, 1.000 cc, 2.000 cc y finalmente 4.000 cc).

Ilustración 6. Precios promedio del aceite de canola en el mercado chileno

		
Aceite canola 1 L	Aceite de Canola, Belmont, 1L	Aceite Mazola de canola 1 L
1 un Cuisine & Co \$ 1.799	1 un Belmont \$ 2.479	1 un Mazola \$ 2.899
<input type="button" value="Agregar"/>	<input type="button" value="Agregar"/>	<input type="button" value="Agregar"/>

Fuente: Jumbo Chile

Las anteriores imágenes corresponden a algunos de nuestros competidores en Chile.

5.3.3 Punto de Venta

Harinera Del Valle S.A cuenta con una gran capacidad de producción de sus productos con un total de 9,800 toneladas mensuales, destinando solamente para sus aceites de Canola Life alrededor de 4.100 toneladas empacadas de aceite de canola (Empacadas y etiquetadas en sus diferentes presentaciones), logrando suplir el mercado colombiano y pudiendo suplir el mercado chileno.

Iniciaremos la comercialización del Aceite de Canola Life de la empresa colombiana Harinera Del Valle S.A al mercado chileno ya que teniendo en cuenta la matriz de selección de países potencialmente objetivos (Guatemala, Panamá y Chile) junto con sus diferentes variables que analizan aspectos de comercio exterior, logístico, variables macroeconómicas, aspectos políticos y culturales pudimos conocer de primera mano el gran potencial que tiene el mercado de Chile.

Por lo anterior, la empresa Harinera Del Valle S.A diseñó tres grandes estrategias para lograr entrar al mercado chileno de manera efectiva y logrando las metas trazadas:

- Se desarrollará una distribución directa a los grandes supermercados, entre ellos está Wal Mart (Y sus filiales Líder Express, Hiper Líder, Ekono, A Cuenta), Cencosud (Con las filiales Jumbo y Santa Isabel), SMU Group con su cadena Unimarc y Tottus que actualmente es propiedad de Falabella. Con lo anterior, se busca que el producto llegue a la mayor cantidad de hogares de la manera más rápida posible, ya que en los supermercados es la manera más eficiente de lograrlo por su gran cantidad de público que va todos los días.
- Distribución Directa – Mayorista, esto con el fin de que establecimientos comerciales no tan grandes como un supermercado (Es decir, micro mercados) que se encuentran en distintas localidades en las que los supermercados se encuentran lejos o no han logrado acceder, los clientes puedan comprar nuestro aceite de canola.
- Distribución Tienda a Tienda, con el fin de que pequeñas tiendas de distritos, comunas o barrios puedan comercializar nuestros productos y lograr entrar a todas las posiciones económicas (Que no existe barrera económica) para comprar nuestro producto.

Con las anteriores estrategias, podríamos identificar a nuestros clientes con mayor rapidez, ya que nos encontramos en la mayor cantidad de puntos posibles (Desde grandes supermercados hasta pequeñas tiendas), pudiendo analizar en qué estrategia se puede comercializar más y sobre todo conociendo las tendencias de consumo y sus preferencias, logrando mejorar falencias en cuanto a distribución (Tiempos de entrega, presentaciones, calidad, etc.) a lo cual lograremos satisfacer las necesidades de los clientes logrando entrar satisfactoriamente a competir con los competidores chilenos.

5.3.4 Promoción

Teniendo en cuenta la naturaleza del producto y las condiciones del mercado, se pretende aplicar la estrategia Push para generar exposición del producto y conciencia del consumidor sobre el aceite Canola Life. Esta estrategia a su vez será útil para la empresa ya que establecer un canal de venta y buscar distribuidores efectivos para ayudar a promover el producto. Por otro lado, la demanda puede ser predecible y previsible ya que de esta forma Harinera del Valle S.A. podrá producir y enviar el producto necesario para los consumidores finales. Dentro de las actividades que se tendrán en cuenta a la hora de aplicar la estrategia de promoción se tiene:

a. Promotora comercial: Para la promoción del aceite Canola Life en Chile se buscará un promotor agradable y competitivo que impulse a atraer nuevos clientes. La persona seleccionada contará con un stand en el supermercado y jugará un papel fundamental en el logro de los objetivos de la empresa a través de las siguientes actividades:

- Informar sobre los beneficios que conllevan el consumo de aceite de canola y mencionar los aspectos diferenciadores de la marca Canola Life.
- Entregar muestras de producto en los cuales se hizo uso del aceite Canola Life.
- Hacer reparticiones de folletos y volantes, dentro del supermercado para generar nuevas oportunidades de ventas y dar a conocer la marca.

b. Publicidad en catálogo de productos: La mayoría de los fabricantes de alimentos dedican una gran parte de sus presupuestos a la publicidad y promoción en colaboración con las cadenas minoristas de alimentos; quienes realizan en gran medida la publicidad de sus productos disponibles a través de periódicos y folletos por esta razón se posicionará el aceite Canola Life en el catálogo de los supermercados con los que se trabajará. Esta aparición se hará mensualmente ayudando al consumidor a tener la marca más presente y recordar su disponibilidad en el mercado.

Ilustración 7. Actividades de promoción en Chile



Fuente: As imágenes, Supermercado La Cadena y Amazon

c. Obsequio: El uso de productos promocionales para impulsar el reconocimiento de la marca ha sido una herramienta poderosa en el mercado chileno. De esta manera se utilizará mercancía promocional de la empresa como una forma llamativa para atraer la atención del consumidor, se entregará un dispensador de aceite con cepillo aplicador coleccionable de diferentes colores como obsequio por cada unidad de compra.

6. Estrategia de inmersión

6.1 Selección y justificación

Para Harinera del Valle S.A se considera que la estrategia genérica más oportuna y puntual es la exportación, la empresa ya ha llegado a un punto de solidez, lleva más de 65 años acompañando a las familias colombianas, como una de las compañías más importantes del país en la producción y comercialización de alimentos procesados.

Sus buenos indicadores financieros han demostrado que cuenta con toda la capacidad monetaria requerida. En adición a ello, se cuenta con la tecnología, maquinaria y la producción que se precisa para abastecer el mercado nacional e internacional que en este caso sería Chile. Dentro de su visión destacan ser una organización innovadora, rentable y sostenible con soluciones y marcas irresistibles que generan experiencias únicas en los mercados y a esto es lo que le apunta Chile, empresas que generen valor, innovación y sobre todo que sean sostenibles.

Otra de las razones por la cual se realiza la elección de esta estrategia son los diferentes acuerdos comerciales que se tienen con el país destino facilitan las formalidades a las que se debe atener la empresa exportadora.

6.2 Explicación de la propuesta

La estrategia de inmersión a Chile se dará mediante el modelo de exportación directa a través distribuidor en destino, siendo Harinera del Valle S.A. el exportador final frente a fines legales, contables y estadísticos. Este modelo consiste en un sistema de comercialización en el exterior mediante contacto directo de la empresa exportadora con sus clientes en el país de destino. De esta manera la empresa tendrá un mayor control sobre las actividades de distribución si se compara con las demás modalidades de acceso, disponiendo de sus propios canales y entrando en contacto directo con su público objetivo. Por otro lado, administrará todo el proceso logístico de exportación, contactará directamente con intermediarios o clientes en el mercado de origen y se hará cargo de todos los trámites para llevar el aceite

Canola Life hacia Chile, asumiendo así las negociaciones y los riesgos financieros que conlleva esta operación.

La forma en la que se llevará a cabo esta exportación directa será a través de un distribuidor cuyo papel consiste en adquirir el producto, importarlo realizando todos los trámites correspondientes, almacenarlo, venderlo y entregarlo físicamente al siguiente escalón de la distribución, que en principio serían los supermercados chilenos. Se espera que el distribuidor mantenga un stock suficiente de productos y que se haga cargo de los servicios pre y postventa, liberando al productor de tales actividades. Incluso si se trata de un intermediario, la exportación sigue siendo directa porque este sigue siendo un cliente basado en el mercado objetivo.

Un distribuidor puede importar el producto de manera exclusiva o no exclusiva, según se pacte en el contrato de distribución. Harinera del Valle S.A. optará por nombrar a un distribuidor exclusivo. A cambio de estos derechos de exclusividad, el distribuidor está obligado a dedicar sus mejores esfuerzos a la comercialización de los productos y tendrá que cumplir con cuotas mínimas de ventas especificadas en el contrato de colaboración. Por su parte, este modelo implica pocos riesgos y permiten una involucración internacional creciente de la empresa a medida que se gana experiencia y conocimiento del mercado.

La empresa electa para el manejo exclusivo de la distribución en Chile es ALIACE SpA, una empresa líder en la importación de aceites comestibles refinados para el uso doméstico y para la elaboración de productos que abastecen el mercado Horeca y la industria alimentaria. Cuenta con una trayectoria de más de 28 años en el mercado nacional e internacional en la industria aceitera, su propósito de entregar en forma seria y responsable, productos de calidad con normas internacionales. Cuentan con certificación HACCP en la cual se elaboran todos sus productos y ha sido auditada en términos de calidad por las grandes empresas del Retail, un sin número de cadenas de restaurantes y empresas que elaboran alimentos. Esto demuestra el grado de seriedad y calidad con la cual se elaboran los productos con el reconocimiento de un gran número de clientes a lo largo del país.

Ilustración 8. Aliace



Fuente: Aliace

Esta empresa ofrece una variada línea de aceites y hoy se caracteriza por contar con una amplia gama de productos complementarios respondiendo a las necesidades del mercado.

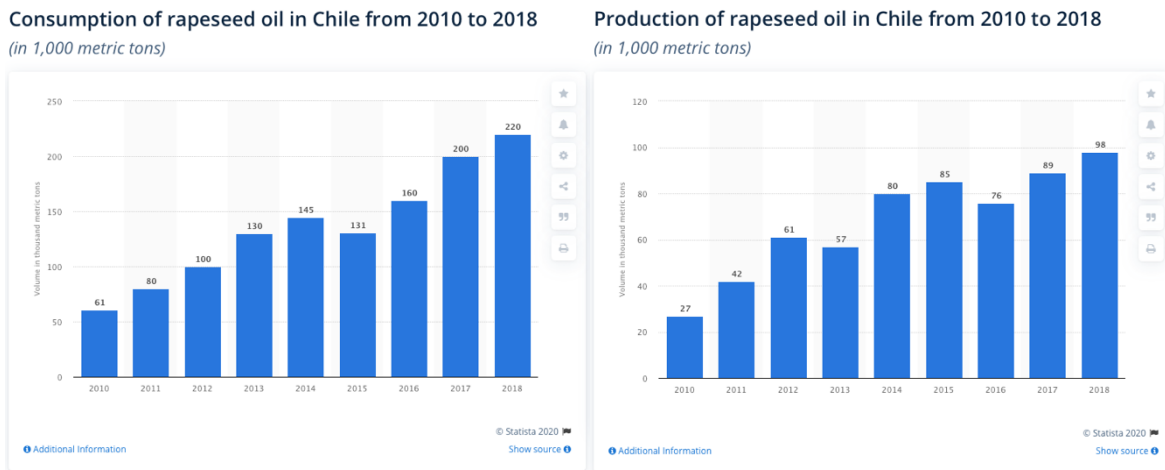
ALIACE a su vez, comercializa sus productos mayoritariamente en cadenas de supermercados como JUMBO, SANTA ISABEL, A CUENTA, SUPERMERCADOS 10 y MONSERRAT que se encuentran dentro de los supermercados más transitados por el consumidor chileno.

7. Logística y Distribución Física Internacional

7.1 Cantidades a exportar

Según los reportes de Statista el consumo de aceite de canola en Chile desde 2010 a 2018 ha venido presentando un crecimiento constante, teniendo su pico máximo en el año 2018 cuando los chilenos consumieron un total de 220 toneladas métricas de este tipo de aceite, esta misma tendencia de crecimiento se presentó en la producción nacional de este producto con lo cual se puede observar la relación directamente proporcional en estas variables. La productividad en el país ha aumentado considerablemente, en los años 80 había rendimientos de 14-15 quintales por hectárea y actualmente se llega en promedio a 38,1 quintales por hectárea. Este aumento se debe a que las variedades que se usan actualmente son más productivas que las usadas anteriormente. Sin embargo y a pesar de esta tendencia, la producción chilena (98 toneladas métricas para 2018) aún no es lo suficientemente alta como para cubrir la demanda nacional total de este producto en el país, es por esto que han tenido que recurrir a la importación de dicho producto para poder suplir este déficit en su oferta nacional.

Gráfica 33. Consumo y producción de aceite de colza en Chile desde 2010 hasta 2018



Fuente: Estatista

Por esta misma razón es que las importaciones han presentado la misma tendencia marcada al alza, teniendo tasas de crecimiento del 23% y el 29% en los valores y cantidades importadas respectivamente entre los años 2015 a 2019 del aceite de canola (Trademap, 2020). De esta manera se llega a la conclusión que el consumo de aceite de canola mensual en Chile es de 19'927.536 litros, mientras que la producción nacional son 8'876.812 litros y por otro lado las importaciones están representadas aproximadamente por 12'283.695 litros de aceite de canola, del mismo modo obtenemos que el chileno en promedio consume 1,1 litros de este producto al mes, dichos datos están consolidados en la siguiente tabla y están basados en los reportes de Statista y de Trademap.

Tabla 25. Mercado del aceite de canola en Chile (consumo, producción e importaciones)

	Consumo		Producción		Importación	
	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual
Litros	239'130.434	19'927.536,2	106'521.739	8'876.812	147'404.347	12'283.695,6
Per cápita (L)	12,8	1,1	5,7	0,5	7,9	0,7

Fuente: Elaboración propia

De esta manera obtenemos que la demanda internacional por parte del Chile de aceite de canola es de aproximadamente 7,9 litros per cápita al año y tomando como referencia la población de Santiago de Chile podemos deducir que nuestro mercado meta tiene una demanda estimada de 44'350.600 litros por año, por ende la estrategia de inmersión que manejará Harinera del Valle S.A. con el producto aceite Canola Life está basada en cubrir aproximadamente un 0,4% de la demanda anual, de manera que se exportarán 193.536 litros hacia Santiago de Chile.

7.2 Frecuencia de la Operación

Debido a la alta fluctuación de este producto en el mercado chileno se toma la decisión de realizar el envío mensual de un contenedor de 40 pies con una carga total de 16.128 botellas de 1 litro de aceite Canola Life.

7.3 Costeo Operación

Tabla 26. Tabla de costeo exportación

Desde: Buenaventura, Valle del Cauca		Hasta: Valparaíso, Chile		
	Tiempo de tránsito:	8 días	\$3.833	\$4,8
	Concepto	COP	USD	CLP
	Precio unitario por caja	\$66.320	\$17	\$13.817
	Número de cajas	2016	2016	2016
	Precio total	\$133.701.120	\$34.882	\$27.854.400
Origen	Embalaje, pallet y etiquetado	\$8.326.500	\$2.172	\$1.734.688
	EXW	\$142.027.620	\$37.054	\$29.589.088
	Flete interno	\$1.354.209	\$353	\$282.127
	Seguro de transporte interno (10%)	\$135.421	\$35	\$28.213
	Costos de operación portuaria	\$676.141	\$176	\$140.863
	Documento de exportación	\$6.000	\$2	\$1.250
	FAS	\$144.199.391	\$37.621	\$30.041.540
	Carga de la mercancía	\$91.992	\$24	\$19.165
	Subtotal	\$144.291.383	\$37.645	\$30.060.705

	SIA (5%)	\$7.209.970	\$1.882	\$1.502.077
	FOB	\$151.501.353	\$39.526	\$31.562.782
Tránsito	Flete internacional	\$6.247.790	\$1.630	\$1.301.623
	CFR	\$157.749.143	\$41.156	\$32.864.405
	Seguro internacional	\$1.187.080	\$310	\$247.308
	CIF	\$158.936.223	\$41.465	\$33.111.713
Destino	Descargue de la mercancía	\$405.800	\$106	\$84.542
	DPU	\$159.342.023	\$41.571	\$33.196.255
	Arancel (0%)	\$0	\$0	\$0
	Gastos de aduana, despacho y destino	\$737.457	\$192	\$153.637
	Otros costos	\$645.283	\$168	\$134.434
	DAP	\$160.724.763	\$41.932	\$33.484.326
	Flete interno	\$263.020	\$69	\$54.796
	Seguro de transporte interno	\$26.302	\$7	\$5.480
	DDP	\$161.014.086	\$42.007	\$33.544.601

Fuente: Elaboración propia

Para el transporte nacional desde donde se encuentra ubicada la empresa Harinera Del Valle S.A (Cali – Valle Del Cauca) hasta el puerto de Buenaventura (Valle Del Cauca) de manera terrestre, utilizaremos una Tractomula con semirremolque de tres ejes que tiene la capacidad y fuerza para transportar el contenedor estándar de 40 pies.


Usamos el simulador de transporte terrestre SICETAC (Sistema de Información de Costos Eficientes para el Transporte Automotor de Carga) con el fin de conocer el valor del flete:

Ilustración 9. Simulador de flete terrestre

Fuente: Ministerio de Transporte – Herramienta SICETAC

En base a lo anterior, procedimos a cotizar el flete con la empresa COLTANQUES, los cuales prestan el servicio de transporte de carga contenerizada desde la ciudad de Cali hasta el puerto de Buenaventura:

Tabla 27. Cotización flete nacional

		COLTANQUES S.A.S Logística Y Transportes	
Cliente: Harinera Del Valle S.A NIT: 891300382-0			
Lugar de Origen		Cali – Valle del Cauca	
Lugar de Destino		Buenaventura – Valle del Cauca	
Carga total (con palets)		16.451,4 Kg	
Valor del Flete		\$ COP 1'294.973	
Seguros (SOAT y seguro todo riesgo de carga)		\$ COP 59.236	
TOTAL		\$ COP 1'354.209	

Fuente: Elaboración propia

Utilizamos el simulador de los costos logísticos del sitio web ConnectAmericas con el fin de conocer el valor del flete del contenedor estándar de 40 pies desde el puerto de Buenaventura hasta el puerto de Valparaíso.

Ilustración 10. Estimación flete internacional

 Información de Búsqueda		 Ocean Freight and Surcharges	
Fecha	📅 19/10/2020	Subtotal	USD 655 >
Origen	📍 Buenaventura, Colombia	Documentation and Handling Costs	USD 975 >
Destino	📍 Valparaiso, Chile	Total estimated USD 1,630	
Tipo de contenedor	📦 40' Contenedor Seco Estándar		
Tiempo de transito	🕒 8 Días		
Moneda	💰 USD Más información		

Fuente: ConnectAmericas

7.4 Precios de venta internacional

Tabla 28. Precios de venta internacional

INCOTERM	COP	USD	CLP
EXW	\$8.806	\$2,30	\$1.835
FAS	\$8.941	\$2,33	\$1.863
FOB	\$9.394	\$2,45	\$1.957
CFR	\$9.781	\$2,55	\$2.038
CIF	\$9.855	\$2,57	\$2.053
DPU	\$9.880	\$2,58	\$2.058
DAP	\$9.966	\$2,60	\$2.076
DDP	\$9.984	\$2,60	\$2.080

Fuente: Elaboración propia

7.5 Termino Incoterm a negociar

El término Incoterm a negociar que la empresa Harinera Del Valle S.A decidió y que también se muestra cómo el más conveniente es el Incoterm **CIF** (Cost, Insurance and Freight – Costo, Seguro y Flete), debido a que, en primer lugar, es un Incoterm marítimo y nuestra responsabilidad va en el coste y contratación del transporte marítimo hasta el puerto destino previamente acordado por el comprador en Chile. Además, nos brinda la posibilidad de buscar la mejor naviera en cuanto costes, calidad de transporte, tiempos también reducir gastos innecesarios contratando un agente aduanero idóneo. También, al comprador no tener que pagar costos de envío, se ahorraría dinero, a lo cual el importador obtendría mejores beneficios para su empresa.

7.6 Ruta internacional de la operación

Ilustración 11. Ruta internacional de Colombia a Chile



Fuente: Perfil Logístico Chile – Procolombia

Para el transporte marítimo, se decidió contactar la naviera MSC (Mediterranean Shipping Company) la cual tiene presencia en el puerto de Buenaventura con una fuerte flota de buques cargueros, optamos por enviarlo hacia el puerto de Valparaiso ubicado en Chile, ya que es el principal puerto de contenedores y por sus instalaciones y procesos logísticos logra atender un 30% de las operaciones de comercio exterior, también está a 100 kilómetros de la capital y hace conexiones con distintas ciudades y demás puertos; sumado a lo anterior, de que la ruta desde el puerto de Buenaventura hasta el puerto de Valparaiso, es directa y tiene una duración de 8 días. La fecha del envío de producto será el día lunes 19 de Octubre de 2020 y se estima que llegue al puerto de Chile el día martes 27 de Octubre de 2020.

Ilustración 12. Información del buque

MON 19TH OCT 2020	TUE 27TH OCT 2020	MSC YASHI B NX039A	NWC - USA - SAWC	8 DAYS	REQUEST QUOTE
	Port of Load: BUENAVENTURA (COBUN)	Terminal: SOCIEDAD PUERTO INDUSTRIAL AGUADULCE SA	Est. Time of Departure: MON 19TH OCT 2020 15:00		
	Loading Service: NWC - USA - SAWC	Vessel: MSC YASHI B 	Voyage Number: NX039A		
	Port of Discharge: VALPARAISO (CLVAP)	Terminal: TPS - TERMINAL PACIFICO SUR	Est. Time of Arrival: TUE 27TH OCT 2020 15:30		

Fuente: Mediterranean Shipping Company

Tabla 29. Frecuencias y tiempos de transito desde los puertos colombianos

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
San Antonio	Cartagena	Directo	12
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	13
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	13
	Buenaventura	Directo	7
San Vicente	Cartagena	Directo	13
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	15
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	15
	Buenaventura	Directo	13
Iquique	Cartagena	Balboa-Panamá	15
	Barranquilla	Manzanillo-Balboa-Panamá	18
	Santa Marta	Manzanillo-Balboa-Panamá	17
	Buenaventura	Callao-Perú	7
Valparaiso	Cartagena	Callao-Perú	23
	Barranquilla	Cartagena-Colombia, Callao-Perú	27
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá, Callao-Perú	26
	Buenaventura	Directo	8
Arica	Cartagena	Balboa-Panamá	14
	Barranquilla	Manzanillo-Balboa-Panamá	16
	Santa Marta	Manzanillo-Balboa-Panamá	16
	Buenaventura	Balboa-Panamá	13
Puerto Angamos	Cartagena	Directo	12
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	16
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	15
	Buenaventura	Directo	7
Antofagasta	Cartagena	Puerto Angamos-Chile	15
	Barranquilla	Cartagena-Colombia, Puerto Angamos-Chile	19
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá, Puerto Angamos-Chile	18
	Buenaventura	Directo	10

Fuente: Perfil Logístico Chile – Procolombia


7.7 Empaque y Embalaje del Producto

7.7.1 Empaque primario

El empaque primario a utilizar para la exportación del aceite Canola Life a Chile será la botella plástica PET de 25,10 gramos con capacidad de llenado de 1 litro. La selección de este envase se hace a partir del estudio de las preferencias del comprador chileno frente al aceite de canola en el que se pudo evidenciar que la tendencia de compra está bastante marcada hacia los aceites que contienen esta cantidad de producto. Las dimensiones de cada una de estas botellas son de 7,4 cm de largo x 10,5 cm de ancho x 28,2 cm de alto y tienen un peso aproximado de 0,95 kg.

Tabla 30. Dimensiones del empaque primario – 1 litro de Canola Life

Dimensiones del empaque primario (presentación de 1 L)	
Largo	7,4 cm
Ancho	10,5 cm
Alto	28,2 cm
Peso	0,95 kg



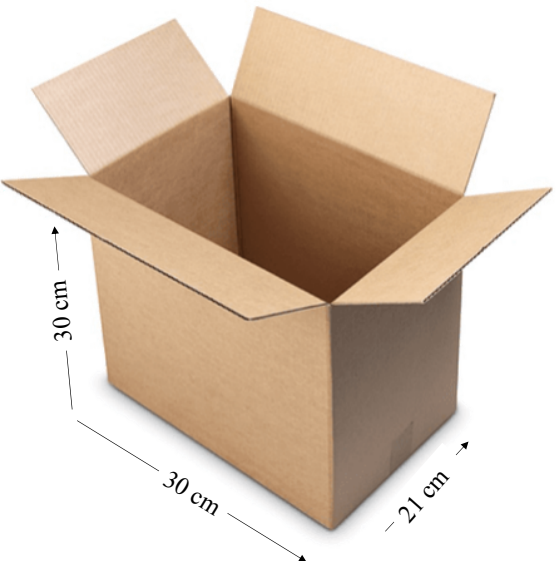
Fuente: Elaboración propia

7.7.2 Empaque secundario

El empaque secundario a utilizar para el envío del aceite Canola Life hacia Chile serán cajas de cartón de 300 gramos, la selección de este gramaje se hace teniendo en cuenta que gracias a su liviano peso tiene una alta resistencia a aplastamientos a su vez que facilita la manipulación de la carga. Cada una de estas cajas servirá de empaque secundario para 8 botellas de 1 litro del aceite Canola Life y sus dimensiones son de 30 cm de largo x 21 cm de ancho x 30 cm de alto y tiene un peso aproximado de 7,9 kg.

Tabla 31. Dimensiones del empaque secundario – 8 botellas de 1 litro de Canola Life

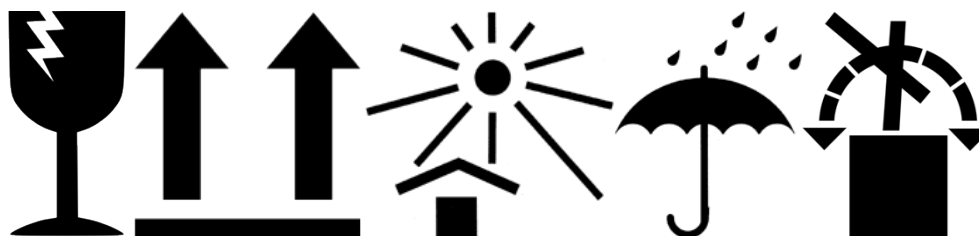
Dimensiones del empaque secundario (8 unidades)	
Largo	30 cm
Ancho	21 cm
Alto	30 cm
Peso	7,9 kg



Fuente: Elaboración propia

Con el fin de proteger de una manera más adecuada el producto y garantizar de esta manera que nuestro distribuidor en Chile ALIACE reciba en las condiciones más óptimas el aceite Canola Life, cada una de las cajas estará debidamente identificada siguiendo los pictogramas presentados en la norma ISO 780 e ISO 7000 las cuales son exigidas para la exportación. Demarcando la fragilidad de la mercancía, el lado hacia el que la caja debe ser acomodada, la respectiva protección del calor al igual que de la humedad y su prohibición de rotación de sentido.

Ilustración 13. Pictogramas para usar en el embalaje

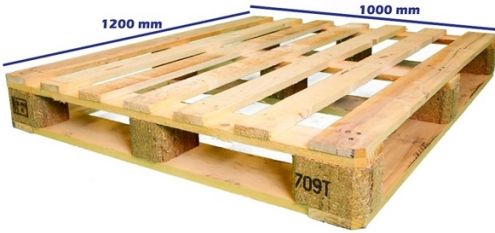


Fuente: StickPNG

7.7.3 Embalaje

Las cajas del empaque secundario estarán protegidas por diferentes capas de *stretch film*, una película transparente que está fabricada a base de polietileno la cual es altamente resistente y permite conservar las cajas en su mejor estado. Además, para asegurar la estabilidad de la carga se utilizarán *zunchos* que posibilitarán sujetar y asegurar la carga. Cada uno de los pallets americanos tiene dimensiones de 120 cm de largo x 100 cm de ancho x 200 cm de altura permitida dentro del contenedor.

Tabla 32. Dimensiones de un pallet americano

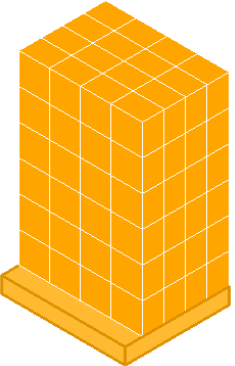
Dimensiones pallet americano (cm)			
Largo	Ancho	Alto	
120	100	200	

Fuente: Elaboración propia

7.7.4 Contenerización

Se calculó que cada uno de los pallets tendrá 6 pisos con 16 cajas en cada uno, logrando así una altura total de 215 cm, se transportará un total de 96 cajas alcanzando así un peso de 758,4 kg. En la siguiente tabla se relacionan los diferentes cálculos mencionados:

Tabla 33. Cálculo de la carga total por pallet

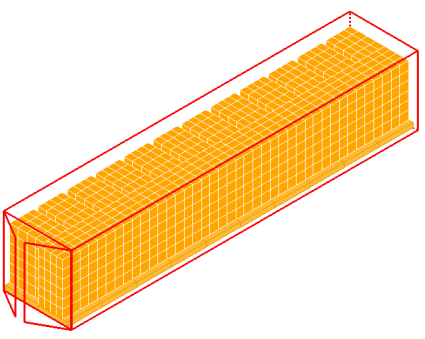
Cálculo de carga por pallet		
	LxL	4
	AxA	4
	HxH	6
	Cajas por pallet	96
	Peso por pallet (kg)	758,4

Fuente: Elaboración propia

Con el fin de optimizar al máximo los envíos y lograr reducir algunos costos se utilizará un contenedor de 40 pies del tipo dry van. Estos contenedores cuentan con la característica de

tener una capacidad para 21 pallets americanos, por lo cual cada uno de estos contenedores permite ser cargado con 2.016 cajas del empaque secundario que cuentan con 8 unidades del producto final, por ende, cada envío le permite a Harinera del Valle S.A. exportar a Chile un total de 16.128 botellas de 1 litro del aceite Canola Life. En la siguiente tabla se relacionan los diferentes cálculos mencionados:

Tabla 34. Cálculo de la carga total contenerizada

Cálculos para la contenerización		
	Cajas por estiba	96
	Estibas por contenedor	21
	Total de cajas por contenedor	2.016
	Producto por cajas	8
	Total de producto por contenedor	16.128
	Peso de la mercancía (kg)	15.926,4
	Peso de las estibas (kg)	525
	Peso total por contenedor (kg)	16.451,4

Fuente: Elaboración propia

8. Evaluación Financiera

La evaluación financiera de proyectos de inversión requiere realizar un análisis exhaustivo de las alternativas que coincidan con los objetivos empresariales o personales y que contribuyan a la creación de valor mediante la toma de decisiones óptimas y coherentes.

Culminando con el ejercicio investigativo para determinar la viabilidad que tiene para la empresa Harinera del Valle S.A realizar la exportación de 16.128 unidades mensuales (1 contenedor) de 1 litro de aceite Canola Life a su distribuidor estratégico ALIACE SpA en Santiago de Chile, se procedió a evaluar los respectivos cálculos financieros que esclarecen mejor dicha situación.

Para determinar las cantidades optimas a exportar durante los próximos 5 años se tomó en cuenta el porcentaje (%) de crecimiento que tiene el consumo de aceite de canola en Santiago de Chile según los reportes de Statista ya mencionados anteriormente. En la siguiente tabla se presenta la estimación de la demanda tomando como base este porcentaje (2,45%) de esta manera se obtiene que para el año 2021 las cantidades a exportar crecerán en un 50% (290.304 unidades).

Tabla 35. Estimación de la demanda (2020 - 2024)

	2020	2021	2022	2023	2024
Demanda estimada (L)	44.350.600	45.437.190	46.523.779	47.610.369	48.696.959
Unidades totales	193.536	193.536	290.304	403.200	532.224
Crecimiento		+6 contenedores	+7 contenedores	+8 contenedores	+9 contenedores
Total unidades enviadas	193.536	290.304	403.200	532.224	677.376

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente se realizó la proyección de precios de venta en el mercado chileno a base del crecimiento de la inflación dado por el Banco Central de Chile en los próximos 5 años, obteniendo así una estimación del precio unitario CIF del producto tanto en pesos colombianos como en pesos chilenos los cuales se relacionan en la tabla 36 y 37.

Tabla 36. Proyección de inflación en Chile (2019 - 2025)

Inflación IPC	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Promedio (%)	2,37%	3,32%	3,24%	3,08%	3,06%	2,88%	2,71%
Diciembre (%)	3,04%	3%	2,91%	3,03%	3,11%	3,17%	2,99%

Fuente: Banco central de Chile

Tabla 37. Proyección de precios de aceite Canola Life en Chile (2020 - 2025)

Año	Proyección de precios					
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Inflación (%)	3,32%	3,24%	3,08%	3,06%	2,88%	2,71%
Precio (COP)	\$9.855	\$10.174	\$10.487	\$10.808	\$11.120	\$11.421
Precio CIF (CLP)	\$2.053	\$2.120	\$2.185	\$2.252	\$2.317	\$2.379

Fuente: Elaboración propia

A base de la proyección de precios y la estimación de la demanda mencionadas anteriormente se procedió a determinar los ingresos y egresos que tendrá el proyecto durante los próximos 5 años como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 38. Proyección de ingresos y egresos del proyecto (2020 - 2024)

Proyección ingresos y egresos					
	2020	2021	2022	2023	2024
Precio unitario	\$9.855	\$10.174	\$10.487	\$10.808	\$11.120
Cantidades	193.536	290.304	403.200	532.224	677.376
Costo unitario	\$10.200	\$10.530	\$10.855	\$11.187	\$11.509
Ingresos	\$1.907.234.678	\$2.860.852.017	\$3.973.405.579	\$5.244.895.364	\$6.675.321.372
Egresos	\$1.604.413.440	\$2.406.620.160	\$3.342.528.000	\$4.412.136.960	\$5.615.447.040

Fuente: Elaboración propia

Para continuar con el cálculo de la inversión inicial requerida para la financiación de este proyecto presentada en la tabla 40 se tuvieron en cuenta los distintos factores que Harinera del Valle S.A debe contemplar para realizar su proyecto de internacionalización en Chile, entre los cuales están los costos de producción, gastos de distribución física internacional y el presupuesto de la promoción en dicho mercado, en los cuales recae la inmersión y posicionamiento del producto y la marca.

Tabla 39. Presupuesto para la promoción en Chile

Presupuesto de la promoción			
Concepto	Unidades	Costo unitario (COP)	Costo total (COP)
Salario trimestre promotora	5	\$4.655.640	\$23.278.200
Uniforme promotor	5	\$40.000	\$200.000
Utensilios de cocina (freidora, colador para aceite, etc)	5	\$315.000	\$1.575.000
Aceite canola Life (litros)	60	\$10.200	\$612.000
Nuggets de pollo para freír (kilos)	60	\$23.000	\$1.380.000
Palillos	23	\$1.810	\$41.630
Bandeja	5	\$5.500	\$27.500
Volantes promocionales	4.000	\$46	\$184.000
Publicidad en catálogo de productos	5	\$1.343.000	\$6.715.000
Dispensadores de aceite	3.000	\$1.319	\$3.957.000
Costos totales		\$6.395.515	\$37.970.330

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40. Inversión inicial para la exportación

Inversión inicial	
Concepto	COP
Costo de producción	\$1.604.413.440
Promoción	\$37.970.330
DFI	\$25.235.103
Total	\$1.667.618.873

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del flujo de caja neto se contempló la inversión inicial en conjunto con la proyección de ingresos y egresos en los próximos 5 años para hallar la solvencia que tiene este proyecto, presentados en la tabla 41.

Tabla 41. Flujo de caja neto (2020 - 2024)

	Flujo de caja neto					
	0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos		\$1.907.234.678	\$2.860.852.017	\$3.973.405.579	\$5.244.895.364	\$6.675.321.372
Egresos		\$1.604.413.440	\$2.406.620.160	\$3.342.528.000	\$4.412.136.960	\$5.615.447.040
Inversión	-\$1.667.618.873					
FCN	-\$1.667.618.873	\$302.821.238	\$454.231.857	\$630.877.579	\$832.758.404	\$1.059.874.332

Fuente: Elaboración propia

La evaluación de los indicadores financieros arroja como resultado que en un espacio de análisis de 5 años y bajo una tasa de descuento del 8% se hizo inicialmente el cálculo del valor presente neto donde se determinan los beneficios netos anuales de cada uno de los años de vida útil del proyecto, restando los costos de los beneficios. Para Harinera del Valle S.A este valor es de \$836,447,677 COP (contemplado en dinero de hoy) por la venta internacional del aceite Canola Life al mercado chileno. Por otro lado, la razón beneficio/costo (1,19) nos indica que el valor presente neto de los ingresos es mayor que el de los egresos afrontados por la empresa para la producción y comercialización de dicho producto. A su vez se tiene que la tasa interna de retorno obtenida (22,03%) indica que el proyecto es rentable económicamente ya que es mayor a la tasa de oportunidad de la inversión utilizada (8%).

Finalmente, gracias al análisis de la situación financiera se calculó que el periodo de recuperación que tiene este proyecto es de aproximadamente 3 años 4 meses queriendo decir que en el envío #51 de contenedores (822,528 unidades) se recupera la inversión inicial.

Tabla 42. Indicadores de evaluación financiera

Costo capital	8%
VPN	\$836.447.677
TIR	22,03%
B/C	1,19

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43. Periodo de recuperación de la inversión

Años					
0	1	2	3	4	5
-\$1.667.618.873	\$302.821.238	\$454.231.857	\$630.877.579	\$832.758.404	\$1.059.874.332
-	-\$1.364.797.635	-\$910.565.779	-\$279.688.200	\$553.070.204	\$1.612.944.536
Periodo de recuperación: 3,33 años					

Fuente: Elaboración propia

9. Conclusiones

- Teniendo en cuenta las variables de tipo comercio exterior, logístico, macroeconómico, político y culturales entre los tres países previamente seleccionados se concluye que Chile es el país más adecuado para la internacionalización del producto aceite de canola.
- El mercado chileno dados sus niveles económicos y de poder adquisitivo encabeza la lista como el más atractivo y con mayor potencial para la exportación de aceite Canola Life.
- El acuerdo comercial que se tiene con Chile beneficia a la empresa en su parte tecnológica dado a sus planes de cooperación bilateral en este sector y también en el ámbito arancelario.
- Gracias al incoterm negociado, a los costos logísticos, las buenas relaciones gubernamentales entre los dos países y su tratado, se permite entrar al mercado con precio competitivo obteniendo mejores resultados.

- El producto aceite de canola es altamente competitivo en el mercado chileno debido a sus propiedades y beneficios para la salud, también gracias a que su precio es competitivo y asequible.
- La empresa Harinera del Valle muestra unos indicadores financieros positivos y una salud financiera estable que permiten realizar con éxito la exportación del producto.
- Las estrategias seleccionadas permitirán un mayor reconocimiento de la empresa sin requerir grandes gastos en materia de promoción de producto.
- Para el año 2020 tomando en cuenta una inflación de 3,32% se estima que el precio del producto ronde los \$9.855 pesos colombianos, lo que equivaldría \$2.053 pesos chilenos; estos precios incrementarán debido a los valores proyectados hasta el año 2025.
- Para el año 2025 el precio del producto aceite Canola Life alcanzará un precio de \$11.421 pesos colombianos lo que equivaldría a \$2.379 pesos chilenos, es decir existe un incremento de \$1.576 pesos colombianos y de \$326 en pesos chilenos.
- En el plan de exportación diseñado para la empresa Harinera del Valle S.A se puede apreciar que, aunque es un producto bastante atractivo en el mercado chileno, el periodo de recuperación de la inversión arrojado por los distintos cálculos realizados nos muestra que el tiempo proyectado para la recuperación de la inversión inicial es de 3,33 años.

Referencias

- Colombia productiva. (2018). *Sectores. Colombia productiva*. Obtenido de: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores>
- MARO. (s.f.). *Mapa regional de oportunidades*. Obtenido de: <https://www.maro.com.co/>
- Emis University. (s.f.). *company analysis*. Obtenido de: <https://www-emis-com.consultaremot.upb.edu.co/php/companies/overview/index>
- Portafolio. (2020). *Ventas de alimentos procesados crecerían 25 % en el 2022 en el país. Portafolio*. Obtenido de: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/ventas-de-alimentos-procesados-creceria-25-en-el-2022-538837>
- Procolombia. (2018). *Alimentos procesados. Colombiatrade*. Obtenido de: <https://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/agroindustria/alimentos-procesados>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Snacks, galletas y aceites, las apuestas para aumentar producción, ventas y exportaciones de alimentos procesados. mincit.gov. Obtenido de: https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/snacks-y-aceites-apuestas-para-subir-exportaciones*
- Becerra, L. (2019). *Producción en la industria de alimentos procesados crecerá hasta 17% en diez años. La república. Obtenido de: https://www.larepublica.co/economia/produccion-en-la-industria-de-alimentos-procesados-crecera-hasta-17-en-diez-anos-2905002*
- Canola Life. (2018). *Aceites Canola Life. Harinera del valle*. Obtenido de: <https://canolalife.com/productos/>
- Dian. (s.f.). *Consultas Arancel. Dian Muisca arancel*. Obtenido de: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>
- Fedepalma. (2018). *El cultivo de la palma de aceite: ¿oportunidad o amenaza para Colombia?. Fedepalma. Obtenido de: http://web.fedepalma.org/sites/default/files/files/Fedepalma/Palmicultura-colombian-una-apuesta-para-Colombia.pdf*

- Agüero, S. D. (2015). *Aceites vegetales de uso frecuente en Sudamérica: características y propiedades*. Scielo. Obtenido de: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112015000700004
- Procolombia. (2019). *Conozca las dinámicas del mercado de los aceites vegetales en el exterior*. Procolombia.co. Obtenido de: <https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/conozca-las-dinamicas-del-mercado-de-los-aceites-vegetales-en-el-exterior>
- Roldan, D. H. (2010). *Competitividad de la cadena de oleaginosas, aceites y grasas vegetales y animales*. Repiica. Obtenido de: <http://repiica.iica.int/docs/B0109e/B0109e.pdf>
- Ramírez, J. (2014). *La economía de las oleaginosas en Colombia*. Colaboracion.dnp.gov.co. Obtenido de: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/RevistaPD/1982/pd_vXIV_n3_1982_art.3.pdf
- Ialimentos. (2015). *Aceites y grasas, el quinto sector*. Revistaialimentos. Obtenido de: <https://www.revistaialimentos.com/ediciones/edicion-6/aceites-y-grasas-el-quinto-sector/>
- FAO. (2006). *Evolución del consumo de alimentos en América latina*. Fao.org. Obtenido de: <http://www.fao.org/3/Ah833s08.htm>
- García, M. J. (2019). *Perspectivas favorables para el sector de aceites vegetales*. agrodigital.com. Obtenido de: <https://www.agrodigital.com/wp-content/uploads/2019/07/Aceitesvegetalesjl19c.pdf>
- Transparency market research. (2016). *Canola Oil Market - Global Industry Analysis; Latest Research Report 2016 - 2024 by Transparency Market Research*. Globenewswire.com. Obtenido de: <https://www.globenewswire.com/news-release/2016/09/20/873204/0/en/Canola-Oil-Market-Global-Industry-Analysis-Latest-Research-Report-2016-2024-by-Transparency-Market-Research.html>
- Mincomercio. (s.f.). *Acuerdo de Libre Comercio Chile – Colombia*. tlc.gov.co. Obtenido de: <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-libre-comercio-chile-colombia>
- Santander Trade. (s.f.). *Chile: Presentación general*. Santander Trade Markets. Obtenido de: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/presentacion-general>

- Republica de Chile. (2018). *Reglamento sanitario de los alimentos*. Obtenido de: <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/chi9315.pdf>
- University of Florida. (2013). *Fat and Oil Facts. Food Science and Human Nutrition* |Dahl, Wendy Nutrients. Obtenido de: <https://edis.ifas.ufl.edu/fs292>
- Statista. (2011). Consumption of rapeseed oil in Chile from 2010 to 2018. Statista. Obtenido de: <https://www.statista.com/statistics/998415/chile-rapeseed-oil-consumption-volume/>.
- Jumbo.cl. (s.f.). *Jumbo Chile super mercados. Jumbo*. Obtenido de: <https://www.jumbo.cl/despensa/abarrotes/aceite>
- Aliace. (s.f) *Aliace alimentos & aceites*. Obtenido de: <https://aliace.cl/>
- Procolombia. (2017). *Perfil de logística desde Colombia hacia Chile. Colombia trade*. Obtenido de: <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-chile>